



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UNICEUB  
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS  
COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**KARINE ELISA LUCHTEMBERG DOS SANTOS LOPES  
20977757**

**ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO ESTEREÓTIPO  
DAS PRINCESAS DISNEY**

**Brasília  
2015**

**KARINE ELISA LUCHTEMBERG DOS SANTOS LOPES**

**ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO ESTEREÓTIPO  
DAS PRINCESAS DISNEY**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à banca examinadora do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.  
Orientadora: MsC. Úrsula Betina Diesel

**Brasília  
2015**

**KARINE ELISA LUCHTEMBERG DOS SANTOS LOPES**

**ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO ESTEREÓTIPO  
DAS PRINCESAS DISNEY**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à banca examinadora do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: MsC. Úrsula Betina Diesel

Brasília/DF, novembro de 2015.

**Banca Examinadora**

---

Prof<sup>a</sup>. MsC. Úrsula Betina Diesel

Orientadora

---

Prof<sup>a</sup>. MsC. Andréa Cordeiro

Examinadora

---

Prof. Doutor Sérgio Euclides

Examinador

## RESUMO

Desde o lançamento do primeiro longa-metragem animado pela Disney, *Branca de Neve e os Sete Anões*, em 1937, os filmes de princesas encantam gerações. Entretanto, é possível notar grandes mudanças, uma evolução, no estereótipo deste tipo de personagem apresentado pelos estúdios de Walt Disney. De doces e ingênuas garotas, sempre à espera do amor verdadeiro para poderem, enfim, encontrar a felicidade, as princesas, hoje, são independentes e buscam seus sonhos – que passam longe de se resumirem a encontrar um “príncipe encantado”. Com o objetivo de compreender quais fatores, sociais e históricos, influenciaram tal evolução no estereótipo das princesas da Disney, o presente estudo faz uso das pesquisas exploratória e explicativa que, ao fim, levam ao entendimento do que poderá mudar ou permanecer no estereótipo que conhecemos hoje.

**Palavras-chave:** 1. Estereótipo. 2. Princesa. 3. Disney. 4. Mulher. 5. Comunicação. 6. Influência.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>1 SOBRE MITOS E CONTOS DE FADAS</b> .....	<b>10</b>
1.1 O mito e seu significado .....	10
1.1.1 O inconsciente .....	12
1.1.1.1 Arquétipos.....	12
1.2 Um conto de fadas .....	13
1.3 Semelhanças entre contos de fadas e mitos .....	14
1.4 Sobre arquétipos “femininos” .....	15
1.4.1 A Grande Mãe .....	15
1.4.2 A Donzela .....	16
1.4.3 Guerreira-Heroína.....	16
1.5 Estereótipos .....	17
1.5.1 Concepção sócio-cultural.....	18
<b>2 COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CONSUMO</b> .....	<b>19</b>
2.1 A comunicação de massa .....	19
2.1.1 Teoria crítica da comunicação .....	19
2.1.2 Sociedade de consumo .....	20
2.1.2.1 A lógica do consumo.....	20
2.1.2.2 Consumo do real.....	21
2.1.2.2.1 Uma nova fase.....	21
2.2 Comunicação em tempos de modernidade líquida .....	22
2.3 Questão de gênero .....	23
2.3.1 Cultura midiática e consumo – novos valores, nova cultura .....	23
2.3.2 Surge um novo modelo de mulher .....	24
2.3.3 A mulher contemporânea.....	25
2.3.3.1 Uma nova fase da sociedade de consumo .....	25
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>26</b>
3.1 Método hipotético-indutivo .....	26
3.2 Pesquisa exploratória.....	26
3.3 Pesquisa explicativa.....	27
<b>4 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO ESTEREÓTIPO DAS PRINCESAS DISNEY</b> .....	<b>28</b>
4.1 Contextualização.....	28
4.1.1 A Disney .....	28

4.1.1.1 Animação no cinema .....	29
4.1.2 Histórias de princesas.....	31
4.1.2.1 Sinopses .....	32
4.1.2.1.1 Branca de Neve e os Sete Anões (1937).....	32
4.1.2.1.2 Cinderela (1950) .....	33
4.1.2.1.3 A Bela Adormecida (1959).....	34
4.1.2.1.4 A Pequena Sereia (1989) .....	35
4.1.2.1.5 A Bela e a Fera (1991).....	35
4.1.2.1.6 Aladdin (1992).....	36
4.1.2.1.7 Pocahontas (1995).....	37
4.1.2.1.8 Mulan (1998).....	38
4.1.2.1.9 A Princesa e o Sapo (2009) .....	38
4.1.2.1.10 Enrolados (2010) .....	39
4.1.2.1.11 Valente (2012) .....	40
4.1.2.1.12 Frozen: Uma Aventura Congelante (2013) .....	40
4.2 Desenvolvimento.....	41
4.2.1 Princesas clássicas (1937-1959) .....	42
4.2.2 Princesas rebeldes (1989-1998).....	44
4.2.3 Princesas contemporâneas (2009-2013) .....	46
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>51</b>

## INTRODUÇÃO

Os desenhos e filmes da Disney encantam gerações há décadas. Princesas, príncipes em seus contos de fadas acompanham a todos, retratando os sonhos que devem ser alcançados. Mas, será que esses sonhos já estavam lá ou passaram a existir por influência dos personagens valorizados?

Em um filme animado, as imagens das princesas, por si só, são apenas imagens. No contexto em que são inseridas, entretanto, exprimem uma ideia, um modo de significação, logo, transmitem uma mensagem.

Pode-se, portanto, “ler” a consciência dos homens através do conjunto de signos que a expressa. As palavras, no contexto, perdem sua neutralidade e passam a indicar aquilo a que chamamos propriamente de ideologias. Numa síntese: o signo forma a consciência que por ser turno expressa ideologicamente. Com essas observações, é fácil deduzir que o modo de conduzir o signo será de vital importância para a compreensão dos modos de se produzir a persuasão. (CITELLI, 2002, p. 28)

De acordo com Lola Aronovich, do site *Escreva Lola Escreva*, desde 1937, com o lançamento de *Branca de Neve*, a primeira princesa que nos apresentou um mundo cheio de magia, a Disney expõe padrões de beleza e comportamento para sua audiência. Entretanto, pode-se observar uma clara mudança e evolução no estereótipo desse tipo de personagem quando comparado ao das novas princesas. Se analisada Tiana, por exemplo, princesa apresentada em *A Princesa e o Sapo*, em 2009, trata-se de uma menina negra (pela primeira vez), forte, batalhadora, focada em alcançar seus objetivos e melhorar sua própria vida e a de sua mãe. Longe das primeiras princesas, frágeis, maltratadas por bruxas e madrastas, que sonhavam em encontrar um príncipe encantado para tirá-las de um pesadelo e daí viverem “felizes para sempre”, Tiana, assim como a nova leva de princesas, sabe se cuidar e busca sua felicidade independentemente de outro – o príncipe encantado deixa de ser essencial e passa a ser agregador, ou mesmo consequência.

Conforme Santaella (2008, p.108):

É à luz dessa visão mais dialética que Lipovetsky discute a emergência de uma terceira mulher. A primeira foi a mulher diabolizada quando sedutora, de um lado; desprezada e depreciada, porque alienada das funções ditas nobres porque masculinas, de outro lado. A segunda mulher, por sua vez, era adulada, idealizada, instalada num trono, mas ainda subordinada ao homem, pensada por ele, definida em relação a ele. Apesar de uma inegável ruptura

histórica, a terceira mulher não faz *tábula rasa* do passado. Trata-se de um novo modelo que comanda o lugar e destino social do feminino e que “se caracteriza por sua autonomização em relação à influência tradicional exercida pelos homens sobre as definições e significações imaginário-sociais das mulheres”. Em traços sintéticos, os dispositivos que constroem o modelo da terceira mulher são “a desvitalização do ideal da mulher no lar, legitimidade dos estudos e do trabalho femininos, direito de voto, descasamento, liberdade sexual, controle da procriação: manifestações do acesso das mulheres à inteira disposição de si, em todas as esferas da existência.

O presente trabalho busca estudar a evolução do estereótipo das princesas Disney. Para tanto, tem como objetivos: compreender o que é “estereótipo” e sua importância para a comunicação; identificar os filmes animados da Disney que possuem princesas como personagens; analisar em que contextos históricos e sociais foram produzidos e como isso influenciou o estereótipo de princesa; e cogitar as tendências de mudança para o estereótipo apresentado hoje. Assim, o trabalho responde a: quais mudanças podem acontecer e o que deve permanecer no estereótipo dessas princesas?

Para encontrar as respostas almejadas, este estudo se divide em uma pesquisa de duas etapas: o primeiro momento é definido por uma pesquisa exploratória, com levantamento bibliográfico e documental sobre o assunto, e coleta de dados pertinentes. Almejando a compreensão de como se dá o processo de influência midiática no universo da Comunicação, inicialmente a pesquisa teórica acontece no campo da Psicologia. Neste momento, autores desta área como Carl Jung, juntamente com colaborações de outros como Roland Barthes e Sal Randazzo<sup>1</sup>, são visitados e possibilitam que, quando apresentados conceitos de autores da Comunicação como Jean Baudrillard, Zigmund Bauman, Lúcia Santaella e Gilles Lipovetsky, matérias como “comunicação de massa”, “teoria crítica da comunicação”, “sociedade de consumo” e uma ligação de todas com a “questão de gênero” ligada ao feminino, seja construída uma base que possibilita a segunda etapa do trabalho, caracterizada por uma pesquisa explicativa, em que a teoria de base é analisada e relacionada aos fenômenos estudados. Após breve contextualização sobre o mundo animado da Disney, mais propriamente de seus longa-metragens de princesas, a resposta para a questão central deste estudo é perseguida ao analisar o contexto social e histórico da emancipação feminina (em parte conquistada com a ajuda da Comunicação) em

---

<sup>1</sup> Autores da Comunicação.

relação aos mesmos momentos sociais e históricos em que os filmes foram produzidos.

## 1 SOBRE MITOS E CONTOS DE FADAS

No campo da Comunicação, na busca pelo entendimento de como se dão as influências, muitas vezes o “mito” é citado. O presente capítulo, com a finalidade de proporcionar maior clareza posterior, conceitua o mito, sua relação com os contos de fadas, explica alguns arquétipos femininos evidentes em filmes animados de princesas e, por fim, conceitua estereótipo.

### 1.1 O mito e seu significado

“O mito é uma fala”, segundo Barthes (2001, p. 131). Para o autor, para que a linguagem se transforme em mito são necessárias condições especiais, mas é estabelecido que o mito é uma mensagem.

Esta fala é uma mensagem. Pode, portanto, não ser oral; pode ser formada por escritas ou por representações: o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isso pode servir de suporte à fala mítica. O mito não pode definir-se nem pelo seu objeto, nem pela sua matéria, pois qualquer matéria pode ser arbitrariamente dotada de significação. (BARTHES, 2001, p. 132)

A fala mítica é formada por uma matéria já trabalhada em vista de uma comunicação apropriada: todas as matérias-primas do mito pressupõem uma consciência significante. Ou seja, a imagem não se trata de um modo teórico de representação, mas de uma imagem específica realizada em função de uma significação específica (BARTHES, 2001).

Vendo o mito como um sistema semiológico, Barthes (2001) diz que se devem considerar a relação entre não apenas dois, como costuma ser postulado por toda semiologia, mas três termos diferentes: significante, significado e signo. Isto porque “o que se apreende não é absolutamente um termo, um após o outro, mas a correlação que os une”. Entretanto, para o autor, esse esquema tridimensional, no mito, é um sistema particular:

Mas o mito é um sistema particular, visto que ele se constrói a partir de uma cadeia semiológica que existe já antes dele: é um *sistema semiológico segundo*. O que é signo (isto é, totalidade associativa de um conceito e de uma imagem) no primeiro sistema, transforma-se em simples significante no segundo. É necessário recordar, nesse ponto, que as matérias-primas da fala mítica (língua propriamente dita, fotografia, pintura, cartaz, rito, objeto etc.), por mais diferentes que sejam inicialmente, desde o momento em que são captadas pelo mito, reduzem-se a uma pura função significante: o mito vê nelas apenas uma mesma matéria-prima; a sua unidade provém do fato de serem todas reduzidas ao simples estatuto da linguagem. Quer se trate de

grafia literal ou de grafia pictural, o mito apenas considera uma totalidade de signos, um sistema global, o termo final que vai transformar-se em primeiro termo ou termo parcial do sistema aumentado que ele constrói. Tudo se passa como se o mito deslocasse de um nível o sistema formal das primeiras significações. (BARTHES, 2001, p.136)

Barthes (2001, p. 137) constata que no mito existem dois sistemas semiológicos: a linguagem-objeto, que é a linguagem de que o mito utiliza para construir o seu próprio sistema; e o próprio mito, chamado aqui de metaligagem por ser uma segunda língua que fala sobre a primeira. O autor conclui que “a função do mito é transformar uma intenção histórica em natureza, uma contingência em eternidade” e, ainda, conclui que tudo é mitologia.

No mesmo caminho que Barthes, Randazzo (1996, p. 57) defende que “a definição de mitologia, no seu sentido amplo, não se limita ao que chamamos de mitologia: abrange qualquer coisa que de alguma forma mitifica ou ‘enfeita a realidade’”. Em seu livro *Como criar mitos na publicidade: como publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso*, o autor relaciona a noção de Barthes de que tudo é mitologia como em sincronia com o pensamento de Immanuel Kant, que “acredita não haver realidade objetiva – tudo é mera percepção”. Para Kant, a mente interpreta o conhecimento de forma ativa, concluindo que todo conhecimento é interpretativo (RANDAZZO, 1996, p. 58).

Por outro lado, as mitologias que não se limitam simplesmente a alterar ou enfeitar a realidade são aquelas que se mostram mais significativas. “As mitologias nos ajudam em nosso equilíbrio espiritual, moldam nossa vida, e nutrem nossa alma. A mitologização que vai além da maquiagem da realidade, que nos dá uma visão da alma, é a do artista” (RANDAZZO, 1996). O artista, um ser humano mitopoético, vivencia o mundo instintivamente e indutivamente, nas profundezas da alma, e tenta transmitir essa experiência através da arte (RANDAZZO, 1996).

Citando Campbell<sup>2</sup>, RANDAZZO (1996) traz que a mitologia é a matéria de que são feitos os sonhos, que os mitos e os sonhos vêm do mesmo lugar. No mesmo caminho, o autor cita, ainda, Carl Jung<sup>3</sup>: “os mitos são fenômenos psíquicos que revelam a natureza da alma”.

---

<sup>2</sup> CAMPBELL, Joseph. *The power of myth*. Nova York: Doubleday, 1988. – p.32

<sup>3</sup> JUNG, C.G. *The archetypes and the collective unconscious*. Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 1968.

A mitologia proporciona um acesso para a mente inconsciente – o aspecto irracional, intuitivo da psique humana. A mitologia permite-nos vislumbrar a alma humana, a nossa natureza instintiva que se mantém oculta por baixo das aparências da civilização. O contato com nossa psique inconsciente permite que nos sintamos com os pés no chão e mais humanos, e é uma fonte rica e vital de energia criadora e de descobertas. (RANDAZZO, 1996, p. 63)

### 1.1.1 O inconsciente

Para avaliar o poder do mito, é necessário dar especial atenção ao que é chamado de *inconsciente*.

A mente humana é formada por uma parte consciente e outra inconsciente. A parte consciente é a normal consciência de todos os dias, o ego ou “Eu” que atua no mundo. A psique inconsciente e os estados de consciência “fora do comum” podem ser experimentados nos sonhos, em condições místicas, ou com o uso de drogas. (RANDAZZO, 1996, p. 64)

Descoberto por Sigmund Freud, o componente inconsciente da psique humana foi posteriormente desenvolvido por Carl Jung que, a partir de suas observações, desenvolveu a ideia de *inconsciente coletivo*, que contém imagens arquetípicas universais, comuns a todas as pessoas. “Para Jung, as imagens arquetípicas contidas no inconsciente estão profundamente arraigadas na espécie humana e, de alguma forma, funcionam como instintos que influenciam e controlam nosso comportamento” (RANDAZZO, 1996, p. 65).

#### 1.1.1.1 Arquétipos

As formas ou imagens arquetípicas, para Jung, existem dentro da mente humana, no inconsciente coletivo da humanidade.

O inconsciente coletivo é uma figuração do mundo, representando a um só tempo a sedimentação multimilenar da experiência. Com o correr do tempo, foram-se definindo certos traços nessa figuração. São os denominados *arquétipos* ou *dominantes* – os dominadores, ou deuses, isto é, configurações das leis dominantes e dos princípios que se repetem com regularidade à medida que se sucedem as figurações, as quais são continuamente revividas pela alma. (JUNG, 1987, p. 86)

Os arquétipos de Jung, por existirem no inconsciente, não podem ser percebidos diretamente. Eles funcionam como instintos que guiam e moldam o comportamento da humanidade. O que se pode perceber são expressões do arquétipo em forma de imagens e símbolos arquetípicos (RANDAZZO, 1996).

Quase sempre se apresentando em forma de projeções em razão de seu parentesco com as coisas físicas, os arquétipos, quando estas projeções são inconscientes, manifestam-se nas pessoas com quem se convive, subestimando ou superestimando, provocando desentendimentos, discórdias, fanatismos e loucuras de todo tipo. “Esta é a origem dos mitos modernos, em outras palavras, dos boatos fantásticos, das mil e uma desconfianças e preconceitos” (JUNG, 1987, p. 86).

“As imagens arquetípicas chegam ao âmago da mitologia. O drama universal da humanidade é retratado e representado numa série de imagens arquetípicas e de momentos míticos” (RANDAZZO, 1996, p. 67). Uma conexão entre as mitologias e o folclore das culturas pré-científicas e a neurose eram acreditadas tanto por Freud quanto por Jung, porém, o segundo concebeu a ideia de as imagens arquetípicas vincularem as duas coisas. Segundo Jung, as imagens arquetípicas individuais pertencentes ao inconsciente da psique humana e que aparecem nos sonhos são “herdadas” e são as mesmas imagens que inspiraram folclores e mitologias das culturas pré-científicas (RANDAZZO, 1996).

## 1.2 Um conto de fadas

De volta ao pensamento de Barthes de que “tudo é mito”, conclui-se que também os contos de fadas configuram mitos.

As definições sobre o que é um conto de fadas, segundo Corso (2011), são divergentes, porém é possível achar traços em comum entre as falas de muitos autores. Os contos de fadas, ou contos maravilhosos, pressupõem certos elementos:

- a) Fuga da lógica comum ao utilizar de um espaço utópico, que começa no enunciado “Era uma vez”. O uso de um espaço indefinido possibilita o despertar da imaginação do público ou do leitor.
- b) Por maiores que sejam os contratempos no decorrer da trama, o conto sempre encontra o fim em algum “felizes para sempre”. Isso faz com que a mensagem passada seja tranquilizadora: é sempre possível trazer de volta a ordem e se ver livre da angústia e do desamparo.
- c) Levado por algo que desequilibra uma situação inicial em que tudo estava em ordem, o herói faz uma jornada de crescimento.
- d) O bom é bom e o mau é mau. As personagens são planas e unidimensionais e figuras ambíguas não costumam ser bem-vindas.

- e) Raramente a personagem principal possui magia, mas costuma ter ajudantes mágicos que lhe prestam favores e lhe são fiéis, colocando seus dons a serviço da missão.
- f) O objetivo do herói, por mais que se veja em aventuras incríveis nos mais diversos lugares, é sempre readequar-se ao mundo, ao reino, geralmente equivalente à família da qual saiu.

Além dessas características, os contos maravilhosos, a partir de Propp, podem ser entendidos como uma estrutura lógica, uma forma básica que possibilita montar histórias (CORSO, 2011).

Pode-se dizer que os personagens do conto maravilhoso, por mais diferentes que sejam, *realizam* frequentemente as mesmas ações. O meio em si, pelo qual se realiza a função pode variar: trata-se de uma grandeza variável. (...) No estudo do conto maravilhoso o que realmente importa é saber *o que* fazem os personagens. (...) As funções dos personagens representam as partes fundamentais do conto maravilhoso. (PROPP, 2001, p.16)

O contos seriam como “quebra-cabeças com peças finitas, com as quais podem-se fazer infinitas combinações” (CORSO, 2011, p. 178). Assim como se fala dos mitos, os contos de fadas são uma espécie de linguagem que possibilita encenar nossos dramas e pensar sobre eles.

### 1.3 Semelhanças entre contos de fadas e mitos

Conforme Bettelheim (1980), pensadores que estudaram mitos e contos de fadas de um ponto de vista psicológico ou filosófico chegaram à mesma conclusão: ambos derivam de, ou dão expressão simbólica a, ritos de iniciação ou de passagem. Esta seria a razão desses contos terem tamanha capacidade de transmitir um significado.

E ainda:

Outros investigadores, com uma orientação psicológica profunda, enfatiza as semelhanças entre os acontecimentos fantásticos dos mitos e contos de fadas e os dos sonhos e devaneios adultos – a realização de desejos, a vitória sobre todos os competidores, a destruição de inimigos – e concluem que um atrativo desta literatura é que ela exprime o que normalmente impedimos de chegar à consciência. (BETTLHEIM, 1980, p. 46)

Mitos e contos de fadas utilizam-se, e essa é uma concordância geral, da linguagem de símbolos que representam conteúdos inconscientes. “Seu apelo é simultâneo à nossa mente consciente e inconsciente, a todos os seus três aspectos –

id, ego e superego – e à nossa necessidade de ideais de ego também. Por isso é tanto eficaz” (BETTELHEIM, 1980, p. 46).

Psicanalistas freudianos buscam mostrar que tipo de material reprimido ou de outro modo inconsciente podem ser encontrados nos mitos e contos de fadas, assim como estes se relacionam aos sonhos e devaneios. Complementando, os psicanalistas jungianos frisam que as figuras e acontecimentos ali contados estão de acordo e representam fenômenos psicológicos arquetípicos, sugerindo, simbolicamente, a necessidade de ganhar um estado mais elevado de autoconfiança – “uma renovação interna que é conseguida à medida que as forças pessoais e raciais inconscientes tornam-se disponíveis para a pessoa” (BETTELHEIM, 1980, p. 47).

O material simbólico encontrado na mitologia e em outras fontes mitopoéticas leva amiúde a um entendimento e a uma profundidade de conhecimento que seriam impossíveis com técnicas de pesquisa tradicionais. Segundo Jung, todo o material simbólico emana das camadas mais profundas do inconsciente coletivo que nos falam através de imagens arquetípicas. Elas não são o resultado da nossa consciência, esse aspecto da psique lógico e ordenado. Ao contrário, os símbolos do mito são o resultado do trabalho intuitivo e inconsciente da psique humana. (RANDAZZO, 1996, p. 100)

#### 1.4 Sobre arquétipos “femininos”

Intrínseco na maioria das mitologias ou contos de fadas há um símbolo, uma imagem arquetípica que dá rumo à história e que, por sua vez, molda a vida das pessoas. A psique inconsciente, para Jung, contém arquétipos que existem em ambos os sexos e que representam aspectos tanto da masculinidade quanto da feminilidade. Entretanto, nas culturas ocidentais, alguns arquétipos podem ser determinados como feminino ou masculino (RANDAZZO, 1996).

Nas histórias de princesas, alguns arquétipos predominantemente femininos podem ser facilmente identificados. São eles: a Grande Mãe, a Donzela e a Guerreira-heroína.

##### 1.4.1 A Grande Mãe

O aspecto estático<sup>4</sup> do feminino é representado pela imagem arquetípica da Grande Mãe: uma imagem feminina universal, existente em todas as culturas desde

---

<sup>4</sup> Arquétipos estáticos e dinâmicos: esquema desenvolvido por Gareth Hill, analista junguiano (RANDAZZO, 1996, p. 102).

o começo dos tempos, que mostra a mulher como eterno ventre e eterna provedora (RANDAZZO, 1996).

Protetora e alimentadora de toda forma de vida, inclusive do homem, a Grande Mãe reina sobre o mundo animal e comanda o crescimento vegetativo, “um mundo de contínuas transformações – um pantanoso mundo primordial com infinitos ciclos de nascimento e morte (RANDAZZO, 1996).

#### 1.4.2 A Donzela

Dominando a cultura ocidental, a Donzela (ou Musa) é o arquétipo dinâmico que representa o outro lado do arquétipo total da Grande Mãe (RANDAZZO, 1996).

A noção de uma mulher fascinante, sedutora e fatal, assim como o arquétipo da mãe provedora, é uma imagem arquetípica primordial da mulher. Exemplos deste arquétipo podem ser encontrados nas musas, nas fadas e nas jovens virgens da literatura. (RANDAZZO, 1996, p. 115)

Ligada à auto-estima, a beleza sempre foi um aspecto valorizado da feminilidade e, ainda, fonte de poder sobre os homens. Porém, nos anos 60, buscando negar que a beleza e a sexualidade eram aspectos da feminilidade, o movimento feminista atacou os conceitos até ali existentes por considerá-los uma ideia “passiva” (RANDAZZO, 1996).

#### 1.4.3 Guerreira-Heroína

Uma das conquistas realmente importantes do movimento feminista foi fazer com que as mulheres abandonassem os tradicionais “arquétipos femininos” para experimentar a vida na condição de Guerreiro e Andarilho. Ao mesmo tempo, ao ver mulheres em papéis não tradicionais, os homens sentiram-se encorajados a assumir o seu lado carinhoso e sensível, adotando arquétipos que até então eram associados exclusivamente com as mulheres. (RANDAZZO, 1996, p. 124)

Inicialmente representado pelo aspecto evolutivo dinâmico da masculinidade, o arquétipo da Guerreira-Heroína exhibe traços positivos de independência, coragem e força. Generosa defensora da verdade e da justiça, a Boa Guerreira se dispõe a qualquer coisa por aquilo que acredita e/ou ao serviço daqueles que não podem se defender (RANDAZZO, 1996).

O amazonismo é a expressão extrema da mulher Guerreira. A lenda das amazonas, símbolos da mulher aguerrida, de tão antiga traz a incerteza sobre suas reais existências ou se não passaram de figuras míticas. “De certa forma, isto

francamente não faz diferença; o que importa é que a amazona existe na psique inconsciente do ser humano” (RANDAZZO, 1996, p. 126).

Cada um dos arquétipos traz consigo uma visão do mundo, e com ela diferentes objetivos e teorias de vida acerca daquilo que a vida significa. Os Órfãos buscam a segurança e receiam a exploração e o abandono. Os Mártires querem ser bons, e vêem o mundo como um conflito entre o bem (participação e responsabilidade) e o mal (egoísmo e exploração). Os Andarilhos buscam a independência e receiam o conformismo. Os Guerreiros desejam a força, querem ter um impacto no mundo evitando a passividade e a ineficácia. Os Magos querem manter-se fiéis à sua sabedoria interior, e em equilíbrio com as energias do universo. Reciprocamente, procuram evitar o falso e o superficial. (PEARSON, 1989 *apud* RANDAZZO, 1996, p. 123)

## 1.5 Estereótipos

Ao se buscar o conceito do que é estereótipo, inúmeras são as definições encontradas: algumas bastante abrangentes, igualando-o aos mitos, lendas e folclore; outras mais restritivas, definindo-o como grupo de adjetivos normalmente associados aos grupos sociais (PEREIRA, 2002).

No plano *etimológico*, o termo ‘estereótipo’ é formado por duas palavras gregas, *stereos*, que significa rígido, e *tupus*, que significa traço. No plano *histórico*, a psiquiatria do século XIX utilizava a palavra ‘estereotipia’ para se referir à repetição mecânica e frequente de um mesmo gesto, postura ou fala em pacientes que sofriam de *dementia praecox*, embora considerações históricas sugiram explicitamente que a palavra ‘estereótipo’ origina-se do jargão tipográfico, referindo-se a um molde metálico utilizado nas oficinas tipográficas, que se destacava pela possibilidade de produzir uma mesma impressão milhares de vezes, sem precisar ser substituído, surgindo daí, por analogia, o adjetivo estereótipo, indicando algo que poderia ser repetido mecanicamente. Por essa via, o termo chegou às ciências sociais e tem sido utilizado para fazer referência à imagem por demais generalizada que se possui de um grupo ou dos indivíduos que pertencem a um grupo. (PEREIRA, 2002, p.43)

Conforme Pereira (2002), inicialmente, estereótipos foram considerados como fotografias que as pessoas carregavam dentro da cabeça. Recentemente, os estereótipos foram definidos como “crenças sobre atributos típicos de um grupo, que contêm informações não apenas sobre esses atributos, como também sobre o grau com que tais atributos são compartilhados” (PEREIRA, 2002, p. 45).

Considerando os estereótipos de um ponto de vista macroanalítico, ignorando o plano individual, eles podem ser entendidos como crenças compartilhadas, armazenadas pela sociedade. Desta forma, concebe-se os estereótipos como a informação pública compartilhada pela maioria dos membros da sociedade sobre alguns grupos sociais. Na medida em que essas crenças são compartilhadas, levá-

las em consideração na busca por um conhecimento mais amplo sobre os processos de estereotipização é imprescindível (PEREIRA, 2002).

Em relação ao modo pelo qual os estereótipos são aprendidos, transmitidos e modificados, a suposição básica aceita por essa perspectiva é a de que, em um plano mais interindividual, as crenças compartilhadas são transmitidas e reforçadas pela intervenção dos pais, amigos e professores, enquanto em uma perspectiva mais ampla eles seriam difundidos pelos meios de comunicação de massa. Assim, na medida em que nas sociedades modernas os estereótipos, juntos com os demais conteúdos informacionais, avaliativos e valorativos são transmitidos através dos meios de comunicação de massas, podemos imaginar que eles atingem a milhões ou mesmo bilhões de pessoas, levando a constituição lenta e inexorável do que poderia ser denominado de repertório coletivo dos estereótipos. (PEREIRA, 2002, p. 53)

### 1.5.1 Concepção sócio-cultural

Tanto a observação direta das diferenças de vários grupos, quanto as influências indiretas exercidas pela mídia são os principais responsáveis pelos focos da perspectiva sócio-cultural dos estereótipos: sua evolução e modos de transmissão. (PEREIRA, 2002).

Reconhecidamente, sabe-se que uma das principais fontes de difusão dos estereótipos é o cinema. Em uma obra dedicada à apresentação dos clichês, cenas obrigatórias, convenções e estereótipos tradicionalmente incluídos em obras cinematográficas podem ser encontradas algumas referências de natureza étnica. (...) Em linhas gerais, o argumento básico da teoria sócio-cultural é a de que os estereótipos se formam através da observação dos comportamentos apresentados pelos membros do grupo estereotipado, em especial em padrões de comportamento tipicamente associados com as expectativas em relação ao papel desempenhado pelos membros do grupo estereotipado. Assim, se observadores tiverem poucas oportunidades de observar diretamente o comportamento dos membros de um determinado grupo social, as observações restringir-se-ão aos padrões de comportamento apresentados nas circunstâncias em que eles são retratados pelos meios de comunicação de massa. (PEREIRA, 2002, p. 98)

Tal raciocínio pode ser aplicado no caso dos estereótipos de gênero: os homens, geralmente, são retratados em papéis que envolvem controle do ambiente e exigem um estilo impositivo, enquanto as mulheres costumam ser retratadas em papéis que envolvem altruísmo e cuidados com os outros (PEREIRA, 2002).

## 2 COMUNICAÇÃO, SOCIEDADE E CONSUMO

### 2.1 A comunicação de massa

Datada de meados do século XX, a preocupação com os fenômenos da comunicação é recente, tendo coincidido com a explosão dos meios de comunicação de massa e a conseqüente emergência da cultura de massas. Embora tais fenômenos já existissem antes da cultura de massas, não eram tão abundantes e diversificados como passaram a ser (SANTAELLA, 2001).

Com tiragens cada vez maiores a partir da prensa mecânica, o primeiro meio de comunicação de massa foi o livro impresso. Do livro para o jornal, com tiragens diárias que alcançam números muito maiores de pessoas, o passo dado pela comunicação massiva foi significativo (SANTAELLA, 2001).

Entretanto, a grande explosão da comunicação de massa se deu com o rádio e a televisão que, com o apoio da publicidade, instauraram a cultura popular massiva. “Foi só então que a comunicação se instituiu como área de conhecimento reclamando para si uma certa autonomia, por exemplo, nos estudos da publicidade, nas análises de conteúdo das mensagens veiculadas pelos meios e na pesquisa de opinião” (SANTAELLA, 2001, p. 25).

#### 2.1.1 Teoria Crítica da Comunicação

Nascida na Alemanha, na chamada Escola de Frankfurt, a Teoria Crítica da Comunicação tem como ponto de partida a “crítica à sociedade de mercado na qual se dá a alienação dos indivíduos em relação à sociedade como resultante histórica da divisão de classes” (SANTAELLA, 2001, p. 38).

Em meados dos anos 40, filósofos da Escola de Frankfurt criaram o conceito de indústria cultural. Através de tal conceito, a teoria crítica se aproximou da questão dos meios de comunicação de massa (SANTAELLA, 2001).

Segundo a lógica da indústria cultural, todo e qualquer produto cultural – um filme, um programa de rádio ou de televisão, um artigo, uma revista etc. – não passa de uma mercadoria submetida às mesmas leis de produção capitalista que incidem sobre quaisquer outros produtos industrializados. Diferentemente destes, os produtos da indústria cultural são simbólicos, produzindo nos indivíduos efeitos psíquicos de que os objetos utilitários estão isentos. Entretanto, todos ilustram igualmente a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que levam à uniformização e padronização. Em função disso, a ubiquidade, a repetitividade e a estandarização da indústria cultural fazem da moderna

cultura de massa um meio de controle psicológico inaudito. (SANTAELLA, 2001, p.39)

Alinhada com os princípios da Teoria Crítica encontra-se a obra *A Sociedade do Espetáculo*, de Guy Debord (SANTAELLA, 2001). Segundo Debord (1997, p. 14), “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens”. Para o autor, “a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo no real” (DEBORD, 1997, p. 16). Esta relação é a essência e o sustento da sociedade atual.

Na forma do indispensável adorno dos objetos hoje produzidos, na forma da exposição geral da racionalidade do sistema, e na forma de setor econômico avançado que modela diretamente uma multidão crescente de imagens-objetos, o espetáculo é a *principal produção* da sociedade atual. (DEBORD, 1997, p.18)

## 2.1.2 Sociedade de consumo

“Todo discurso sobre as necessidades assenta numa antropologia ingênua: a da propensão natural para a felicidade” (BAUDRILLARD, 2008, p. 49).

Referência absoluta da sociedade de consumo, a noção de felicidade, nas sociedades modernas, equivale ao ‘mito da Igualdade’ (BAUDRILLARD, 2008). Na mística da igualdade, a noção de ‘necessidade’ pode ser lida como à de bem-estar. Assim, em seu conjunto, a sociedade de consumo “resulta do compromisso entre princípios democráticos igualitários, que conseguem aguentar-se com o mito da abundância e do bem-estar” (BAUDRILLARD, 2008).

### 2.1.2.1 A lógica do consumo

Segundo Baudrillard (2008), indo além da “Metafísica das Necessidades e da Abundância”, chega-se à análise da lógica social do consumo. Para o autor, “tal lógica não é a da apropriação individual do valor de uso dos bens e dos serviços (...); também não é a lógica da satisfação, mas a lógica da produção e da manipulação dos significantes sociais” (BAUDRILLARD, 2008, p. 66).

A lógica do consumo (...) define-se como manipulação de signos. Encontram-se ausentes os valores simbólicos de criação e a relação simbólica de interioridade; funda-se toda a exterioridade. O objeto perde a finalidade objetiva e a respectiva função, tornando-se termo de uma combinatória muito mais vasta de conjuntos de objetos em que o seu valor é de relação. Por outro lado, desaparece o seu sentido simbólico e o seu estatuto simbólico e o seu estatuto antropomórfico milenário, tendendo a esgotar-se num discurso de conotações, também elas relativas umas às outras no quadro de um sistema

cultural totalitário, isto é, que pode integrar todas as significações, seja qual for a respectiva origem. (BAUDRILLARD, 2008, p.146)

### 2.1.2.2 Consumo do real

Conforme Baudrillard (2008), sabe-se que o pensamento mitológico procura estimular a mudança e a história. O consumo generalizado de imagens, fatos e informações, de certa forma, busca o mesmo.

Não há dúvida de que o estrondoso sucesso alcançado pelas diversas manifestações da cultura midiática deva ser atribuído à sua capacidade de oferecer um universo de mudanças de ares, de lazer, de esquecimento, de sonho. (...) Consumimos em espetáculo aquilo que a vida real nos recusa. (LIPOVETSKY, 1989, p. 221).

As comunicações de massa não fornecem a realidade, mas a sensação dela. Elas sistematizam um comportamento generalizado característico da sociedade de consumo: a “recusa do real, baseada na apreensão ávida e multiplicada dos seus signos” (BAUDRILLARD, 2008, p. 26). Os indivíduos buscam esquecer o real, conhecer o mundo ilimitado das projeções e identificações (LIPOVETSKY, 1989).

Historicamente, sendo a cultura de massa um meio de evasão dos indivíduos, identifica-se que ela teve uma determinante função: a de reorientar as atitudes individuais e coletivas, propagando novos padrões de vida (LIPOVETSKY, 1989).

A cultura de massa, desde os anos 20 e 30, funcionou como agente de aceleração do declínio dos valores tradicionalistas e rigoristas, desagregou as formas de comportamento herdadas do passado propondo novos ideais, novos estilos de vida fundados na realização íntima, no divertimento, no consumo, no amor. (LIPOVETSKY, 1989, p.222)

Entretanto, a “problemática do negativo, a alienação e o consolo da consciência” também são frutos do individualismo orientado pelas culturas de massa. Ao tornar fictícia parte da vida de seus consumidores, elas produzem, na realidade, uma “pseudo-individualidade” (LIPOVETSKY, 1989).

#### 2.1.2.2.1 Uma nova fase

O impacto da indústria cultural<sup>5</sup> não pode mais ser concebido da mesma forma que o modelo a partir dos anos 30. “Durante toda a idade de ouro, a cultura de massa se impôs rumorosamente a uma sociedade amplamente ligada a princípios

---

<sup>5</sup> Em sua obra *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, interpreta-se que Giles Lipovetsky trabalha os termos “indústria cultural” e “cultura de massa” como sinônimos.

tradicionalistas, a normas puritanas ou conformistas” (LIPOVETSKY,1989). Após incorporar massivamente informações apresentadas pelo cinema, esta sociedade, hoje, entra em uma nova fase.

Antes, a cultura de massa buscava antecipar costumes. Desde os anos 60, porém, ela apenas acompanha esses costumes, reproduzindo os novos valores dominantes (LIPOVETSKY, 1989). O “lugar do consumo” passa a ser a vida cotidiana (BAUDRILLARD, 2008), que se transforma dos padrões de vida exibidos pela cultura midiática (LIPOVETSKY, 1989).

Assim se define o consumo e o efeito do consumo sistemático ao nível dos *mass media*. Em vez de ir ao mundo por intermédio da imagem, é a imagem que se dobra sobre si mesma pelo desvio do mundo (o significante designa-se a si mesmo por detrás do álbi do significado). (BAUDRILLARD, 2008, p. 161)

## 2.2 Comunicação em tempos de modernidade líquida

Segundo Santaella (2001), embora seja recorrente a afirmação de que o ser humano, hoje, está inserido em uma civilização da comunicação, comunicar-se não é novidade para ele. “O ser humano sempre foi por natureza um ser simbólico, ser de linguagem e de comunicação”. Entretanto, é possível afirmar que, hoje, o ser humano dispõe de meios que se multiplicam crescente e aceleradamente para criar, registrar, transmitir e armazenar linguagens e informações.

A natureza dessa nova fase na história da comunicação e da humanidade é metaforicamente explicada e chamada por Bauman (2001) de *modernidade líquida*.

Os fluidos, por assim dizer, não fixam o espaço nem prendem o tempo. Enquanto os sólidos têm dimensões espaciais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou o tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la; assim, para eles, o que conta é o tempo, mais do que o espaço que lhes toca ocupar; espaço que, afinal, preenchem apenas “por um momento”. Em certo sentido, os sólidos suprimem o tempo; para os líquidos, ao contrário, o tempo é o que importa. (BAUMAN, 2001, p.8)

Para BAUMAN (2001), a ‘fluidez’ é uma característica da modernidade desde sua concepção. Porém, o que está acontecendo hoje é “uma redistribuição e realocação dos ‘poderes de derretimento’ da modernidade” (BAUMAN, 2001, p. 13).

Primeiro, eles afetaram as instituições existentes, as molduras que circunscreviam o domínio das ações-escolhas possíveis, como os estamentos hereditários com a sua alocação por atribuição, sem chance de apelação. Configurações, constelações, padrões de dependência e

interação, tudo isso foi posto a derreter no cadinho, para ser depois novamente moldado e refeito; essa foi a fase de “quebrar a forma” na história da modernidade inerentemente transgressiva, rompedora de fronteiras e capaz de tudo desmoronar. Quanto aos indivíduos, porém – eles podem ser desculpados por ter deixado de notá-lo; passaram a ser confrontados por padrões e figurações que, ainda que “novas e aperfeiçoadas”, eram tão duras e indomáveis como sempre. (BAUMAN, 2001, p.13)

Padrões com os quais antes era possível se guiar por considerá-los pontos estáveis de orientação, estão cada vez mais em falta. A sociedade passa de uma era de “grupos de referência” predeterminados para uma de “comparação universal”, onde o processo de autoconstrução individual é subdeterminado e sofre, ainda, constantes mudanças (BAUMAN, 2001).

### 2.3 Questão de gênero

As mudanças ocorridas no século XX são, para Santaella (2008), decorrentes da expansão do capitalismo, das revoluções científicas e tecnológicas e do crescimento do papel desempenhado pela cultura no campo social, dentre outros fatores. Para a autora, dentre as mutações socioculturais, a ruptura histórica na forma como a identidade feminina é construída merece atenção especial, visto que iniciou uma transformação no modo de socialização e individualização do feminino, levando a uma generalização do princípio do livre governo de si (LIPOVETSKY, 2000).

#### 2.3.1 Cultura midiática e consumo – novos valores, nova cultura

Dando novo sentido à afirmação da independência feminina, essa transformação foi favorecida por novos valores culturais estabelecidos pelo estabelecimento e desenvolvimento da sociedade de consumo de massa: primeiramente, baseada na criação e no estímulo de novas necessidades, a economia passou a favorecer o trabalho feminino, visto que a maior oferta de objetos, serviços e lazer aumentaram a exigência de uma fonte de renda suplementar na família; posteriormente, a sociedade de consumo desqualificou o modelo da “perfeita dona de casa”. Propagando os valores de bem-estar, de lazer e de felicidade individual, a nova cultura “legitimou os desejos de viver mais para si e por si” (LIPOVETSKY, 2000).

Contribuindo como um dos principais fatores de construção das identidades femininas (SANTAELLA, 2008), a imprensa, ao longo do século XX, adquiriu um imenso poder de influência sobre as mulheres (LIPOVETSKY, 2000) ao oferecer

descrições visuais do que é conveniente, seja no âmbito da aparência, personalidade, caráter, relacionamento afetivo, dentre outros, para alcançar e dominar os parâmetros de sensibilidade, sociabilidade e visibilidade desejados (FREIRE FILHO, 2007 *apud* SANTAELLA, 2008).

Para Lipovetsky (2000), o poder de influência da imprensa age de duas formas sobre a mulher: de um lado, é acusado, desde os anos 60, de “submeter as mulheres à cultura do consumível”, resultando em uma homogeneização das aparências; em paralelo, “a mídia feminina caracteriza-se igualmente por uma obra de valorização da individualidade e da personalidade”, levando ao controle da própria vida. Portanto, não é necessário “diabolizar” a imprensa: “é preciso interpretar sua ação ao mesmo tempo como meio de direção coletiva dos gostos e como um vetor de personalização e de apropriação de si” (LIPOVETSKY, 2000, p. 168). Mesmo sendo “consumidoras de imagens”, as mulheres fazem uso dos diversos modelos propostos de forma criativa e pessoal, não sendo, assim, menos “protagonistas” de suas vidas.

### 2.3.2 Surge um novo modelo de mulher

Distanciando-se do anterior modelo de mulher enaltecida, idolatrada, criação ideal dos homens, emerge a “terceira mulher” (LIPOVETSKY, 2000), um novo modelo social do feminino, caracterizado por sua independência em relação à influência masculina tradicional.

A primeira mulher era diabolizada e desprezada; a segunda mulher, adulada, idealizada, instalada num trono. Mas em todos os casos a mulher era subordinada ao homem, pensada por ele, definida em relação a ele: não era nada além do que o homem queria que fosse. Essa lógica de dependência diante dos homens já não é mais o que rege mais profundamente a condição feminina nas democracias ocidentais. Desvitalização do ideal da mulher do lar, legitimidade dos estudos e do trabalho femininos, direito de voto, “descasamento”, liberdade sexual, controle da procriação: manifestações do acesso das mulheres à inteira disposição de si em todas as esferas da existência, dispositivos que constroem o modelo da “terceira mulher”. (LIPOVETSKY, 2000, p. 236)

Porém, apesar de marcar uma importante ruptura histórica, o modelo da terceira mulher não corresponde à extinção da desigualdade entre os sexos; trata-se de um processo de igualação das condições dos dois gêneros, visto que a cultura passa a assegurar a individualidade para ambos, sem um modelo social imperativo (LIPOVETSKY, 2000). “O que se propaga não é a semelhança dos papéis sexuais, mas a não-diretividade dos modelos sociais e, correlativamente, o poder de

autodeterminação e de indeterminação subjetiva dos dois gêneros” (LIPOVETSKY, 2000).

### 2.3.3 A mulher contemporânea

Representando uma “síntese complexa de valores revisitados do passado com as conquistas realizadas pelos movimentos feministas”, o perfil da mulher contemporânea, cercada por diversos e incontáveis estímulos simbólicos, caracteriza-se pelo indefinido e inacabado, efeito de tempos de modernidade líquida, hipermodernidade e hipermobilidade (SANTAELLA, 2008 *apud* BAUMAN, 2001; LIPOVETSKY, 2004).

Sem abrir mão das conquistas modernas, a mulher contemporânea busca releituras de valores tradicionais.

Embora eleja como meta essencial a emancipação e satisfação profissional, intelectual e cultural, essa mulher híbrida não abre mão do amor, do companheirismo, da busca de complementariedade, dos filhos e do conforto doméstico e pessoal, equilibrando-se entre essas figurações, sem submeter-se às tiranias do papel de senhora do lar. (SANTAELLA, 2008, p. 109)

#### 2.3.3.1 Uma nova fase da sociedade de consumo

Dentro dos padrões da nova e atual personalidade feminina não se encaixa mais o consumo destemperado e indiscriminado. A mulher contemporânea é uma consumidora exigente e bem informada, sabendo o que quer e como tomar decisões a esse respeito (SANTAELLA, 2008).

Para Santaella (2008, p. 111), por essa razão “estamos atravessando uma outra fase da sociedade de consumo”. O consumo, agora, buscando se distanciar tanto da opulência quanto do excesso, passa a ser emocional, a oferecer uma experiência. Ele é capaz de provocar sensações diferenciadas proporcionadas pela opção por produtos de qualidade e especiais.

### 3 METODOLOGIA

Metodologia, palavra derivada de “método” – do latim *methodus* (caminho ou via para a realização de algo) –, consiste no estudo dos métodos utilizados em busca de determinado conhecimento. O caminho para se chegar a um objetivo certo, segundo Gil (2008), define o que é método. A identificação de operações intelectuais e técnicas, que possibilitam a verificação de determinado conhecimento, faz com que este venha a ser considerado científico.

Para Lakatos (2003, p. 83), “não há ciência sem o emprego de métodos científicos”:

O método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros –, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista. (LAKATOS, 2003, p. 83)

#### 3.1 Método hipotético-indutivo

Definido por Karl Popper a partir de críticas à indução, o método hipotético-indutivo argumenta que a indução cai, invariavelmente, no apriorismo; ela parte de uma coerência metodológica porque é justificada dedutivamente (GIL, 2008).

Quando os conhecimentos disponíveis sobre determinado assunto são insuficientes para a explicação de um fenômeno, surge o problema. Para tentar explicar a dificuldade expressa no problema, são formuladas conjecturas ou hipóteses. (GIL, 2008, p. 12)

#### 3.2 Pesquisa exploratória

Desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias: essas são, conforme Gil (2008), as principais finalidades das pesquisas exploratórias, que visam a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses que possam ser pesquisadas em estudos posteriores.

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.(...) Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. (GIL, 2008, p.27)

Sendo a pesquisa exploratória o primeiro momento do presente trabalho, foi feito um levantamento bibliográfico, desenvolvido a partir de material já elaborado. Para identificar quais as fontes mais apropriadas para o objetivo do trabalho, foram

consultados artigos e trabalho, anteriormente publicados, que tivessem um objeto de estudo semelhante.

Desta forma, com o objetivo de reunir conceitos e teorias que dessem embasamento para as ideias acerca do tema, foram consultados, principalmente, livros e artigos que proporcionaram uma aproximação e visão geral do objeto central do estudo – o estereótipo da princesa Disney – para posterior análise.

### 3.3 Pesquisa explicativa

Para Gil (2008), a preocupação central das pesquisas explicativas é “identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos”. Por explicar a razão de tudo, este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, o que o torna o mais complexo e delicado.

A segunda etapa do presente trabalho buscou, inicialmente, identificar o que caracteriza cada princesa e quais as variações percebidas em seu estereótipo a cada nova produção. A identificação dessas variáveis possibilitou a divisão em três grupos de princesas – clássicas, rebeldes e contemporâneas –, ao passo que cada grupo reúne, de forma geral, características em comum, além do fato de seus filmes serem produzidos no mesmo período/década. As nomenclaturas utilizadas para cada grupo foram feitas de acordo com a monografia *Feminismo e príncipes encantados: a representação feminina nos filmes de princesa da Disney*, de Fernanda Cabanez Breder, em 2013, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro,

Com foco na identificação dos fatores que contribuíram para a evolução do estereótipo das princesas Disney, as teorias e conceitos previamente reunidos foram relacionados com as características de cada grupo de princesas.

Desta forma, este estudo buscou responder à seguinte questão: quais mudanças podem acontecer e o que deve permanecer no estereótipo das princesas Disney?

## 4 ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DO ESTEREÓTIPO DAS PRINCESAS DISNEY

### 4.1 Contextualização

#### 4.1.1 A Disney

Inicialmente conhecida como *Disney Brothers Studio*, um estúdio de desenho animado, considera-se, de acordo com o site oficial da Walt Disney Company<sup>6</sup>, a assinatura do contrato de Walter Elias Disney, o Walt Disney, com MJ Winkler, em 16 de outubro de 1923 para produzir a série *Alice Comedies*, como o início da empresa que conquista gerações há mais de nove décadas.

Tendo estudado em escola de arte, Disney conhecia os rudimentos técnicos e artísticos da animação. Porém, segundo Barbosa Júnior (2002), apesar de desenhar razoavelmente bem, ele logo percebeu que outros artistas o faziam melhor que ele e concentrou-se no trabalho de direção, controlando todo o processo de produção. Com apurado senso estético, para Walt Disney, o objetivo da animação era entreter o público, divertir e dar prazer. Assim, conta Barbosa Júnior (2002), almejava atingir, com a animação, a “ilusão da vida”. O personagem de animação, para Disney, tinha que atuar, representar, parecer que pensa, respira e, por fim, estar inserido em uma história.

Em 1928, o primeiro personagem a fazer sucesso e, hoje, mascote e símbolo da empresa Disney, Mickey Mouse, foi criado. De acordo com Nader (2001), no primeiro volume da biografia de Walt Disney, o empresário não admitia que Mickey fosse visto sem ser ouvido. Assim, *Steamboat Willie*, apresentado no *Colony Theatre*, em Nova York, no dia 28 de dezembro de 1928, marcou o lançamento do primeiro desenho animado sonoro do camundongo e, também, a primeira aparição de Minnie Mouse. Em apenas um ano foram produzidos quinze desenhos e, até 1945, foi o próprio Walt quem fez a voz do Mickey. “O talento de Walt Disney foi reconhecido, e a nação inteira clamava pelos ‘alegres sons do Mickey Mouse’” (NADER, 2001, p. 65)

---

<sup>6</sup> <https://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1920-01-01--1929-12-31> - Acesso em 12 de setembro de 2015.

O uso do som e o sucesso de Mickey, de acordo com Barbosa Júnior (2002), logo tornaram o estúdio de Walt Disney o mais avançado. Porém, isso não fez com que ele se contentasse e partiu para novas experimentações em busca da almejada “ilusão da vida”.

Em 1932, Disney realiza seu primeiro filme colorido e também o primeiro na história da animação a ganhar o prêmio Oscar: *Flowers and Trees* (BARBOSA JÚNIOR, 2002).

Em 1933 é lançado *Os Três Porquinhos*. Barbosa Júnior (2002) cita Solomon<sup>7</sup>, que se refere ao filme como o mais significativo da série intitulada *Silly Symphonies*, visto que, pela primeira vez, personagens fisicamente parecidos revelavam sua personalidade pela forma de agir.

#### 4.1.1.1 Animação no cinema

Ao estudarmos a história da animação, segundo Barbosa Júnior (2002, p. 81), entendemos que “a arte só se manifesta quando, por trás do objeto artístico, se encontra um indivíduo motivado com as qualidades e conhecimentos especificamente necessários a esse empreendimento”. Walt Disney, assim como outros animadores independentes, comprovam essa afirmação ao conseguirem combinar engenhosidade técnica, imaginação e talento artístico.

Walt Disney cogitou, durante longo tempo, a produção de um longa-metragem animado. Conforme o site *Webcine*<sup>8</sup>, no início dos anos 30, ele e a atriz de fama internacional Mary Pickford chegaram a discutir a produção de *Alice no País das Maravilhas* como um projeto semelhante a *Will Rogers*, com a atriz no papel principal e os demais personagens sendo desenhos animados. O projeto, entretanto, acabou arquivado.

De acordo com o site, uma das razões para a ideia de se produzir um longa-metragem animado era a situação econômica do mercado na época. A introdução dos programas duplos nos cinemas ao longo da década de 30, com exibições de dois longas-metragens consecutivos, estava tirando os curtas animados Disney das telas.

---

<sup>7</sup> Charles Solomon, *The History of Animation*, cit., p.49.

<sup>8</sup> <http://www.webcine.com.br/notaspro/npbranev.htm> - Acesso em 13 de setembro de 2015.

Entretanto, segundo Barbosa Júnior (2002), manter uma plateia interessada em um filme de animação durante uma hora e meia não era tarefa fácil. Contudo, era esperado que Walt, com seu espírito desbravador e conquistas técnicas e artísticas que o empurravam em tal direção, se dispusesse a encarar uma produção com tamanha escala.

NADER (2001) conta que, em um dia de 1934, após o expediente, Walt Disney reuniu seus animadores em uma sala e começou a contar-lhes uma história. Ken Anderson, veterano diretor de arte dos estúdios Disney, de acordo com o site *Webcine*, relembra:

Uma noite voltamos ao trabalho no estúdio após o jantar e Walt conduziu uns quarenta de nós até um pequeno estúdio de filmagem. Todos nós sentamos em cadeiras de diretor, as luzes se apagaram e Walt passou as quatro horas seguintes nos contando a história de *Branca de Neve e os Sete Anões*. Ele não ia simplesmente narrando a história, ele a encenava, interpretando cada um de seus personagens e, ao concluí-la, nos contou que seria nosso primeiro longa-metragem. Ele planejava fazer algo que nenhum outro estúdio jamais havia tentado, mas sua confiança no sucesso do projeto Branca de Neve foi uma inspiração para todos nós.

A produção de *Branca de Neve e os Sete Anões* teve início em 1934, com orçamento inicial, conforme Nader (2001), de quinhentos mil dólares. O filme, porém, foi refeito várias vezes, pois Walt queria perfeição. Ele levou três anos para ser concluído, e a verba final gasta foi de um milhão e setecentos mil dólares.

Em 21 de dezembro de 1937, segundo o site oficial da Walt Disney Company<sup>9</sup>, o primeiro longa-metragem animado da história estreou no *Carthay Circle Theatre*, quebrando todos os recordes de bilheteria.

Na semana de estreia, de acordo com Nader (2001), a revista *The Time* publicou uma matéria sobre o filme:

Branca de Neve é uma combinação de Hollywood e os irmãos Grimm, com a fantasia melancólica e sonhadora das crianças do mundo inteiro. Trata-se de uma obra-prima que vai ser assistida e amada por novas gerações, muito depois que as atuais estrelas de Hollywood estiverem dormindo em algum lugar onde nenhum beijo de príncipe poderá acordá-las.

---

<sup>9</sup> <https://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1920-01-01--1929-12-31> - Acesso em 12 de setembro de 2015.

O sucesso de *Branca de Neve e os Sete Anões* foi tanto que a produção conquistou um Oscar peculiar: uma estatueta grande e sete estatuetas pequenas, todos entregues pela maior estrela infantil da época, Shirley Temple (NADER, 2001).

O êxito de *Branca de Neve* foi tamanho que se torna irrelevante enumerar seus prêmios e conquistas de mercado. Com Disney, a animação chegara ao seu amadurecimento artístico, definira-se como uma “arte separada dentro de outra arte”<sup>10</sup>. A animação, finalmente, emergia como forma válida de expressão artística e fazia ver todo seu poder como entretenimento. (BARBOSA JÚNIOR, 2002, p. 119)

*Branca de Neve e os Sete Anões* inaugurava uma longa série de obras-primas e, “mesmo após a morte de Walt Disney, os estúdios continuam a produzir obras do gênero e, com regularidade, longas-metragens no espírito do mestre” (PARAIRE, 1994, p. 78).

#### 4.1.2 Histórias de princesas

*Branca de Neve e os Sete Anões* estreia, ainda, um outro tipo de filme tão famoso dos estúdios Disney: os filmes animados de princesas – garotas jovens, cheias de sonhos, que se destacam por suas personalidades e, principalmente, por por suas belezas (o que remete, bastante, ao estereótipo da Donzela).

Desde 1937, os filmes com as princesas vêm sendo lançados pelos estúdios Disney, em sua maioria como releituras de contos já existentes. De lá para cá, foram doze filmes lançados, com treze princesas no total, sendo:

- a. *Branca de Neve e Os Sete Anões* (1937) – Branca de Neve;
- b. *Cinderela* (1950) – Cinderela;
- c. *A Bela Adormecida* (1959) – Aurora;
- d. *A Pequena Sereia* (1989) – Ariel;
- e. *A Bela e a Fera* (1991) – Bela;
- f. *Aladdin* (1992) – Jasmine;
- g. *Pocahontas* (1995) – Pocahontas;
- h. *Mulan* (1998) – Mulan;
- i. *A Princesa e o Sapo* (2009) – Tiana;
- j. *Enrolados* (2010) – Rapunzel;
- k. *Valente* (2012) – Merida;

---

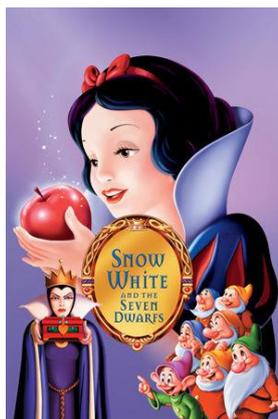
<sup>10</sup> John Halas & Roger Manvell, *A técnica da animação cinematográfica*, cit., p. 27.

I. *Frozen: Uma Aventura Congelante* (2013) – Anna e Elsa.

4.1.2.1 Sinopses

Com breves introduções às histórias dos filmes de princesas lançados pela Disney, as sinopses a seguir oferecem um “primeiro olhar” para essas personagens.

4.1.2.1.1 Branca de Neve e os Sete Anões (1937)



**Imagem 1**<sup>11</sup> Branca de Neve e os Sete Anões

Branca de Neve é baseada na personagem do conto de fadas *Schneewittchen*, dos Irmãos Grimm, que fala sobre uma bela princesa alemã que tem uma ciumenta madrasta.

No clássico de Walt Disney, Branca de Neve, a linda princesa de nobre coração, é adorada por todas as criaturas do reino, exceto por sua invejosa madrasta, a Rainha. Dominada pela vaidade e pela inveja, quando o Espelho Mágico declara Branca de Neve como sendo a mais bela de todas, a madrasta ordena a morte da princesa, que foge para a floresta e conhece sete adoráveis anões: Dunga, Mestre, Feliz, Dengoso, Soneca, Zangado e Atchim.

Porém, quando a Rainha descobre que a princesa ainda vive, engana Branca de Neve, que morde uma maçã envenenada e cai em um “sono de morte”, do qual só poderá ser salva pelo Príncipe, seu verdadeiro amor.

---

<sup>11</sup> Foto das capas dos filmes retiradas de <http://filmes.disney.com.br/todos-os-filmes> – Acesso em 17 de outubro de 2015.

#### 4.1.2.1.2 Cinderela (1950)



Imagem 2 – Cinderela

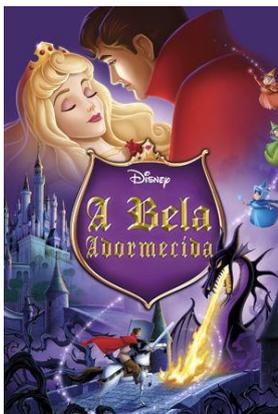
Cinderela, um dos maiores clássicos da Disney, possui algumas versões anteriores à dos estúdios Disney. A mais conhecida delas, entretanto, foi criada em 1697: *Cendrillon*, de Charles Perrault.

O longa-metragem animado conta a história de uma bela jovem que, após o falecimento de seu pai, convive apenas com sua madrasta e meias-irmãs malvadas e que a tratam como uma empregada.

Movida não apenas por maldade, mas pela inveja da beleza da enteada, a madrasta de Cinderela a proíbe de ir ao Baile Real. É quando a Fada Madrinha aparece e, usando sua varinha mágica para transformar uma simples abóbora em uma carruagem mágica e as roupas velhas de Cinderela em um belo vestido de gala, prepara a moça para brilhar, com a condição de que ela volte até o último badalo dos sinos da meia-noite.

Assim, Cinderela vai ao baile e, após um único olhar e uma única dança, o Príncipe se apaixona por ela. Porém, ela é obrigada a fugir. O amor do Príncipe não deixa que ele desista e, ao final, Cinderela é resgatada da vida de servidão e se casa, vivendo feliz para sempre.

#### 4.1.2.1.3 A Bela Adormecida (1959)



**Imagem 3** – A Bela Adormecida

Vagamente baseada no conto *La Belle au Bois Domant*, de Charles Perrault, a história começa durante a comemoração do nascimento da bela Princesa Aurora, quando três fadas madrinhas chegam para oferecer os seus presentes para a menina.

Flora lhe oferece o dom da beleza, Fauna concede o dom do canto e, momentos antes que Primavera desse seu presente, a malvada bruxa Malévola aparece e lança um terrível feitiço sobre Aurora: quando ela completar 16 anos, furará o dedo e morrerá.

Impedida de desfazer a maldição de Malévola, a fada Primavera descobre um jeito de amenizar o feitiço: seu presente é que, quando a princesa espetar o dedo, não mais morrerá, mas cairá em um sono profundo, do qual um beijo do seu verdadeiro amor a salvará.

O Rei e a Rainha tentam sem sucesso afastar Aurora da maldição, isolando-a no campo com as fadas. Lá, às vésperas de seu aniversário de dezesseis, em um breve encontro, a princesa conhece o valente Príncipe Felipe que, ao final, se mostra seu verdadeiro amor e a desperta.

#### 4.1.2.1.4 A Pequena Sereia (1989)

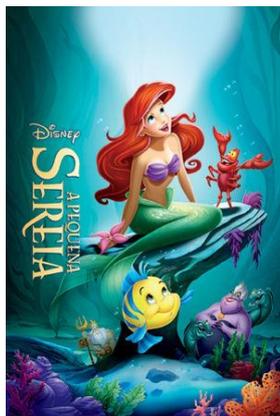


Imagem 4 – A Pequena Sereia

De forma vaga, o filme dos estúdios Disney é baseado no conto dinamarquês *Den Lille Havfrue*, de Hans Christian Andersen.

No filme, Ariel, filha mais nova do Rei Tritão, vive no fundo do mar e é uma sereia independente que quer fazer parte do mundo dos humanos. Após se apaixonar pelo príncipe humano Eric, ela faz um acordo com Úrsula, a esperta bruxa do mar, que toma sua voz em troca de pernas.

Ariel embarca na aventura da sua vida ao lado de Linguado e Sebastião e precisará ser valente e determinada para fazer o bem para os seus dois mundos.

#### 4.1.2.1.5 A Bela e a Fera (1991)



Imagem 5 – A Bela e a Fera

Aclamado e adorado como nenhum outro, este amado clássico da Disney é vagamente baseado no conto de fadas francês *La Belle et la Bête*, de Madame Jeanne-Marie le Prince de Beaumont.

Bela, uma brilhante jovem, torna-se prisioneira no castelo de uma fera misteriosa após negociar a liberdade de seu pai. Com a ajuda dos empregados encantados do castelo, a jovem aprende a ver o lado bom escondido atrás da aparência horrível da Fera, e um belo romance nasce entre os dois amigos. Bela aprende a lição mais importante de todas: a verdadeira beleza está no interior.

Após Bela confessar seu amor, no final do filme, a Fera se transforma, junto com seus empregados, novamente em um ser humano.

#### 4.1.2.1.6 Aladdin (1992)

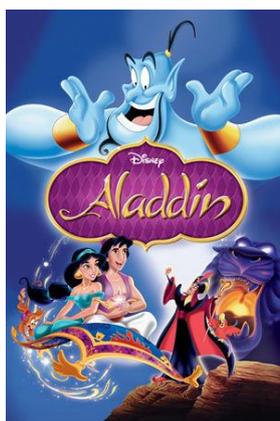


Imagem 6 – Aladdin

Dentre os filmes de princesas, *Aladdin* é o único em que a princesa é um personagem secundário.

No filme, ligeiramente baseado na história chinesa de *Aladdin e sua Lâmpada Maravilhosa de 1001 Noites*, um jovem ladrão chamado Aladdin, acompanhado de Abu, um macaquinho ousado, se apaixona e decide conquistar o coração de Jasmine, a corajosa e independente princesa de Agrabah, que sonha em ver o que está além dos muros de seu palácio e se libertar das ideias de casamento arranjado de seu pai.

A vida de Aladdin muda para sempre quando ele encontra o que parece ser só uma lâmpada, mas, na verdade, é uma lâmpada mágica. Ao esfregá-la, um grande e

adorável gênio aparece e lhe oferece três desejos que o farão viver uma incrível aventura cheia de descobertas a bordo de um tapete mágico.

#### 4.1.2.1.7 Pocahontas (1995)

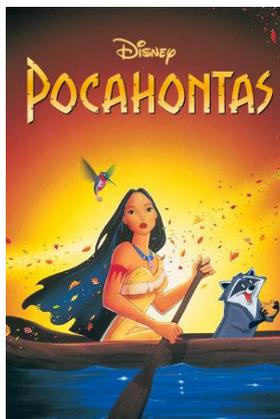


Imagem 7 – Pocahontas

A chegada de um misterioso navio de colonos ingleses, em busca de ouro no Novo Mundo para o governador inglês Ratcliffe, assusta o povo indígena e uma linda princesa índia chamada Pocahontas, filha do chefe da tribo Powhatan.

Pocahontas é prometida, por seu pai, ao maior guerreiro da tribo, mas a independente princesa é contra seu casamento e acaba se apaixonando pelo Capitão John Smith, um forasteiro.

Entre as posições de Ratcliffe, que acredita que os “selvagens” escondem o ouro, e o chefe da tribo Powhatan, que acredita que os recém-chegados brancos destruirão a terra, Smith e Pocahontas, com a ajuda da sábia e mágica Vovó Willow, enfrentam uma situação para prevenir uma guerra e salvar o amor que têm um pelo outro.

#### 4.1.2.1.8 Mulan (1998)



Imagem 8 – Mulan

Baseado em uma das lendas mais populares da China e ambientado na vasta e poética paisagem do país, este filme conta a história de uma destemida e corajosa jovem que decide colocar em risco a própria vida para salvar a de seu pai e o Império Chinês.

Quando a China é invadida pelos Hunos e seu doente pai, único homem da família, é recrutado para a guerra, Mulan decide se disfarçar e foge para treinar para ser um bom soldado e, assim, ocupar o lugar de seu pai no exército chinês.

Acompanhada pelo dragão de guarda Mushu, enviado por seus ancestrais, Mulan acaba aprendendo muitas lições sobre coragem, honra e amor.

#### 4.1.2.1.9 A Princesa e o Sapo (2009)



Imagem 9 – A Princesa e o Sapo

Em Nova Orleans, uma jovem negra chamada Tiana sonha em abrir seu próprio restaurante. Inspirada pelo falecido pai, ela seguiu seu conselho em sonhar alto e a trabalhar duramente para atingir seus objetivos, não desistindo diante de obstáculos.

Entretanto, ao longo do tempo, Tiana começa a esquecer o que realmente é importante e, ao encontrar um Príncipe, que foi transformado em sapo e está desesperado para recuperar a sua forma humana, um beijo os faz viver uma aventura divertida pelas paisagens misteriosas de Louisiana que lhe revela que o que ela quer não é necessariamente o que precisa. Tiana se apaixona pelo príncipe Naveen e, junto com ele, realiza todos seus sonhos.

#### 4.1.2.1.10 Enrolados (2010)

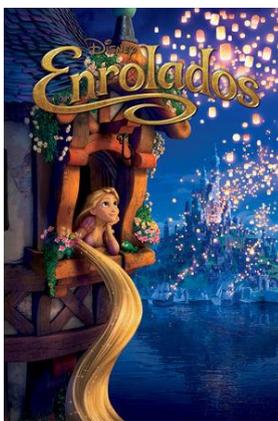


Imagem 10 – Enrolados

Rapunzel, uma garota cheia de vida e curiosidade, com um cabelo mágico de vinte e um metros, vive em uma misteriosa torre, onde passa seus dias envolvida com arte, livros e sua imaginação.

Quando o bandido mais procurado e encantador do reino, Flynn Rider, busca refúgio nessa mesma torre, a última pessoa que ele espera encontrar é Rapunzel, que aproveita a oportunidade para escapar e explorar o reino.

Juntos, a dupla parte em uma fantástica jornada cheia de heróis surpreendentes, risadas e suspense.

#### 4.1.2.1.11 Valente (2012)



**Imagem 11 – Valente**

Merida, uma talentosa arqueira e a teimosa filha do Rei Fergus e da Rainha Elinor, está decidida a ter controle sobre o próprio destino.

Cheia de responsabilidade e expectativas decorrentes de seu papel real, Merida desafia uma antiga tradição sagrada para os agitados e divertidos Lordes do reino. Porém, quando suas ações acabam, sem querer, desencadeando o caos no reino, Merida precisa usar todas as suas habilidades e recursos, incluindo seus travessos e inteligentes irmãos trigêmeos. Para desfazer uma terrível maldição antes que seja tarde demais, ela embarca em uma viagem que a obriga a buscar, dentro de si, o significado de valentia e revela seu verdadeiro destino.

#### 4.1.2.1.12 Frozen: Uma Aventura Congelante (2013)



**Imagem 12 – Frozen:  
uma aventura congelante**

Anna, a princesa mais nova do reino de Arendell, adora sua irmã Elsa, mas um acidente envolvendo os poderes especiais da mais velha, durante a infância, fez com que seus pais as mantivessem afastadas.

Após a morte do Rei e da Rainha em um naufrágio, as duas cresceram isoladas no castelo da família, até o dia em que Elsa deveria assumir o trono. No reencontro das irmãs, Elsa perde o controle de seus poderes, o que a leva a partir para se isolar do mundo, deixando todos para trás e provocando o congelamento do reino.

Destemida e otimista, Anna parte em uma jornada em busca da irmã. Ao lado do alpinista Kristoff e de sua leal rena, Sven, encontrarão trolls místicos, um divertido boneco de neve chamado Olaf, baixíssimas temperaturas e muita magia em todos os lugares em uma corrida contra o tempo para impedir o reino de ser destruído.

#### 4.2 Desenvolvimento

Contando histórias de contos de fadas, os filmes animados das princesas Disney são verdadeiros mitos modernos. Produtos da indústria cultural, oferecem diferentes universos que possibilitam mudança de ares, lazer, um meio de evasão para os contratemplos do dia-a-dia. Representam uma “realidade enfeitada” onde, apesar de qualquer adversidade, um final feliz sempre é possível.

Como mitos, esses contos de fadas são sistemas semiológicos segundos<sup>12</sup>: o formato de filme funciona como significante; a totalidade de símbolos representados são signos que, por sua vez, transmitem um significado. Indo além de personagens de princesas, sendo filmes da Disney repleto de simbologia, esses contos de fadas acabam se tornando um modelo e, por se tornarem uma outra coisa, adotam um novo significado.

Reinos encantados, aventuras, magia, o verdadeiro amor, a luta sempre vitoriosa do bem contra o mal. Esses filmes são extremamente simbólicos. Fazem uso de imagens arquetípicas, símbolos que representam conteúdos inconscientes e produzem efeitos psicológicos em seus espectadores.

---

<sup>12</sup> Ver citação na página 10 – “Mas o mito é um sistema particular, visto que ele se constrói a partir de uma cadeia semiológica que existe já antes dele: é um *sistema semiológico segundo*” (BARTHES, 2001, p.136).

Quando expostos repetitivamente, filme após filme, princesa após princesa, aos mesmos símbolos, esses espectadores são indiretamente influenciados. Tal influência tem valor significativo em relação aos estereótipos: não apenas quanto ao modo de transmissão, mas também quanto à sua evolução.

Pela perspectiva do consumo, a transmissão do estereótipo das princesas pelos filmes pode se dar de forma a orientar, ou reorientar, comportamentos e atitudes, nutrindo em sua audiência um sentimento de diferenciação, de individualidade, enquanto ao mesmo tempo leva à uniformização e padronização coletiva – os símbolos são manipulados de forma conjunta, levando a tal significação.

Entretanto, é importante observar que o estereótipo das princesas nem sempre foi o mesmo. Desde o lançamento do primeiro filme, *Branca de Neve e os Sete Anões*, em 1937, até o último, lançado em 2013, *Frozen: Uma Aventura Congelante*, esse estereótipo vem sofrendo alterações: evolue junto à emancipação feminina.

#### 4.2.1 Princesas clássicas<sup>13</sup> (1937-1959)

As primeiras princesas, aqui chamadas de clássicas, eram a “personificação” da beleza, delicadeza e feminilidade. Feminilidade, porém, idealizada por homens e para homens.

Criadas de acordo com os moldes de uma sociedade tradicionalista, é possível perceber que as princesas *Branca de Neve*, *Cinderela* e *Aurora* se encaixam no modelo da “segunda mulher” definido por Lipovetsky. Correspondendo ao estereótipo da mãe no lar, as princesas clássicas são mulheres enaltecidas, idolatradas, idealizadas pelos homens segundo o perfil “esposa-mãe-dona-de-casa”, cujo único objetivo é encontrar o amor verdadeiro e, a partir daí, se dedicar à sua única razão de viver: cuidar do marido, dos filhos e da felicidade da família. Esse modelo de mulher é mais evidente e fácil de identificar na *Branca de Neve*: na forma como se preocupa em manter a casa dos anões limpa e organizada – antes mesmo de saber quem ali mora – e, como condição para ser aceita, conquista os anfitriões se comprometendo com os afazeres domésticos é um exemplo de quão exaltado era tal estereótipo,

---

<sup>13</sup> Nomenclatura utilizada para classificação dos grupos de princesas de acordo com a monografia *Feminismo e príncipes encantados: a representação feminina nos filmes de princesa da Disney*, de Fernanda Cabanez Breder – Universidade Federal do Rio de Janeiro – 2013.

principalmente no período entre-guerras, que corresponde com a idealização desta primeira princesa.

Entretanto, *Cinderela* e *Aurora*, ambas da década de 50, ainda que trazendo com menos força a exaltação do modelo da mulher do lar – o que se justifica por terem sido idealizadas em um período de recuo deste modelo em prol da promoção da mulher consumidora –, também exibem o estereótipo característico das princesas clássicas, que valoriza a beleza e a dependência em relação ao homem.

Este estereótipo é formado com a repetição de elementos, de valores, símbolos que dão expressão, dentre outros, aos arquétipos da Grande Mãe e, sobretudo, da Donzela.

A representação arquetípica da Grande Mãe pode ser facilmente identificada, como exemplo, na *Branca de Neve*, novamente na sua relação com os sete anões. O caráter alimentador e protetor deste arquétipo pode ser percebido na cena em que se preparam para jantar e a princesa, após olhar mão a mão e verificar quão sujas estavam, manda todos se lavarem para poderem comer.



**Imagem 13** –Branca de Neve e os Sete Anões – cena em que a princesa pede pra olhar as mãos dos anões.

O arquétipo da Donzela, por sua vez, pode ser percebido no perfil sonhador das princesas clássicas. Todas elas sonham com o o príncipe encantado – o amor verdadeiro encontrado com a troca de um olhar, uma canção, uma dança – que as resgatarão das adversidades em que se encontram para, então, serem felizes.

A imagem arquetípica da Donzela também pode ser identificada na valorização das belezas das princesas clássicas. *Cinderela*, por exemplo, era desdenhada e reduzida a empregada pelo fato de sua madrastada ter inveja de sua beleza perto das filhas feias. Beleza tamanha que, no baile, fez *Cinderela* se destacar e o príncipe se apaixonar. *Aurora*, por sua vez, antes de ser amaldiçoada por Malévola, foi contemplada com dois presentes pelas fadas: o dom do canto e beleza.

A noção da beleza e a feminilidade costumam estar ligadas. Nos anos 60, porém, essa questão foi alvo do movimento feminista, que almejava mais dinamismo para as mulheres.

#### 4.2.2 Princesas rebeldes<sup>14</sup> (1989-1998)

Modificando o estereótipo das princesas, a principal característica das princesas rebeldes pode ser percebida como expressão do arquétipo do Andarilho<sup>15</sup>. Essas princesas se destacam do padrão, do tradicional, vão contra regras a elas impostas em busca do novo, da independência. As princesas rebeldes se libertam do conformismo: *Ariel* é diferente das outras sereias e cultiva uma curiosidade e paixão pelas coisas do mundo fora do mar, indo contra ordens do pai; *Bela* é tida como “garota estranha” em sua vila por gostar de ler e sonhar em conhecer o mundo, diferentemente das demais garotas que suspiram por Gastão, o bonitão, ao passo que *Bela* o despreza; *Jasmine* contraria o pai ao desprezar todos os pretendentes, ricos e poderosos, que a cortejam e, ao fugir do palácio querendo conhecer seu povo, se apaixona por um jovem ladrão, com quem, contra convenções, fica no final; *Pocahontas* é curiosa, aventureira, e contra as vontades do pai e tradições da aldeia, repele a ideia de se casar com o principal guerreiro apenas por segurança e se apaixona por um desconhecido; e *Mulan*, que já se destaca inicialmente por não conseguir absorver as obrigações de uma “perfeita esposa” e ser considerada “estabanada” pela casamenteira, vai contra as tradições ao entrar, travestida de homem, no exército chinês, onde se destaca.

Essa mudança de comportamento das princesas, essa “rebeldia”, pode ser explicada pela mudança de valores promovida com o desenvolvimento da sociedade de consumo. Estabelecendo uma nova cultura que prezava a felicidade individual, esses novos valores desqualificaram o antigo estereótipo de mulher do lar e garantiram um novo modelo social feminino que não mais depende da influência tradicionalista dos homens. As mulheres passam a ser protagonistas de suas próprias

---

<sup>14</sup> Nomenclatura utilizada para classificação dos grupos de princesas de acordo com a monografia *Feminismo e príncipes encantados: a representação feminina nos filmes de princesa da Disney*, de Fernanda Cabanez Breder – Universidade Federal do Rio de Janeiro – 2013.

<sup>15</sup> Conforme explicado em citação na página 17: “Os Andarilhos buscam a independência e recebem o conformismo” (PEARSON, 1989, APUD RANDAZZO, 1996, p. 123).

vidas. Assim, as princesas rebeldes deixam para trás o antigo modelo de mulher das princesas clássicas e se moldam de acordo com a “terceira mulher”, de Lipovetsy.

Desta forma, as princesas rebeldes não mais sonham com o príncipe encantado e vivem à espera do amor verdadeiro para serem felizes. Elas vivem as próprias vidas e, como parte da vida, se apaixonam e vivem um grande amor.

Entretanto, é possível observar, a cada novo filme, a cada nova princesa, mudanças de comportamento e uma evolução quanto à imagem feminina, consequências da fluidez da modernidade e de suas formas.

Exemplo disso se dá pelo fato de que, gradualmente, junto do arquétipo do Andarilho, expressões de um outro arquétipo tradicionalmente masculino são assumidas pelas princesas rebeldes e se tornam cada vez mais evidentes. Trata-se do arquétipo do Guerreiro-Herói, percebido em atos de coragem, força e independência, a favor de uma crença ou por outros que não podem se defender, como quando *Pocahontas* salva John Smith da morte não apenas por o amar, mas principalmente por acreditar que ele era inocente e que aquilo desencadearia uma guerra errada e desnecessária entre índios e colonizadores.



**Imagem 14** – Pocahontas – cena em que a princesa salva John Smith e evita o confronto entre índios e colonizadores.

Juntamente com expressões arquetípicas da Guerreira-Heroína, a questão do amor verdadeiro também se modifica a cada princesa. O contraponto entre o primeiro e último filmes ilustra tal evolução: em 1989, *Ariel* se apaixonou na primeira vez que vê o príncipe Erick ao observá-lo dançando enquanto espia uma festa em um barco. Após salvá-lo de um naufrágio e confrontada por seu pai por quebrar as regras de não ir à superfície e de ter contato com os humanos, *Ariel* se dispõe a tudo para conquistar

seu verdadeiro amor. Em pacto com a bruxa do mar, ganha pernas, mas em troca perde sua voz, único instrumento que teria para o príncipe reconhecê-la. Após quebrar um feitiço da bruxa do mar e ter sua voz de volta, mas expor sua identidade como sereia, Erick reconhece na princesa seu verdadeiro amor e, antes do “felizes para sempre”, eles destroem juntos a bruxa do mar. Quase uma década depois, em 1998, *Mulan* é considerada “estabanada” e não consegue se adequar às tradições chinesas do casamento. Quando seu pai, único homem da família, é convocado para a guerra mesmo com limitações físicas e de idade, *Mulan* não se conforma e, para protegê-lo, se finge de homem e se apresenta em seu lugar – o que, caso descoberto, teria a pena de morte como punição. No treinamento como soldado, *Mulan* supera as expectativas e se destaca. Ao mesmo tempo, se apaixona por seu capitão. Após salvar o grupo de um ataque, *Mulan* é descoberta e é abandonada, tendo sua vida poupada. Descobrendo os planos do inimigo, ela convence os antigos companheiros que, vestidos como mulheres, a ajudam e juntos salvam o império Chinês. *Mulan* volta para sua casa e, por fim, o capitão a procura e declara seu amor.

Junto com o novo modelo de comportamento, o estereótipo das princesas rebeldes também se destaca do ponto de vista estético.

Desde os anos 60, a mídia vem contribuindo no processo para o pluralismo estético, enfraquecendo a uniformização pela estética ocidental. Neste sentido, *Jasmine*, *Pocahontas* e *Mulan* inauguram a tendência para a diversidade étnica nos estereótipos de princesas, exibindo as belezas árabe, índia e chinesa, que fogem do até então padrão ocidental.

#### 4.2.3 Princesas contemporâneas<sup>16</sup> (2009-2013)

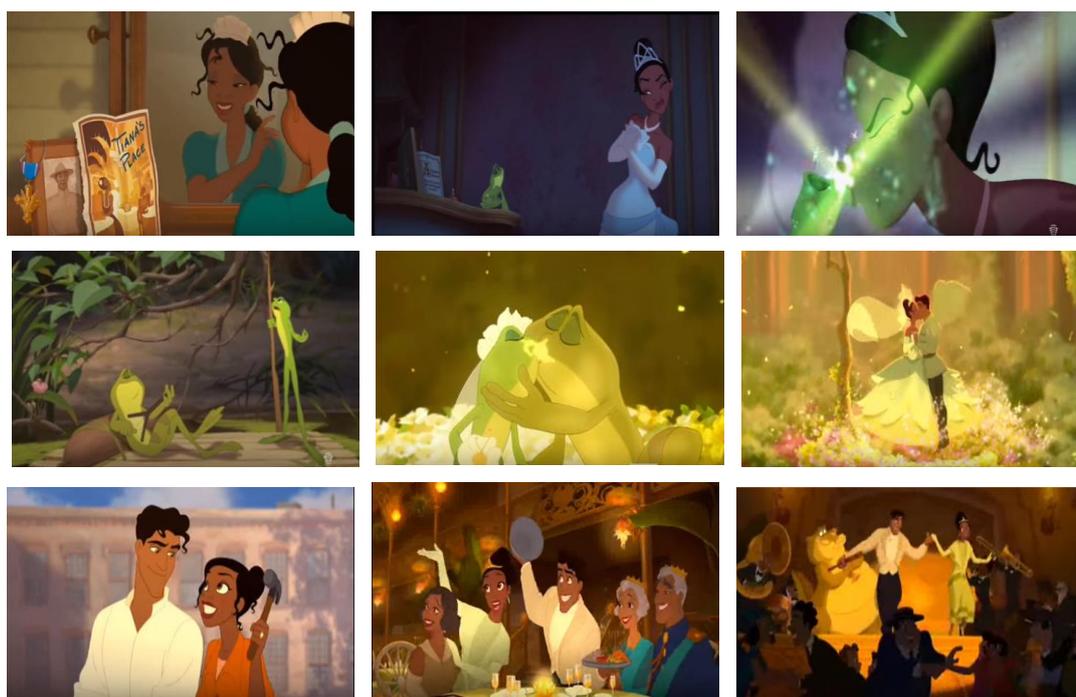
Diante de uma sociedade que diariamente vive conflitos de valores, onde ideias progressistas esbarram em cada vez mais pensamentos tradicionalistas, as princesas contemporâneas seguem o modelo de uma mulher que busca o equilíbrio entre sua individualidade, já incorporada, e suas emoções, tendendo a revisitar alguns valores tradicionais.

---

<sup>16</sup> Nomenclatura utilizada para classificação dos grupos de princesas de acordo com a monografia *Feminismo e príncipes encantados: a representação feminina nos filmes de princesa da Disney*, de Fernanda Cabanez Breder – Universidade Federal do Rio de Janeiro – 2013.

As princesas contemporâneas são independentes, certas de quem são e de seus objetivos. Suas relações são de complementariedade. Mesmo no amor verdadeiro, essas princesas buscam relações de cumplicidade.

Estreando essa nova fase, por exemplo, *Tiana*, uma mulher negra, inspirada no amor pela culinária que adquiriu com o pai, sonha em abrir seu próprio restaurante e melhorar sua vida e a de sua mãe. Para alcançar seu objetivo, não poupa esforços e se dedica integralmente a trabalhar. Também esse objetivo leva ao início da relação de *Tiana* com o príncipe e, juntos, entram em uma aventura onde, após serem transformados em sapos, se conhecem de verdade, tornam-se cúmplices e se apaixonam. Ouvindo seu coração, Tiana se casa com o príncipe, mesmo tendo que abrir mão do restaurante. No final, entretanto, o casamento os torna príncipe e princesa e, voltando a forma humana, realizam juntos seus sonhos.



**Imagem 15** – A Princesa e o Sapo – Sequência que ilustra a trajetória da princesa Tiana.

Os filmes das princesas contemporâneas, porém, trazem a novidade de que o amor verdadeiro nem sempre é um amor romântico. A princesa Merida, por exemplo, vive em conflito com sua mãe, que tenta lhe impor valores tradicionalistas. Adversidades fazem com que se conheçam, se entendam, e elas estabelecem uma relação de cumplicidade focada no amor fraternal.

Um outro exemplo traz, ainda, outra característica dos filmes das princesas contemporâneas. Eles tratam alguns costumes tradicionais, frequentemente representados pelas princesas clássicas, com uma veia cômica, às vezes, inclusive, os ridicularizando. É o caso da princesa *Anna* que, mesmo independente e obstinada, sonha com o amor e aceita se casar com o homem que acabou de conhecer julgando ser seu primeiro amor. Sendo ridicularizada duas vezes no filme por essa atitude, no final *Anna* descobre o amor verdadeiro no amor de sua irmã, a princesa *Elsa*.

Portanto, assim como as mulheres não abrem mão de suas conquistas, as mudanças de comportamento e estética expressas pelas princesas rebeldes também já estão incorporadas às princesas contemporâneas e a seus estereótipos. Porém, em face da liquidez da modernidade, esses estereótipos mostram-se ainda inacabados, em constante transformação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada no presente trabalho sobre a evolução do estereótipo das princesas Disney foi feita com o objetivo de definir os fatores que influenciaram as mudanças nesse estereótipo, de forma a entender quais mudanças devem permanecer e quais poderão vir a acontecer.

Para tanto, delimitados os universos da Psicologia e da Comunicação, foi traçada uma lógica de teorias que se complementam, se explicam, e levam à compreensão de como a sociedade é influenciada indiretamente, a nível inconsciente, pela indústria cultural e suas expressões arquetípicas. Os filmes de princesas, extremamente simbólicos, produzem efeitos psíquicos em seus consumidores, levando a uma padronização e uniformização. Ao mesmo tempo, entretanto, a própria sociedade e suas constantes mudanças influenciam a cultura de massas que, na busca pela representação da vida cotidiana, do real, acompanha essas mudanças.

Compreendida tal base teórica, a mesma foi aplicada na análise dos três grupos de princesas – clássicas, rebeldes e contemporâneas. O critério para a divisão destes grupos foi o período de produção dos filmes, após constatado que cada período reservava características peculiares para suas princesas e trabalhava diferentemente a figura mítica da mulher.

As princesas clássicas eram arquetipicamente expressadas pela Grande Mãe e pela Donzela – esta última bem característica da figura em si de princesa, se repetindo, posteriormente, até os tempos atuais. Estas princesas eram a “personificação” da beleza, delicadeza e feminilidade – todas elas, entretanto, idealizadas por e para homens. As princesas rebeldes, por sua vez, possuíam como principal característica a expressão do arquétipo do Andarilho, indo contra regras previamente impostas em busca do novo e se libertando do conformismo. A expressão arquetípica do Guerreiro-Herói também pode ser observada nesse grupo em atos de coragem, força e independência. A questão do amor verdadeiro também se mostra

diferente pelas princesas rebeldes: a relação amorosa não acontece, simplesmente, em um primeiro olhar – ela é construída. Já as princesas contemporâneas também trazem a relação de primeiro amor reformulada: suas relações são de complementariedade e buscam cumplicidade. Algumas vezes, tal amor nem é romântico, mas fraterno. Essas princesas independentes, mostram incorporadas em seu estereótipo as conquistas e mudanças de comportamento das rebeldes. Entretanto, em busca do equilíbrio, tal estereótipo se mostra em constante transformação.

Após análise, retoma-se o entendimento da questão central deste trabalho: quais mudanças devem permanecer no estereótipo das princesas da Disney e quais poderão vir a acontecer?

Constatado que o principal fator de influência sobre o estereótipo das princesas Disney é o processo de emancipação da mulher, gerado por uma constante mudança de valores da sociedade, conclui-se que as mudanças que afirmam a conquista pela independência feminina, por sua individualidade, tendem a permanecer, uma vez que já estão incorporadas pela sociedade. Já mudanças nas formas de relacionamento, juntamente com uma busca por valores tradicionais adequados ao perfil de uma nova mulher, começam a aparecer nas princesas contemporâneas e mostram ser uma tendência do que está por vir, visto que, diante de uma série de manipulação de signos, a sociedade busca o real naquilo que consome. Entretanto, sob a luz de Bauman, em tempos de modernidade líquida, onde valores constantemente mudam de forma, as tendências para o perfil de uma nova mulher – para o estereótipo de uma nova princesa – se mostram incertas.

## REFERÊNCIAS

- BARBOSA JUNIOR**, Alberto Lucena. *Arte da animação: Técnica e estética através da história*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.
- BARTHES**, Roland. *Mitologias*. 11ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BAUDRILLARD**, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2008.
- BAUMAN**, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CORSO**, Diana Lichtensein. *A psicanálise da Terra do Nunca: ensaios sobre a fantasia*. Porto Alegre: Penso, 2011.
- DEBORD**, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Contraponto Editora, 1997.
- GIL**, Antônio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- JUNG**, Carl Gustav. *Psicologia do inconsciente*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- LAKATOS**, Eva Maria. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- LIPOVETSKY**, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LIPOVETSKY**, Sal. *A terceira mulher. Permanência e revolução do feminino*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- NADER**, Ginha. *Walt Disney: um século de sonho*. Volume I. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.
- PARAIRE**, Philippe. *O cinema de Hollywood*. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- PEREIRA**, Marcos Emanuel. *Psicologia social dos estereótipos*. São Paulo: E.P.U., 2002.
- PROPP**, Vladimir I. *Morfologia do Conto Maravilhoso*. CopyMarket.com, 2001.
- RANDAZZO**, Sal. *A criação e mitos na publicidade: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.
- SANTAELLA**, Lúcia. *Comunicação e cultura, nº 6*. São Paulo, Hacker Editores, 2008. (p. 105-113)
- SANTAELLA**, Lúcia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.
- \_\_\_\_\_<http://www.webcine.com.br/notaspro/npbranev.htm> - Acesso em 13 de setembro de 2015.
- \_\_\_\_\_<https://filmes.disney.com.br/todos-os-filmes> – Acesso em 17 de outubro de 2015.
- \_\_\_\_\_<https://literaturaexpandida.files.wordpress.com/2011/09/feminismo-e-prc3adncipes-encantados-a-representac3a7c3a3o-feminina-nos-filmes-de-princesa-da-disney.pdf> – Acesso em 17 de outubro de 2015.

https://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1920-01-01--1929-12-31 - Acesso em 12 de setembro de 2015.