



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - UNICEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS

KYLE EDWARD WONG JEREMIAS

PERSONAGENS LGBTQIA+ NO UNIVERSO DISNEY

Brasília/DF

2022

KYLE EDWARD WONG JEREMIAS

PERSONAGENS LGBTQIA+ NO UNIVERSO DISNEY

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário de Brasília UniCEUB, na forma monografia, como um dos pré-requisitos para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Brasília/DF

2022



KYLE EDWARD WONG JEREMIAS

Como o LGBTQIA+ se sente representado no universo Disney?

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário de Brasília UniCEUB, na forma Monografia, como um dos pré-requisitos para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda.

Brasília/DF, dezembro de 2022

Banca examinadora:

Prof*. Dra. Tatyanna Castro da Silva Braga
Orientadora

Prof*. Dr. Andre Luis Cesar Ramos
Examinador

Prof*. Dra. Sandra Araujo de Lima da Silva
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, avós e tias, pelo apoio moral e financeiro nos últimos 4 anos para que eu pudesse concluir o meu ensino superior. Todo o esforço para que eu seja o primeiro membro da família por parte de mãe e de pai se formar em uma faculdade.

A Lara Seype, por me acompanhar desde o primeiro semestre em todos os trabalhos em dupla e em grupo. Obrigado por toda a paciência e troca de aprendizado.

A minha orientadora Dra. Tatyanna Castro da Silva Braga, que com o seu método de apresentações de projetos durante as aulas lecionadas no campo, me fez enxergar uma nova forma de aprendizagem. Em especial a Dra. Deia Francischetti, que abordou um trabalho em sua disciplina que vai ficar marcado a vida toda nos meus pensamentos.

A todos os professores que participaram do meu processo de graduação, em especial a Dra. Joana D Arc Bicalho Felix, talvez ela nem se recorde, mas acreditou no meu trabalho de forma acolhedora e me incentivou a continuar em sala de aula durante um desentendimento de grupo, após isso, sempre lembrou-se de mim em ofertas de estágio. Te agradeço imensamente por isso.



RESUMO

A partir de leis Anti-LGBTQIA+ financiadas pela empresa Disney, este trabalho de conclusão de curso tem como escopo analisar a importância do posicionamento da marca; A inserção de personagens da comunidade LGBTQIA+ em suas produções infantis e averiguar se existe uma devida representação positiva nesse meio. A presente pesquisa se deu a partir de uma análise bibliográfica de filmes e séries da produtora desde a sua inauguração até o ano de 2022 no tocante ao enredo dos filmes, a produção por trás dos mesmos e a inserção desses personagens. Nesse viés, foi essencial realizar uma pesquisa de campo para analisar a reação do consumidor perante tal situação, haja vista que a cobrança por esse posicionamento não pode parar. Assim, esse trabalho demonstra a importância da representatividade no consciente de uma criança e como essa atitude transforma o futuro da mesma. Com a limitação de monografias desse assunto, o atual projeto pode servir como apoio para futuras pesquisas.

Palavras chaves: LGBTQIA+, Disney, personagem, representatividade, filmes e séries.

ABSTRACT

Based on Anti-LGBTQIA+ laws financed by the Disney company, this project aims to analyze the importance of brand positioning, the insertion of characters from the LGBTQIA+ community in their children's productions and to verify if there is a positive representation in this environment. Based on a bibliographical analysis of the production company's films and series from the beginning until the year 2022 on the plots of the films, the production behind them and the insertion of these characters. A field survey to analyze the consumer's reaction to this situation. The demand for this position cannot stop, this work demonstrates the importance of representativeness in the consciousness of a child and how this attitude transforms the future of them. With the limitation of monographs of this subject, the current project can serve as support for future research.

Key Words: LGBTQIA+; Disney; Character; representativeness, Movies; TV Shows

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
METODOLOGIA	10
CAPÍTULO 1 - INDÚSTRIA CULTURAL E USO DE IMAGEM	12
CAPÍTULO 2 - IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE LGBTQIA+ EM PRODUÇÕES	17
CAPÍTULO 3 - DON'T SAY GAY E CENSURA	23
CAPÍTULO 4 - COMPANHIA DISNEY E A CAUSA LGBTQIA+	29
CAPÍTULO 5 - PESQUISA E ANÁLISE	44
REFERÊNCIAS	56
APÊNDICE A - ROTEIRO DE PERGUNTA	60
ANEXO (A)	61
ANEXO (B)	61
ANEXO (C)	61
ANEXO (D)	61
ANEXO (E)	61



INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como base analisar os personagens LGBTQIA+ no universo Disney, com a finalidade de um estudo de inclusão e representatividade na companhia.

Salienta-se que a questão da representatividade vem sendo cobrada e abordada nas grandes mídias, a justificativa da escolha deste tema é primeiramente por identificação própria com este universo, mas também pela ausência de pesquisas bibliográficas e carência de discussões nas bibliotecas e internet. A sigla LGBTQIA+ é o conjunto de seres que se identificam como Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Queer, Intersexual, Assexual e as demais identificações de cada um. Tais pessoas ocupam significativa parcela da população mundial e também devem ser inseridas para se sentirem representadas em grandes corporações como a Disney. É notório que com o passar dos anos a empresa vem modificando algumas de suas obras para se encaixarem em crenças, culturas e questões políticas, esse foi o caso da princesa Mulan, no qual teve o lançamento do live-action em 2020, o original foi lançado em 1998, haja vista que no filme em questão, houve a exclusão do dragão Mushu, antes retratado como uma forma cômica no filme, já que para China e seu povo o mesmo é um ser místico e símbolo que deve ser respeitado no país.

A busca por respostas através de uma pesquisa aberta ao público sobre como o LGBTQIA+ se sente representado no universo Disney? A finalidade em ter um maior número de embasamentos para a conclusão de ideias da atual análise.

Através deste projeto de pesquisa, tenho como objetivo geral analisar de que forma a Disney representa o público LGBTQIA+ em suas produções, com o mesmo parâmetro que foi feito com o filme Mulan. Analisar se realmente está sendo inserido esses personagens ou atores que se identificam com esse meio, se está sendo feito, e como a comunidade enxerga tudo isso de forma respeitosa, cômica ou natural.

Como objetivos específicos, analisar a linha do tempo dos personagens e filmes com a temática LGBTQIA+ sendo ela da empresa Disney ou não, inclusão nas produções dos diretores cinematográficos atores ou personagens LGBTQIA+ e por fim, discutir a reação e a cobrança de posicionamento das minorias em grandes e pequenas produções.

Todas as fontes desta pesquisa serão inseridas ao longo do trabalho, pesquisas de teor exploratório serão o ponto de partida para até então, chegar a conclusão. Ademais, pesquisas documentais e uma análise de conteúdo com o intuito de aproximar o leitor com o tema.

Para alcançar os objetivos dessa pesquisa vai ser preciso acompanhar noticiários voltados para este universo, assistir filmes e séries da temática e buscar referenciais teóricos com base nos autores dos estudos durante todo o curso e artigos científicos publicados por colegas de profissão. O trabalho é dividido em cinco capítulos sendo quatro de desenvolvimento e um de conclusão. Início o primeiro deles com um estudo da indústria cultural e o uso de imagem. O capítulo dois consiste em demonstrar exemplos da importância da representatividade em produções Disney e o impacto que essa atitude causa no subconsciente e desenvolvimento da criança. O terceiro capítulo expõe o estudo da lei Anti-LGBTQIA+ apresentada no estado da Flórida, Don't Say Gay e a censura ocasionada por tal decisão parlamentar. Já no quarto capítulo, manifesto a relação da companhia Disney e a causa LGBTQIA+ aos longos dos anos. Por fim, efetivo uma pesquisa e análise dos personagens inseridos neste universo e de que forma foi feito a inserção.

Através de metodologia aplicada a partir de estudos dos autores como Antonio Carlos Gil e Laurence Bardin, realização de pesquisas bibliográficas, documentais e exploratórias, ademais uma análise de conteúdo. Aplicação de questionário se tornando uma pesquisa de campo com teor quantitativa e qualitativa.

METODOLOGIA

Assim como para Gil (1999), o método científico é um aglomerado de processos intelectuais e técnicos utilizados para atingir o conhecimento devido. Para que seja considerado conhecimento científico, é preciso que o pesquisador esclareça e identifique os passos para a sua verificação, ou seja, apontar o método que possibilitou chegar ao conhecimento, pressupondo que irei citar todas as fontes de pesquisa deste trabalho. A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar ao leitor maior familiaridade com o problema a partir de levantamentos bibliográficos em livros e artigos disponíveis em bibliotecas, pesquisas documentais como filmes, séries e documentários da empresa, ou seja, tendo como fonte de pesquisa projetos acadêmicos direcionados ao tema LGBTQIA+, cinema e o público infantil, jornais digitais e autores que realizam estudos sobre a empresa Disney ou tema abordado. Se tornando também um estudo de caso, que para Gil (2008) consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

A metodologia aplicada neste trabalho consiste nas estratégias de Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (2004).

Análises das comunicações, que visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitem as inferências de conhecimentos relativos de condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2004, p. 42).

Disponibilizarei uma pesquisa qualitativa e quantitativa com o intuito da busca e entender a questão de como o LGBTQIA+ se sente representado no universo Disney através de um formulário online.

CAPÍTULO 1 - INDÚSTRIA CULTURAL E USO DE IMAGEM

“Qualquer ditador ficaria admirado com a uniformidade e obediência da mídia dos Estados Unidos.” – Noam Chomsky

Para Adorno, a indústria cultural seria para as pessoas do “guia dos perplexos” aquela pessoa que não se localiza muito no mundo, não tem um conhecimento nem ferramenta que permita ela a conhecer o mundo. Com isso, acaba buscando um guia, um norte na indústria cultural.

Para a Indústria Cultural distingue-se de cultura de massa. Esta é oriunda do povo, das suas regionalizações, costumes e sem a pretensão de ser comercializada, enquanto que aquela possui padrões que sempre se repetem com a finalidade de formar uma estética ou percepção comum voltada ao consumismo. (ADORNO; HORKHEIMER, 1986)

Com isso, é de conhecimento geral que mesmo nas residências mais hipossuficientes, ainda sim, há uma televisão, rádio ou aparelho celular. O principal meio de comunicação da família estabelece vínculos culturais, como uma programação de cinema, assistir a um determinado desenho em família, momentos como esse são importantes para o convívio familiar. Em 2019 o IBGE (Instituto Brasileiro Geográfico de Estatística) realizou uma pesquisa em massa cujo o resultado obtido foi de 89,8% das residências de família no Brasil têm acesso à televisão.

A política de pão e circo acontece da mesma maneira que a indústria cultural, no qual entretenimento gera lucro, controle espiritual e mental das massas. Quanto mais o tempo passa, mais pessoas estão conectadas de alguma forma com a tecnologia. Com as crianças não seria diferente, desde ambientes escolares no qual já estão adeptos a inclusão de tablets e computadores com o objetivo de viabilizar a aprendizagem até em sua própria casa.

A necessidade da criança de imitar, de se identificar e de se tornar igual aos outros é muito forte. E, cada vez mais, ela está exposta à mídia e aos meios de comunicação. O quadro se agrava com a fragilidade do posicionamento dos pais, que não assumem o lugar da autoridade. A criança hoje brinca pouco e isso é grave, pois ela poderia aprender muito com o brincar, que é uma forma de representar papéis da própria sociedade (LANNA, 2007, p. 2).

O avanço célere da tecnologia e um maior número de crianças conectadas, acaba criando vínculos rasos, tornando cada vez mais difícil obter a atenção e interesse por determinado assunto.

A Indústria Cultural, antes de mais nada, vende cultura. Com isso, deve ser feita uma abordagem onde prenda a atenção do consumidor para que alcance seu objetivo final.

Para que uma estória realmente prenda a atenção da criança, deve entretê-la e despertar sua curiosidade. Mas para enriquecer sua vida, deve estimular-lhe a imaginação: ajudá-la a desenvolver seu intelecto e a tornar claras as emoções; estar harmonizada com suas ansiedades e aspirações; reconhecer plenamente suas dificuldades e, ao mesmo tempo, sugerir soluções para os problemas que a perturbam (BETTELHEIM, 1980, p. 13 *apud* PERUZZO, 2016, p. 3).

A veiculação nas grandes mídias tem como referência e estudo, o público que está acompanhando a mensagem no momento. Categorizando o público em classes sociais como A, B, C, D, costumes diários do consumidor como horário de trabalho, horário de academia ou qualquer compromisso do dia, a idade, o sexo e assim por diante.

Como opera a indústria cultural? Em primeiro lugar, separar os bens culturais pelo seu suposto valor de mercado: há obras “caras” e “raras”, destinadas aos privilegiados que podem pagar por elas, formando uma elite cultural; e há obras “baratas” e “comuns”, destinadas à massa. Assim, em vez de garantir o mesmo direito de todos à totalidade da produção cultural, a indústria cultural sobre-determina a divisão social acrescentando-lhe a divisão entre elite “cultura” e massa “inculta”. Em segundo, contraditoriamente com o primeiro aspecto, cria a ilusão de que todos têm acesso aos mesmos bens culturais, cada um escolhendo livremente o que deseja, como consumidor num supermercado. (CHAUÍ, 2006, p. 423)

Assim como,

Essa divisão é feita para atender às exigências dos patrocinadores, que financiam os programas em vista dos consumidores potenciais de seus produtos e, portanto, criam a especificação do conteúdo e do horário de cada programa. Em outras palavras, o conteúdo, a forma e o horário do programa já trazem em seu próprio interior a marca do patrocinador. (CHAUÍ, 2006, p. 424)

Conforme Chauí menciona, patrocinadores influenciam a veiculação de publicidades nas grandes mídias, no roteiro de filme, novela, série e a criação de personagens para a trama, a fim de causar uma identificação entre personagem x consumidor. Desse modo, entende-se que o capitalismo controla a indústria por um todo, isso pode prejudicar a menção de pautas sociais em canais com grandes alcances de telespectadores, temas que poderiam estar agregando a vida de um ser.

Enquanto diverte a criança, o conto de fadas esclarece sobre si mesma, e favorece o desenvolvimento de sua personalidade. Oferece significado em tantos níveis diferentes, e enriquece a existência da

criança de tantos modos que nenhum livro pode fazer justiça à multidão e diversidade de contribuições que esses contos dão a vida da criança. (BETTELHEIM. 1996, p.20).

Existe uma grande inserção das produções de cultura de massa, já que as mesmas são formas culturais diversas feitas para atingir grande parte da comunidade de forma quase que inevitável, com isso, a indústria cultural se transforma em um formato de mercadoria, gerando assim, lucros. Essa forma de distribuição pode ser pluriclassista, ou seja, atinge massas independente de orientação sexual, raça ou gênero, se tornando assim, um formato democratizado, ou também pode atingir de forma elitista que é quando essas super produções são veiculadas em espaços na qual somente a alta sociedade tem acesso, um exemplo disso é quando um certo programa de televisão só vai ao ar em canais fechados ou plataformas de streamings, que no caso, requer um tipo de assinatura paga mensalmente para ter acesso ao conteúdo.

O formato democrático é relativo, já que o acesso a televisão por partes, pode ser democrático, mas o filme vinculado a grade da televisão, não foi escolhido por quem está assistindo, e sim, pelo emissor.

Em um estado totalitário, não importa o que as pessoas pensam, já que o governo pode controlar as pessoas pela força usando um cacete. Mas quando você não pode controlar as pessoas pela força, você tem que controlar o que as pessoas pensam, e a maneira padrão de fazer isso é via propaganda (fabricação de consentimento, criação de ilusões necessárias), marginalizando o público em geral ou reduzindo-o à apatia de alguma maneira. [...] Em uma sociedade totalitária, a guerra é um negócio sério, e [...] o ditador simplesmente diz 'vamos para a guerra' e todo mundo marcha. (CHOMSKY; FOUCAULT, 2007, p. 75)

Não somente a distribuição dessas obras cinematográficas estão protegidas pelo capitalismo, outro exemplo disso é que a Walt Disney Company, está com risco de perder a proteção dos direitos autorais do seu maior personagem, Mickey Mouse (1928).

Isso acontece por conta das leis de direitos autorais dos Estados Unidos, no qual a empresa só detém a exclusividade do personagem por 95 anos.

O tempo de proteção dos Direitos Autorais varia em cada país, ocorrendo normalmente 50 a 70 anos após a morte do autor. Durante esse período, cabe apenas ao autor o direito de utilizar, fruir e dispor da obra literária, artística e científica. A utilização da obra por outra pessoa depende de autorização prévia e expressa do autor, mesmo que seja apenas uma reprodução parcial, uma tradução ou edição. Quando cai em domínio público, os direitos autorais da obra não estarão mais protegidos e não é mais necessária autorização para utilização da obra. (TRINDADE, 2014)

Um dos casos mais famosos hoje em dia é o de Sherlock Holmes, que após se tornar um personagem de domínio público, foram feitas diversas adaptações para séries, livros e filmes, incluindo a mais atual, Enola Holmes (2020) produzida pelo serviço de streaming Netflix, que não houve a necessidade de pagamento de royalties.

Arthur Conan Doyle morreu em 7 de julho de 1930. Sob as leis de direitos autorais de 1911 e 1956, os direitos autorais de seu trabalho expiraram em 31 de dezembro de 1980; em 1º de janeiro de 1981, as histórias de Sherlock Holmes entraram em domínio público. No entanto, como as regras sobre a duração dos direitos autorais foram alteradas em 1995 para que os direitos autorais expiram 70 anos após a morte do autor, em vez de 50, os direitos autorais do trabalho de Doyle foram revividos por mais cinco anos, apenas para expirar pela segunda vez em 31 de dezembro de 2000. Em 1º de janeiro de 2001 Holmes entrou novamente em domínio público. (Copyright User ORG. 2020)

Porém, o uso desses personagens mesmo com o encerramento do prazo garantido por lei, ainda tem suas limitações, no caso do Mickey Mouse, só será permitido o uso da primeira versão do mesmo, a versão de 1928, preta e branca, de nariz e rabo alongado. A lei diz que é permitido o uso de imagem de versão datada, no caso, as novas versões do rato mais famoso do mundo, ainda estão sob proteção da justiça.

Não é de interesse da empresa que nenhum dos seus personagens caiam no domínio público, podendo assim então ser utilizado por fãs e também realizando adaptações que não são um segmento da empresa como o caso do “Ursinho Pooh”, que após ter os direitos de imagem liberados ao público, está em desenvolvimento um spin-off de filme de terror macabro do personagem.

O Ursinho Pooh, que também pertence à Disney, entrou em domínio público em janeiro deste ano. O personagem foi criado em 1926 em um conto de A. A. Milne, completando 95 anos em 2021. A perda da exclusividade da empresa já resultou em outras produções, como o filme de terror Winnie the Pooh: Blood and Honey, que deve estrear ainda em 2022 e mostra o Ursinho Pooh como um serial killer (QUEIROZ, 2022)

As boas relações da Companhia Disney e políticos americanos são de longa data.

A Disney fez doações acima de US \$4 milhões a políticos entre 1992 e 1998, ano em que um novo projeto de lei foi aprovado e estendeu os direitos a 95 anos. Com a extensão do prazo não só o direito da Disney sobre o Mickey ficou protegido, mas os de outros personagens que também caíram em domínio público, como o Super-Homem (1938), o Batman (1939), o Pernalonga (1940) e os Jetsons (1962). Agora, porém, nada indica que a Disney deva tentar mais mudanças na lei. (BRANDÃO, 2022)

A verdade é que uma hora ou outra esse personagem vai se tornar de poder público, a não ser que a lei mude totalmente nos próximos anos, algo que é possível dependendo da força de vontade em manter esse personagem protegido pela

companhia Disney, já que uma vez disponível ao público, podem ser criadas diversas histórias paralelas a tradicional com a inclusão deste personagem.

Portanto, todas essas leis são de território nacional, variando de país a país. No caso do Sherlock Holmes, todas as versões do personagem já são de uso livre no Reino Unido, já que a lei do país cobre no período de 70 anos.

De acordo com Raquel Brandão do jornal Globo, no caso do Brasil, a lei 9.610/1998 prevê que o direito exclusivo sobre uma obra se encerra a partir do primeiro ano após 70 anos da morte do autor. Aqui, a primeira versão do Mickey só estará em domínio público depois de 2036, já que Walt Disney faleceu em 1966.

É importante ressaltar que caso essa proteção expire, poder realizar novas obras incluindo o personagem é diferente de comercializar a imagem do protagonista, a liberação dos direitos autorais não pode ser maléfica a imagem da corporação Disney, como vincular o Mickey Mouse a filmes, séries ou livros com conteúdo inapropriado perante a lei. O uso da imagem também não deve ser vinculado a um tipo de venda, no caso, a criação de produtos infantis ou adultos como mochilas, bonecos diversos, sandálias com a imagem do personagem. Alguns outros símbolos marcantes também já são protegidos pela companhia, como suas luvas e as icônicas orelhas.

CAPÍTULO 2 - IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE LGBTQIA+ EM PRODUÇÕES

“Sua identidade é o seu bem mais valioso, proteja-o.” Os Incríveis.

Dia 11, 12 e 13 de setembro de 2022 aconteceu a “Disney D23 Expo: The Ultimate Disney Fan Event” em Anaheim, Califórnia. O evento anual da The Walt Disney Company para anunciar os novos projetos da companhia nos próximos anos. A edição do ano 2022 contou com o anúncio dos projetos da Marvel, Pixar, Disney, Lucas Film e 20th Century Studios até o ano de 2024. Alguns dos nomes que vieram a público foram a continuação do filme de halloween Abracadabra (1993), Desencantada (2022), Peter Pan & Wendy (2023), Elementos (2023), Branca de neve live action (2023), Mufasa - O Rei Leão (2024) e o live-action de A Pequena Sereia (2023).

De sexta de manhã até domingo à noite, milhares de fãs visitaram a Disney D23 Expo, evento oficial organizado pela The Walt Disney Company, realizado no centro de convenções em frente aos parques da Disney na Califórnia, curtindo palestras, pegando autógrafos de artistas, painéis especiais e muito mais. E nós também estivemos lá! Aqui, contamos tudo o que aconteceu nos painéis de filmes e séries, incluindo produtos dos estúdios Pixar, Walt Disney Studios, Walt Disney Animation Studios, Marvel Studios, Lucasfilm (com novidades da franquia Star Wars também) e 20th Century Studios. (D23 expo: surpreende com novidades incríveis de todos os seus estúdios. Disney. 2022).

O live-action da jovem sereia vem sendo alvo de críticas desde o anúncio de Halle Bailey uma cantora, atriz e compositora americana. A protagonista vem sofrendo ataques na internet por ser negra e não ter semelhança física com a personagem do filme original de 1989, já que a da animação conta com uma personagem branca e de cabelos ruivos.

Figura 1 - Tweets racistas sobre Halle Bailey



Fonte: Twitter

No dia 9 de setembro de 2022, durante o evento, a Disney liberou ao público o teaser do trailer original do filme, o vídeo já conta com mais de 20 milhões de views em 1 semana de lançamento, os comentários nas plataformas digitais no perfil oficial da empresa de alguns países foram desativados, incluindo no Brasil.

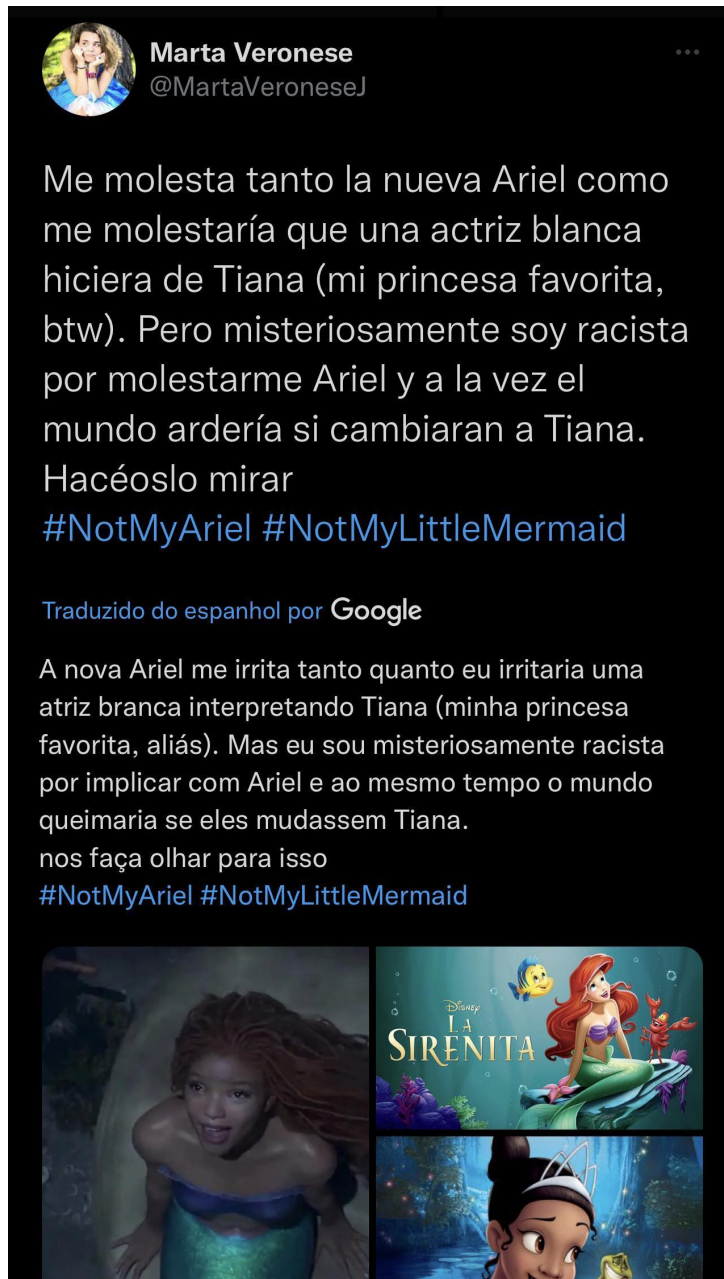
Confira Anexo (A)

Após 2 meses de lançamento, o trailer publicado no perfil oficial da Disney no Youtube, consta mais de 250 mil comentários, um milhão de curtidas e a quantidade de dislikes foi removida pela empresa. A prévia do filme tem a duração de 1 minuto e 23 segundos. Durante o vídeo é possível ver o fundo do mar e logo em seguida

Halle Bailey, como protagonista do filme, como princesa Ariel. Em cena ela canta a música original "Part Of Your World" (1989).

Assim que foi liberado ao público, diversos comentários racistas foram publicados em todas as mídias sociais da empresa, inclusive foi criada a hashtag #notmyariel nas mídias sociais com o intuito de cancelar a escolha de Halle como Ariel.

Figura 2 - Tweet da #NotMyAriel



Fonte: Twitter

Mesmo sem terem visto o filme, criticaram a atuação e a escolha da atriz para a trama. A internet e fãs da protagonista reagiram a esses ataques, a comunidade então começou então a gravar vídeos emocionantes de crianças reagindo ao trailer do filme.

Uma menininha em um dos vídeos que viralizaram na rede social TikTok assiste ao trailer e diz, encantada: "Ela é negra como eu!" Outra criança comenta "Ela é negra", empolgada, ao ver Halle no trailer como a sereia Ariel cantando a música "Parte do Seu Mundo", que também está na animação dos anos 1990. ("A pequena sereia": as reações aos ataques racistas contra trailer da Disney. BBC. 2022.)

Confira Anexo (B)

As reações foram impactantes para as crianças negras assistindo uma princesa negra de uma criatura mística abraçada pelo público infantil (sereia), já que existem brinquedos, filmes e desenhos desse mundo disponíveis desde sempre. Durante os vídeos divulgados por famílias na internet, as crianças negras comentam sobre a cor da pele da atriz e a semelhança com elas mesmas. Os vídeos tomaram conta da internet e chegaram até Halle, que através do Twitter, agradeceu ao apoio que vem recebendo durante a semana e deixou claro que aquilo significava muito para ela.

Figura 3 - Halle Bailey agradece apoio dos fãs



Fonte: Twitter

Como já dito alhures, é difícil lembrar de personagens marcantes ou protagonistas que sejam parte da minoria. Quando inseridos nessas peças, raramente não são retratados como crianças de baixa renda, empregados, seguranças e motoristas e assim por diante. Sobre isso, Nemézio C. Amaral diz que:

A ficção televisiva destinada ao negro mostra-o quase sempre como escravo, esperando a benéfica ação dos abolicionistas ou mesmo a bondade do seu senhor. Quando ambientado no período contemporâneo, o negro é favelado, bandido, empregada doméstica traficante, ou aquele que “podia estar roubando, mas está trabalhando” (como se lê em alguns textos de jornais, reforçando discursivamente a ideia de que a marginalidade para o negro é muito mais que uma opção, é quase uma certeza). O branco pode ser estereotipado, claro, mas sempre há personagens brancos “bons” que contrapõem o estereótipo negativo (AMARAL FILHO, p. 40, 2010).

A ausência de representatividade deste público nos desenhos, filmes e séries para o público infantil, reflete diretamente no processo de criação de identidade de gênero, já que não se enxergam retratadas como uma princesa, um herói protagonista ou o chefe de uma companhia. De acordo com Pougy (2005), a criança é receptiva das mensagens veiculadas na TV, ela as recria de acordo com suas experiências, um processo de troca de conhecimentos, ela incorpora o que vê e ouve de maneira criativa, retirando o que possui algum sentido e/ou significado para ela, naquele momento.

As crianças crescem com a sensação de que os padrões do belo e do bom são aqueles com os quais se depararam nos livros infantis. As crianças brancas vão se identificar e pensar serem superiores às demais, vão estar em posição privilegiada em relação às outras etnias. As crianças negras alimentarão a imagem de que são inferiores e inadequadas. Crescerão com essa ideia de branqueamento introjetada, achando que só serão aceitas se aproximarem-se dos referenciais estabelecidos pelos brancos. Rejeitando tudo aquilo que as assemelhe com o universo do negro. (MARIOSIA; REIS. 2011, p. 2)

Esse tipo de representatividade além de desrespeitosa, gera um sentimento de preconceito já que para aqueles que não são minoria, vão enxergar esse conteúdo como uma ameaça, inferiores e não pertencentes a este espaço, gerando assim, uma realidade totalmente inapropriada nos pensamentos de uma criança já que tudo que ela assiste na televisão é verídico e não tem o poder de distinguir o real do fantasioso.

[...] Existem fatores-chaves de especial importância que mantêm a relação da criança ver televisão com atos de agressão: o nível de realização intelectual, a popularidade social, a identificação com personagens da TV, a crença no realismo da violência na televisão, e

o grau de fantasia sobre agressão (CARLSSON; FEILITZEN, 2007, p. 66).

Esse tipo de ausência nas produções afeta o imaginário de uma criança em fazê-la sentir-se parte de um grupo. É de extrema importância que esse público seja representado e abraçado por um meio, já que esse tipo de atitude eleva o contato social, processo sociocultural e troca de experiências.

CAPÍTULO 3 - DON'T SAY GAY E CENSURA

“Uma criança, um professor, um livro e uma caneta podem mudar o mundo”. YOUSAFZAI, Malala.

No dia 24 de fevereiro de 2022 foi aprovado o Projeto de Lei SB 1834 Parental Rights in Education ou "Direitos Parentais em Educação" com 22 votos a favor e 17 contra, passando então à responsabilidade para o Senado norte-americano e posteriormente, o voto segue para o governador do estado, Ron DeSantis, principal candidato Republicano às eleições de 2024 nos Estados Unidos, o mesmo já demonstrou apoio publicamente ao projeto. Don't say gay ou “Não Diga Gay” apelada assim por conservadores americanos, já que sendo aprovada a lei, impedirá que escolas e professores se manifestem, mencionem ou lecionam sobre orientação sexual e identidade de gênero em ambiente escolar ou diretamente a um aluno. Entenda melhor:

"Exigir que os conselhos escolares distritais adotem procedimentos que estejam de acordo com certas disposições da lei para notificar os pais de um aluno sobre informações específicas; exigir que tais procedimentos reforcem o direito fundamental dos pais de tomar decisões sobre a educação e o controle de seus filhos de maneira específica; proibir um distrito escolar de adotar procedimentos ou formulários de apoio ao aluno que exijam que o pessoal do distrito escolar retenha de um pai informações especificadas ou que encorajem ou tenham o efeito de encorajar um aluno a reter tais informações de um pai; proibir um distrito escolar de incentivar a discussão em sala de aula sobre orientação sexual ou identidade de gênero nas séries primárias ou de uma maneira específica" (Lei SB 1834 Parental Rights in Education - tradução do autor)

A lei entraria em vigor no dia 01 de julho de 2022 caso tivesse sido aprovada, ativistas e simpatizantes foram à internet e às ruas para se manifestarem contra a aprovação da lei. Personalidades da mídia e inclusive o presidente americano Joe Biden se pronunciaram contra a continuidade do projeto.

Figura 4 - Presidente Joe Biden se pronuncia sobre a lei “Don't Say Gay”



Fonte: Twitter

De acordo com o renomado jornal americano CNBC, empresas como Starbucks, Target, Mattel e Pinterest assinaram discretamente juntamente com a Disney, a petição de aprovação da lei anti LGBTQIA+ no estado da Flórida.

Starbucks, Nordstrom e Pinterest estão entre as 45 empresas que no início deste mês assinaram discretamente uma petição de dois anos condenando amplamente a legislação anti-LGBTQ. Os mais novos assinantes incluem empresas de varejo Target, Mattel, Sony e Lululemon, de acordo com a última versão da petição publicada pelos grupos de advocacia Human Rights Campaign e Freedom for All Americans. (CONSTANTINO. 2022).

Assim que foi divulgado pela mídia o financiamento por parte da Disney para parlamentares americanos que apoiaram o projeto de lei, ocorreu uma mobilização em massa por parte da comunidade LGBTQIA+, simpatizantes da causa e inclusive funcionários dos estúdios Pixar e Disney Animation, os mesmos alegaram recorrentes boicotes de inserção de personagens Queers em suas produções. Através de uma carta enviada a Bob Chapek, CEO da companhia, colaboradores ressaltam o quão conservadora e preconceituosa é a empresa.

A carta foi divulgada por um dos maiores portais de notícias dos Estados Unidos, Variety.

Confira Anexo D:

Através de email, Bob Chapel enviou a sua resposta aos colaboradores.

Confira Anexo E:

Ter o ponto de vista dos dois fatores, do alto escalão da companhia juntamente com os demais cast members, é importante para uma profunda análise de posicionamento de marca perante uma cobrança vinda a partir de fãs e empregados da empresa como mencionado na carta e também uma gestão de crise, como a empresa se comporta perante uma crise interna.

A consistência do posicionamento é um dos fatores determinantes do sucesso de uma marca e pode ser definida como sendo a manutenção da coerência ao longo do tempo. O conceito de posicionamento da marca, na sua essência, está intimamente relacionado à ideia de associações positivas, que permanece com a mesma configuração durante a vida de uma marca, diferenciando-a das outras. (MATTAR 2009, p.355)

O zelo pela reputação perfeita da Disney vem por toda a companhia, desde os seus posts nas mídias sociais direcionados a um público mais conservador, a veiculação de filmes e séries não LGBTQIA+ em sua plataforma de streaming Disney+, o comportamento dos funcionários nos parques e até o próprio financiamento do projeto de lei Anti-LGBTQIA+ citado anteriormente.

Dependendo da dimensão, uma matéria explosiva pode desencadear um processo desgastante de divulgação e exposição, que acaba por comprometer os negócios e realmente ameaçar estruturas corporativas sólidas e tradicionais. A publicação tanto pode ser o estopim, como a pólvora que irá destruir a reputação ao longo da crise. (FORNI. 2003, p. 363)

Ainda sobre o assunto, o autor menciona:

Não existe uma regra básica pra dizer como a crise aporta nas empresas ou ameaça personalidades públicas. Sua característica mais perigosa é a surpresa. É uma despreziosa ou sutil nota plantada em coluna de grande circulação ou o comentário ferino de alguma âncora de TV. Tanto pode vir de um desafeto, ex-empregado, cliente insatisfeito, como de um 'inimigo', concorrente ou pretendente a cargo na empresa. Vem de sócios descontentes ou desafetos históricos. [...] Nasce de vazamentos, intencionais ou não, de documentos internos, ou até mesmo de testemunhos suspeitos de pessoas 'prejudicadas' ou cujos interesses foram contrariados (FORNI, 2003, p. 366).

É importante lembrar que a satisfação do cliente é um dos fatores primordiais para a garantia de sucesso de uma empresa. A própria Walt Disney World, empresa que atualmente conta com mais de 14 parques espalhados por 3 continentes no mundo, entre eles estão América do Norte, Europa e Ásia. Aplica o método de 4 keys idealizado pela própria empresa (4 chaves) para os cast members

(empregados da companhia) de como devem tratar os visitantes do parque (clientes), nomeados internamente pela empresa como guests (convidados), até mesmo o castelo de 57,6m também é apelidado como stage (palco) para que não percam a magia do local, focando assim, na experiência do consumidor. Entre as 4 Keys estão Safety (segurança), Courtesy (cortesia), Show (espetáculo) e Efficiency (eficiência). Esse método de trabalho é aplicado no curso cujo o nome é Tradições (Traditions) na Disney Institute, antiga Disney University, onde todo funcionário da Disney deve receber o treinamento antes de atuar em sua devida posição dentro dos parques, hotéis, resorts, cruzeiros e estúdios de gravação.

Por mais de três décadas, o Disney Institute tem ajudado a aconselhar e treinar uma variedade de profissionais, equipes e organizações em todo o mundo com base nos insights de negócios e nas melhores práticas dos parques e resorts da Disney. (Sobre o Instituto Disney, Disney. 2022).

Assim como,

Walt providenciou para que honestidade, confiança, lealdade e respeito para com as pessoas constituíssem a essência da personalidade e caráter do Mickey. Os mesmos princípios que ele adotaria dentro da companhia e que serviram como pilares, mais tarde, para formação do grande empreendimento Disney (NADER, 2009, p.68)

Essa instituição tem como objetivo ensinar como os cast members devem agir no seu ambiente de trabalho e seu devido treinamento para sua função dentro dos complexos, sendo elas, cuidando de atrações, limpeza, na cozinha ou vestindo um personagem. Após 3 décadas, a Disney decidiu implementar a quinta chave em seu Código de Conduta, a chave de Inclusion (inclusão).

Todos os membros do elenco da Disney Parks estão familiarizados com nossa longa tradição das Quatro Chaves – Segurança, Cortesia, Show e Eficiência – que guiam nossa abordagem de atendimento ao hóspede há mais de 65 anos. As Quatro Chaves são uma das primeiras coisas que os membros do elenco aprendem quando ingressam nos Parques, Experiências e Produtos Disney, e são regularmente reforçadas ao longo de seu mandato. Cada membro do elenco é solicitado a usar As Quatro Chaves como o modelo para as decisões que tomam durante o dia de trabalho e a abordagem que trazem para suas interações com os outros. Os membros do elenco de todo o mundo os conhecem de cor e vivem de acordo com eles em seus papéis todos os dias, pois criam experiências incríveis para nossos hóspedes (D'AMARO. 2022).

No mesmo vértice, também no vídeo divulgado no canal oficial do Disney Parks na plataforma de vídeos Youtube:

Uma chave que desbloqueia ainda mais o potencial da nossa empresa, ampliando as demais, criar um mundo onde todos

pertençam, onde cada pessoa seja tratada com respeito. Devemos trabalhar juntos para reimaginar o amanhã. Estamos construindo uma Disney com histórias e experiências mais diversas, uma Disney onde nossa cultura nos une, não nos divide. (Disney Park. 2022).

Após ser alvo de críticas devido a associação com a lei "Don't Say Gay", Josh D'Amaro, presidente dos parques Disney, experiências e dos produtos ligados à companhia, explica em um dos blogs oficiais da Disney Parks como surgiu a quinta chave.

Quando perguntamos ao nosso elenco como poderíamos cultivar melhor uma cultura de pertencimento, eles sugeriram a adição de uma quinta chave: a chave da inclusão. Como The Four Keys antes deles, The 5 Keys – com a inclusão no coração – continuará a nos guiar à medida que interagimos com os hóspedes, colaboramos juntos, criamos a próxima geração de produtos e experiências Disney e tomamos decisões críticas sobre o futuro de nossos o negócio. A inclusão é essencial para nossa cultura e nos leva adiante à medida que continuamos a realizar nosso rico legado de narrativa envolvente, serviço excepcional e magia da Disney. (D'AMARO. 2022)

O mesmo finaliza o posicionamento afirmando que está ansioso para os novos projetos dos parques em que inclui novas atrações como a de Princesa e o Sapo (2009) e do filme Soul (2020), ambos os filmes são protagonizados por personagens negros. Na trama, Soul, também foram incluídos personagens de gênero fluido (onde transita entre um ou mais gêneros), nomeado como 22. O fato curioso é que mesmo com o princípio do estúdio em realizar de forma com que dubladores e equipe sejam majoritariamente negra, o filme foi dirigido por Pete Docter, que no caso, é uma pessoa branca. Já 22, dublado por uma mulher branca cisgênera.

Uma das maiores dificuldades que o estúdio tem em vincular a imagem ao LGBTQIA+ ou qualquer outra minoria é devido a alta taxa de consumidores conservadores e leis aplicadas de cada país. No dia 11/11/2022 foi tornado público uma notícia exclusiva do jornal The Hollywood Reporter afirmando a edição das imagens da sequência de "Pantera Negra -Wakanda Para Sempre" (2022) dos cinemas de Kuwait, localizada no Oriente Médio. Geralmente os países que realizam esse tipo de censura dos filmes não mencionam formalmente o motivo de banimento ou corte das imagens originais do filme, o jornal americano apurou o caso e teve acesso a fontes próximas aos reguladores do país. Tudo indica que a não autorização de veiculação total do filme seja pelo motivo de Pantera Negra:

Wakanda Para Sempre ter uma cena de beijo na região da testa protagonizada por duas mulheres, Michaela Coel e Florence Kasumba.

O Hollywood Reporter descobriu que, embora apenas um número muito pequeno de edições tenha sido feito para a sequência de estrelas da Marvel para ser lançada no Kuwait, totalizando pouco mais de 1 minuto de cortes no total, isso incluiu a cena de 10 segundos. em que Aneka beija Ayo na testa. Também foi removida, a pedido dos censores, uma cena em que uma mulher dá à luz um filho e a frase “Um deus para seu povo” (RITMAN. 2020).

O jornalista ainda continua a matéria mencionando outras situações já ocorridas referentes aos filmes da empresa.

No ano passado, grandes títulos, incluindo Lightyear da Pixar; Thor da Marvel: Amor e Trovão, Doutor Estranho no Multiverso da Loucura e Eternos; e West Side Story da Disney foram impedidos pelos censores de chegar aos cinemas por causa de beijos do mesmo sexo e personagens gays ou transgêneros. Nenhum desses filmes chegou aos cinemas da Arábia Saudita, o maior mercado da região (RITMAN. 2020)

Os custos de um filme no qual existe o processo de roteiro, gravação, produção, escolha de elenco e marketing podem gerar custos milionários para a empresa. Um filme com custos tão altos deve-se evitar ao máximo problemas de veiculação em qualquer país que seja, mesmo que seja um sucesso no restante do mundo, os estúdios não querem perder a oportunidade em garantir não só o dinheiro de arrecadado pela bilheteria, mas também como os de merchandising que o filme traz aos fãs.

O papel de comprador é também importante. A tarefa do comprador é encontrar a mercadoria e um meio de encomendar ou adquiri-la. Se o acesso do comprador ao produto estiver restringido, ele simplesmente não comprará o produto, e assim, o usuário não terá o produto disponível para seu uso. (SHETH, 2001, p 138)

Merchandising de filmes envolve todos os produtos associados a franquia como personagens em forma de brinquedos infantis, fantasias, funkos e entre outros itens colecionáveis.

CAPÍTULO 4 - COMPANHIA DISNEY E A CAUSA LGBTQIA+

“If you can dream it, you can do it”. DISNEY, Walt.

A The Walt Disney Company surgiu em 16 de outubro de 1923 em Los Angeles, Califórnia. Sendo pioneira em diversas áreas do cinema. Walt Disney assina contrato com M.J. Winkler para produzir uma série de comédias de Alice. O ano marca o início da The Walt Disney Company, inicialmente conhecida como Disney Brothers Cartoon Studios.

A sua primeira produção foi do curta-metragem: O Vapor Willie (1928), em que Mickey, o rato mais popular do mundo, fez sua primeira aparição nas telinhas. Mesmo sendo um curta-metragem, foi exibido nas telas de cinema da cidade. Barco a Vapor, Willie, a primeira vez um animado para estrelar “Mickey Mouse” e apresentar sons sincronizados, a estreia foi feita no Colony Theatre em Nova York.

O primeiro e um dos mais aclamados longa-metragem da companhia foi A Branca de Neve e os Sete Anões (1937), se tornando um recorde de bilheteria na época. Mesmo com tantos anos de atividade e inúmeras produções entre elas filmes, séries, programas de televisão e músicas, somente após 94 anos de produções, a empresa inseriu seu primeiro beijo gay em um dos episódios da sua série “Star vs A Força do Mal” (2015)’. O beijo acontece entre dois amigos cisgêneros, no episódio a cena acontece durante uma apresentação musical de uma banda que ambos os personagens tinham interesse. Segundos depois, no mesmo episódio, acontece o primeiro beijo lésbico entre duas mulheres cisgêneras no mesmo show. O beijo foi ao ar em 28 de fevereiro de 2017, dois anos após a estreia do seriado, no canal Disney Channel.

Também temos alguns personagens como Ryan Evans, de High School Musical (2006 - 2008). Interpretado pelo ator Lucas Grabeel, cisgênero heterossexual, mas que durante toda a trama, em momento algum da sequência de três filmes é explorado a sexualidade do personagem, mesmo que o mesmo tenha comportamentos que perante a sociedade é visto como um comportamento homossexual. Kenny Ortega, diretor do filme, respondeu algumas perguntas a revista Variety relacionadas a sexualidade do personagem:

O personagem de Ryan [interpretado por Lucas Grabeel] em “High School Musical”, irmão gêmeo de Sharpay, decidi que ele provavelmente iria se assumir na faculdade. Era menos sobre sair do armário e mais sobre deixar suas verdadeiras cores se apresentarem. (ORTEGA, Kenny. 2020).

A entrevista foi feita baseada em uma série de perguntas comparando as tramas de High School Musical (2006), um dos maiores sucessos do diretor e a sequência do filme Abracadabra (1993). Ao ser perguntado se na época de lançamento da trilogia seria possível um personagem abertamente gay, ele responde:

Eu tenho que ser honesto com você. Eu não pensei na época e a Disney é o grupo de pessoas mais progressista com quem já trabalhei. Eu estava preocupado porque era família e filhos, que a Disney poderia não estar pronta para cruzar essa linha e entrar nesse território ainda. Então, eu apenas assumi a responsabilidade de fazer escolhas que eu senti que aqueles que estavam assistindo iriam me agarrar. Eles veriam, sentiriam, saberiam e se identificariam com isso. E foi isso que aconteceu. (ORTEGA, Kenny. 2020)

O astro que protagonizou Ryan Evans, foi questionado anos depois da trama ir ao ar, se voltaria a realizar o papel novamente, o mesmo negou que interpretaria o papel caso soubesse que o personagem fosse gay.

Lucas Grabeel, que interpretou Ryan em "High School Musical", diz que evitaria o papel de personagem gay hoje em dia... para não tirar o emprego de um ator gay. Lucas disse ao TMZ que a última coisa que ele gostaria de fazer é tirar uma oportunidade de outro ator, e como um homem branco heterossexual, ele sente que já tirou muitas oportunidades de outros sem sequer tentar. Já que possui seu privilégio branco. (GABREEL, Lucas. 2020)

Isso acontece porque em junho de 2020, Kenny Ortega, diretor da trilogia musical, confirmou que o personagem realmente se identificava como homossexual cisgenero. Após 11 anos do fim da trilogia, a Disney+ (plataforma de serviço de streamings da The Walt Disney Company) lançou um reboot do filme original, "High School Musical: The Series" (2019). A nova série se passa no mesmo universo do antigo filme, alguns personagens como por exemplo, a diretora do colégio East High, continua com o seu papel na nova série. Nesse universo, existe um casal jovem abertamente gay, Frankie e Joe, ambos têm espaço em cena para atuar no romance adolescente livremente.

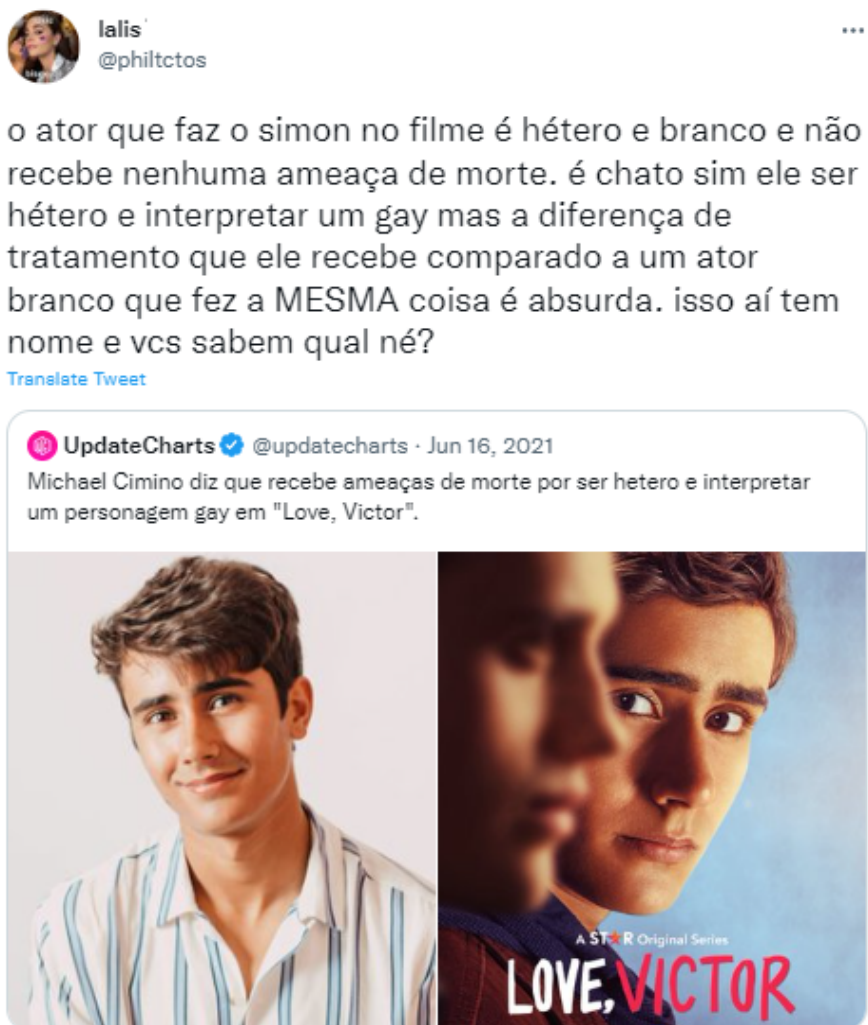
Figura 5 - Beijo gay em “High School Musical: The Series”



Fonte: Disney+

O caso do ator Lucas Gabreel retratar que não interpretaria o papel de Ryan Evans novamente caso soubesse que o personagem era gay, é interessante, já que se todos os atores héterossexuais cisgêneros recusassem papéis oferecidos por diretores de personagens homossexuais ou transgêneros, abriria espaço e maior visibilidade para a comunidade LGBTQIA+ nas grandes telas. Nesse diapasão, destaca-se o caso do ator Nick Robinson, que interpretou o personagem Simon, protagonista da série “Com amor, Simon” (2018), produzida originalmente para a plataforma de streaming, Disney+. A trama gira em torno da vivência de um adolescente em seu processo de autoconhecimento sexual, gerando dúvidas sobre a sua sexualidade e tendo que enfrentar preconceitos e estereótipos da sua família e roda de amigos. O ator foi alvo de polêmicas já que é heterossexual e aceitou o papel de protagonista na serie, tomando o espaço de visibilidade na mídia de um ator homossexual. O erro se repete em “Com amor, Victor” (2020), um spin-off do filme original de 3 temporadas em formato de série lançado na plataforma secundária da Disney, Hulu. Michael Cimino, intérprete do personagem Victor, gay e protagonista da trama, também é heterossexual cisgênero, porém, vem sendo alvo de críticas severas já que é um ator negro retinto.

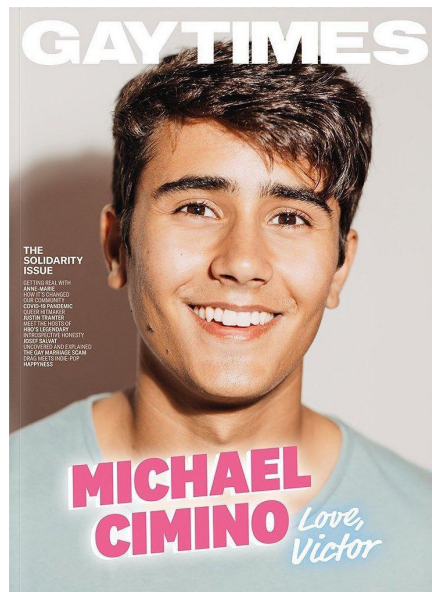
Figura 6 - Tweet sobre Michael Cimino



Fonte: Twitter

O mesmo chegou a posar na capa de uma das maiores revistas voltada ao público gay, Gay Times, novamente, ocupando o veículo de mídia na qual muitos atores gays ainda não tiveram a oportunidade de ocupar.

Figura 7 - Michael Cimino na revista GayTimes



Fonte: Gay Times

A primeira menção de tema LGBTQIA+ na Disney surge no filme “O Diário de uma Princesa 2: O Casamento Real” (2004) no qual a jovem Mia se interessa por Antoine e descobre sua sexualidade quando seu amigo Joe comenta “o namorado dele também acha ele bonito”. É difícil dizer quem foi e quando foi a primeira aparição LGBTQIA+ nesse universo, durante a pesquisa documental feita no presente trabalho, percebe-se que LeFour de A Bela e a Fera (1991), se encontra extremamente apaixonado de forma cômica por Gaston, um personagem arrogante, cisgenero e heterossexual, mas também não foi confirmado oficialmente a sua orientação sexual. Mesmo sem confirmação do estúdio, em Frozen - Uma Aventura Congelante (2013), pode ser que Oaken teria finalmente apresentado a primeira família homossexual da Disney, já que durante uma cena na qual a personagem Ana conhece Kristoff, Oaken aponta para a sauna e diz que eles são sua família. Dentro da sauna, encontram-se 4 crianças e um homem, suposto cônjuge do personagem.

Figura 8 - Oaken e sua família



Fonte: Frozen - Uma Aventura Congelante

Já em Procurando Dory (2016), podemos encontrar o primeiro casal lésbico com filha pelas produções da Disney Pixar, um dos estúdios da Disney. No filme, mesmo que por dois segundos de cena, podemos ver duas mães passeando com sua filha em um carrinho de bebê.

Figura 9 - Família de lésbicas em Procurando Dory



Fonte: Procurando Dory

Em Frozen 2, segundo filme da franquia, rendeu mais de um bilhão de dólares para a corporação, esse foi o maior sucesso de bilheteria da empresa.

Neste fim de semana, Frozen 2 ultrapassou a marca de US \$1 bilhão nas bilheterias globais e se tornou o terceiro filme do Walt Disney Animation Studios a atingir esse marco incrível. O filme estreou em 22 de novembro e estabeleceu um recorde global de estreia para um filme de animação com um fim de semana de estreia de \$358,4 milhões. Frozen 2 ocupou o primeiro lugar nas bilheterias em todo o mundo nos três primeiros fins de semana. ('Frozen 2' ultrapassa US \$1 bilhão em bilheteria global. 2019).

Fãs do filme chegaram a fazer campanhas online para que a personagem Elsa, protagonista da trama, tivesse um relacionamento homoafetivo no filme, já que o público LGBTQIA+ se identificou com a trajetória da personagem durante o primeiro filme, isso acontece porque durante o longa, Elsa desde pequena foi coagida pelos pais por ser diferente da irmã, com isso, a personagem se trancou no quarto e passou anos da vida distante de sua família, isso tudo para que não revelasse a sua verdadeira identidade para quem a visse. Esses fatores acontecem na metade do filme em que decide ir ao baile e por conta de um descuido todo o reino sabe do seu até então seu segredo. Com os julgamentos de todo o reino de onde mora, foge desesperadamente para a floresta. Toda essa trajetória foi vista como algo que grande parte dos LGBTQIA+ vivenciam na vida, tornando a personagem ainda mais próxima para esse público. A movimentação foi feita através da hashtag “#GiveElsaAGirlfriend”, ou seja, deem uma namorada a Elsa.

Figura 10 - Tweet sobre a hashtag GiveElsaAGirlfriend



Fonte: Twitter

Figura 11 - Tweet sobre a hashtag GiveElsaAGirlfriend.2



Fonte: Twitter

Em uma entrevista ao portal de notícias renomado brasileiro G1, Jennifer Lee produtora do segundo filme da franquia foi questionada sobre os movimentos brasileiros de boicote ao filme caso a sexualidade de Elsa, protagonista do filme, fosse uma pauta no mesmo.

É uma história sobre irmãs, sobre família. A gente não entra em política, estamos muito orgulhosos dessas duas mulheres. É sobre amor de família. (LEE, 2019). O pedido infelizmente não foi atendido pelos diretores da franquia, muito pelo contrário, na segunda etapa da trama, a princesa protagonista surgiu com aspectos mais empoderados, posto que claramente não precisa de um relacionamento para ser feliz, a mesma chega a destruir uma estátua de gelo bem como remete o seu antigo relacionamento com Hans, um dos personagens vilões do filme. Com isso, a comunidade começou a associar seus comportamentos como um comportamento assexual, visto que não se sente atraída sexualmente por nenhum ser.

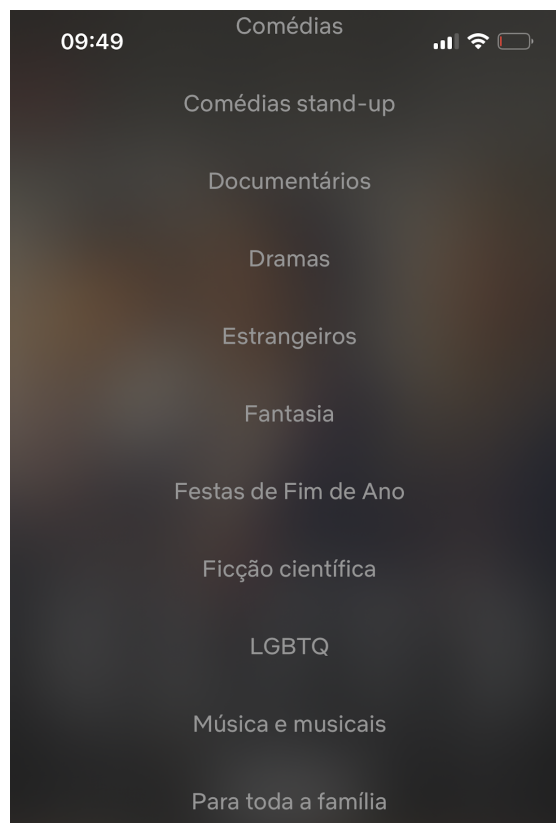
Figura 12 - Tweet sobre Elsa ser Assexual



Fonte: Twitter

Com o lançamento mundial da Disney+ (plataforma de serviços de streaming da companhia), ficou mais viável da empresa encaixar certos tipos de personagem e histórias do meio gay em suas obras, já que não causa tanto alvoroço em portais de notícia, esse é o caso do curta-metragem "Segredos Mágicos" (2020) com a duração de 9 minutos. Todo o enredo gira em volta de uma visita dos pais de um dos homens do casal homossexual em sua residência. Com isso, o mesmo deve esconder todos os porta-retratos e itens que dão indícios do seu relacionamento homoafetivo. A trama acontece de forma cômica e é inserida até no catálogo de comédia pela plataforma, já que até agora não tem uma categoria diversa para o conteúdo LGBTQIA+ como acontece em outras plataformas de streaming como a Netflix.

Figura 13 - Catálogo Netflix

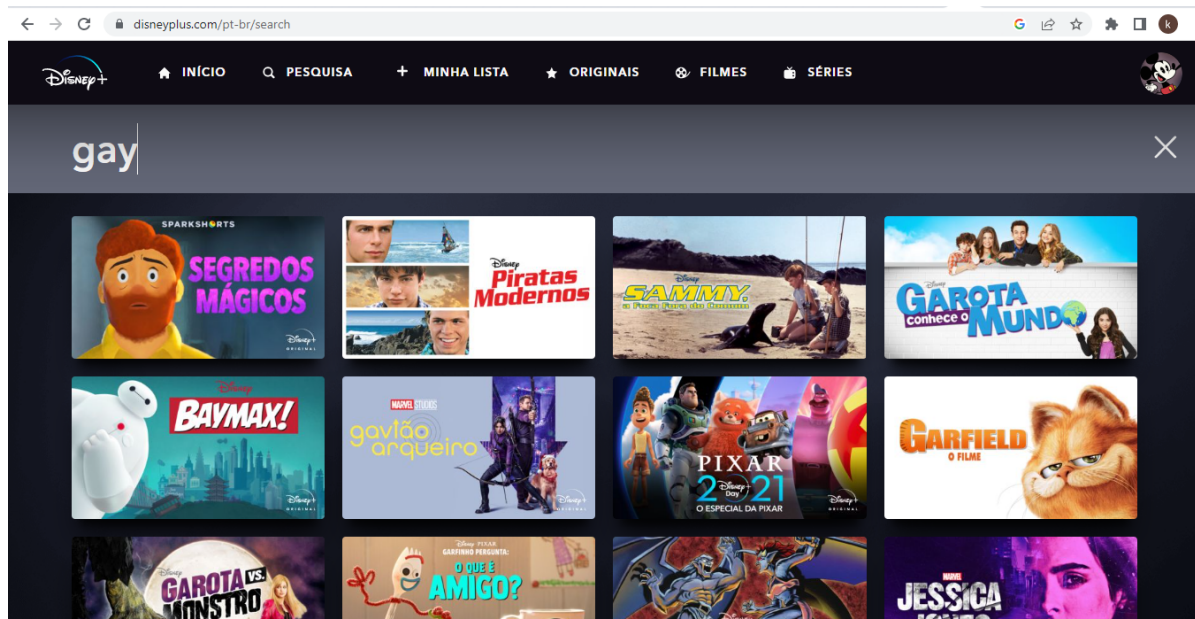


Fonte: Netflix

Outro exemplo de inserção de personagens sem escândalos acontece em High School Musical: The Series (2019), uma vez que um casal adolescente vive na escola sendo abertamente gays como mencionado anteriormente neste trabalho.

O campo de pesquisa na plataforma do Disney+, por algum motivo, limita as buscas os filmes vinculados a categoria LGBTQIA+, durante um teste feito pelo atual pesquisador deste trabalho, ao escrever no campo buscar as palavras: gay, lésbica, LGBT, LGBTQIA+, o algoritmo ou a plataforma não introduz na pesquisa filmes ou séries que abordam esse tema.

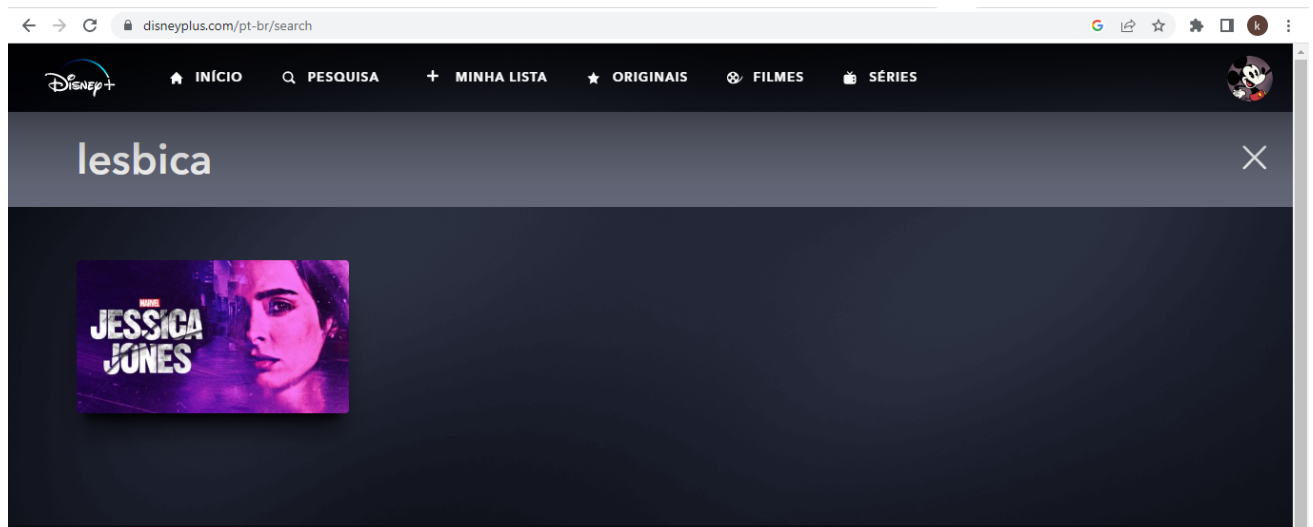
Figura 14 - Resultado da pesquisa do termo “Gay” no catálogo da Disney+



Fonte: Netflix

A única produção da temática disponibilizada na busca é a de “Segredos Mágicos”, curioso, já que “High School Musical: The Series”, “Star: vs as Forças do Mal”, “Eternos”, “Glee”, “Gravity Falls”, “Loki” e “Andi Mack”, séries que abordam esse assunto livremente, não aparece como uma das opções válidas a ser consumido.

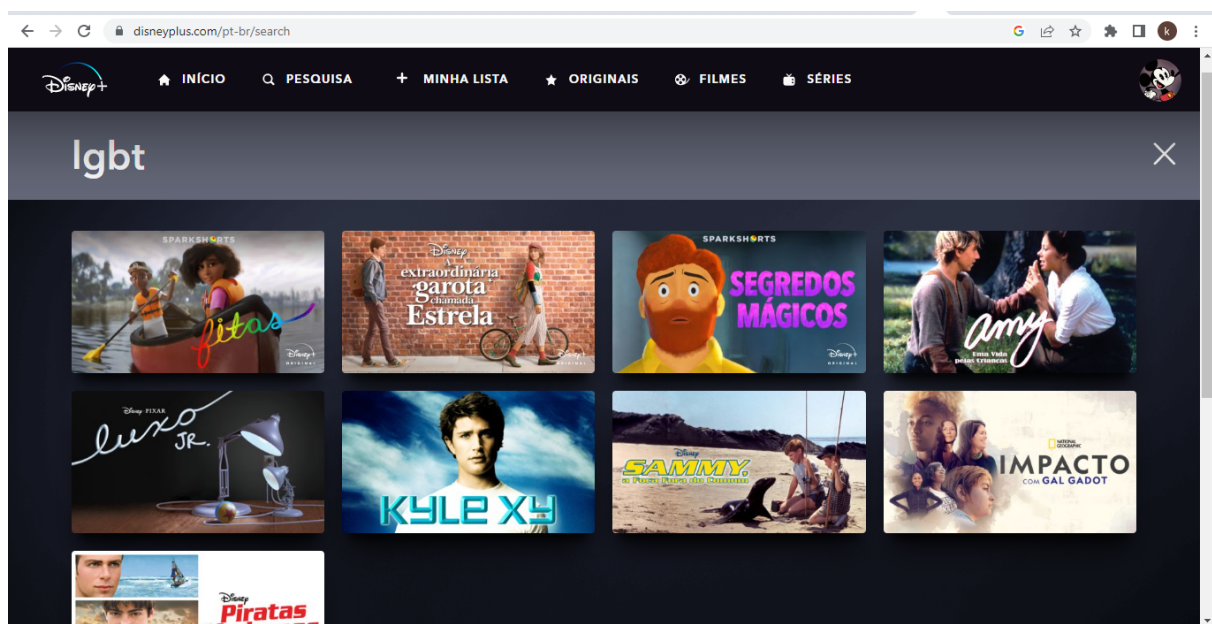
Figura 15 - Resultado da pesquisa do termo “Lésbica” no catálogo da Disney+



Fonte: Netflix

O mesmo acontece com a pesquisa da palavra “Lésbica”, onde só aparece Jessica Jones (2015) como opção, série que realmente aborda esse tema, mas não menciona o desenho infantil “A Casa Corujá” (2020), “Boa sorte, Charlie” (2010), “Thor: Amor e Trovão” (2022) e “Lightyear” (2022), que também fazem menção a esse tipo de personagem.

Figura 16 - Resultado da pesquisa do termo “LGBT” no catálogo da Disney+



Fonte: Netflix

Já durante a pesquisa da sigla LGBT, podemos observar novamente tão somente “Segredos Mágicos” (2020) que tem, de fato, relação com o que estamos buscando. “Fitas” (2020), faz parte do segmento de curta-metragens assim como “Segredos Mágicos” (2020), o mesmo conta a experiência de uma garota autista perdida em um rio, mesmo que a tipografia esteja correlacionada com as cores da bandeira da representatividade LGBTQIA+, não ocorre essa relação de tema no curta.

Figura 17 - Resultado da pesquisa do termo “LGBTQIA+” no catálogo da Disney+



Fonte: Netflix

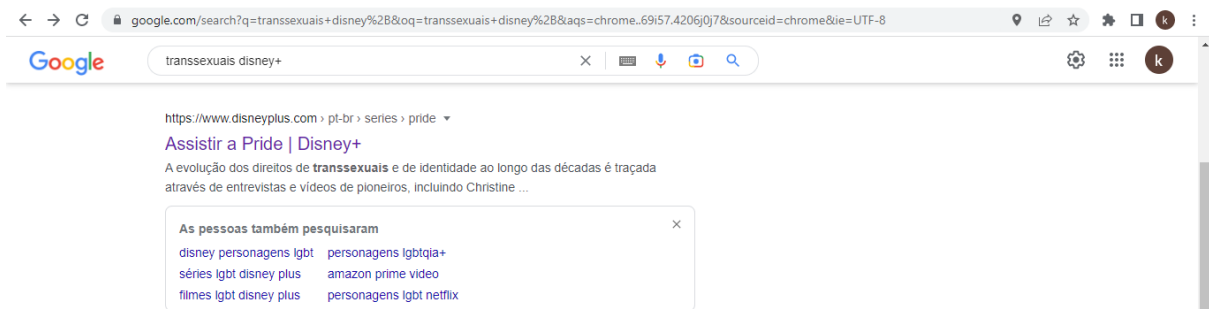
Já na busca por “LGBTIA+”, não é encontrado nenhum resultado. Durante o mês do Orgulho LGBTQIA+, a plataforma de streaming separou um espaço em prol da diversidade em seu catálogo, durante o mês de Junho foi disponibilizado uma categoria designada a todo conteúdo LGBTQIA+ da plataforma.

No mês do orgulho LGBTQIA +, é importante lembrar que toda forma de amor é válida e real e que todos temos o direito de sermos quem realmente somos. Para isso, separamos alguns filmes e programas do Disney+ que têm personagens pertencentes à comunidade. São histórias para todas as idades, que ensinam o poder do amor, da aceitação e da diversidade. Mês do orgulho LGBTQIA+ no Disney+. 2022.

Com o fim do mês de junho, designado como mês do orgulho e representatividade LGBTQIA+, a plataforma do Disney+ não só removeu essa

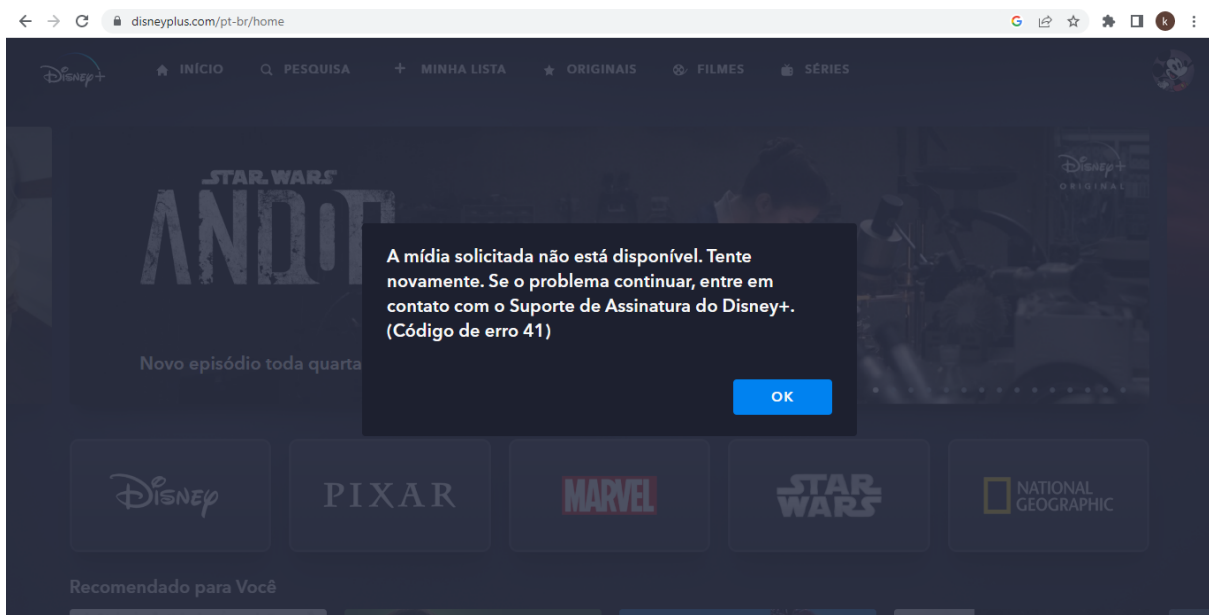
categoria, como também removeu alguns dos títulos da plataforma. Ao buscar na ferramenta de buscas Google, podemos verificar que ao clicar no link, aparece um informativo que o conteúdo não está mais disponível para ser assistido.

Figura 18 - Resultado da pesquisa de Transexuais Disney+ no Google



Fonte: Google

Figura 19 - Remoção de conteúdo LGBTQIA+ na plataforma Disney+



Fonte: Disney+

Atitudes como essa, mostram que a empresa só se importa com esse tipo de abordagem quando o assunto está em alta, gerando mídia e uma nova parcela de consumidores.

Na sociedade moderna, a empresa é constantemente forçada a adaptar-se e a adequar-se às constantes mudanças ambientais. As decisões e as atividades de marketing, por sua vez, não estão livres da influência de fatores ambientais, alheios ao controle do fabricante e do consumidor. O ambiente de marketing é o conjunto de todas as

forças externas que giram em torno da empresa, sendo usual uma distinção entre macroambiente e microambiente. (PINHO, 2001)

Essas adaptações para alcançar um público, ainda mais quando são de causas sociais como racismo, homofobia, feminismo ou qualquer outra causa de representatividade, deve ser muito bem estudada, abordada e representada para que não venha ferir ninguém.

O posicionamento é mais do que slogans engenhosos e bem sucedidas campanhas de comunicação [...] o verdadeiro posicionamento é o processo de distinguir uma empresa ou produto dos seus concorrentes em dimensões reais – valores corporativos e de produtos que são significativos para os consumidores – para tornar uma empresa ou produto preferido. (MAGGARD, 1976)

É uma perda significativa de conteúdo extremamente relevante para a plataforma, conteúdo que poderia não só agregar na vida de quem se identifica com tal orientação ou designação sexual, mas também na vida dos pais dos que assistem. Episódios como o de “The Little Prince(ss)” (2021), já que retrata o cotidiano de famílias que vivem com crianças que têm comportamentos estereotipados pela sociedade como errados ou homossexuais, bem como o incrível “Projeto Heróis da Marvel” (2019), ao passo que relata crianças com habilidades especiais ou atitudes transformadoras para inspiração de futuros super heróis da empresa. No episódio 5 do documentário, nomeado “A Poderosa Rebekah” (2019), mostra o dia a dia de uma criança de 14 anos, transexual, em uma escola de ballet nos Estados Unidos. Rebekah Bruesehoff, é considerada um dos maiores nomes da causa de luta por direitos transexuais para menores de idade no país. A Marvel reconheceu as atitudes da mesma como uma super-heroína da vida real e enviou presentes comparando-a com Carol Danvers (Capitã Marvel - 2019). Atitudes como essa transformam o mundo e inspiram a comunidade em consumir esse tipo de conteúdo,

“Os fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que recebe, insistindo no direito de se tornar um participante pleno” (JENKINS, 2009, p. 188).

No mesmo sentido, o autor continua,

“... no futuro, produtores de mídia terão de se ajustar a exigências de participação do consumidor, ou correrão o risco de perder seus consumidores mais ativos e entusiasmados para alguma outra atração de mídia mais tolerante.” (JENKINS, 2009, p. 190).

Cada vez mais o posicionamento de marca é cobrado por esse público, assuntos que abordam a proteção, a existência de um ser como o veganismo,

vegetarianismo, homofobia, racismo, transfobia, feminismo e entre outros. Quesitos que a sociedade não pode deixar de abordar, principalmente uma empresa que tem alcance, influência e relevância como a Disney.

CAPÍTULO 5 - PESQUISA E ANÁLISE

As produções audiovisuais são uma forma de entretenimento que o público abraça como uma distração, hobby ou objeto de estudo. O contexto abordado nessas feitura causam sensações de relaxamento, euforia, ansiedade, medo, felicidade, fantasia, espanto, romantismo e por fim, representações de diversas culturas. Por consequência, o estudo do roteiro, escala de atores e atrizes e toda a direção para que o curta ou longa metragem vá a público, tendem a ser muito bem pensadas para que causem um efeito positivo em vendas ou sendo consumido pela audiência e mídia. Sobre representações sociais e sua importância em produções Moscovici afirma:

No final das contas, ela produz e determina os comportamentos, pois define simultaneamente a natureza dos estímulos que nos cercam e nos provocam, e o significado das respostas a dar-lhes. Em poucas palavras, a representação social é uma modalidade de conhecimento particular que tem por junção a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos (MOSCOVICI, 1978, p. 26)

O conceito da cultura de massa e a influências dessas grandes marcas como a Disney, a inserção de personagens que representam algo a mais do que somente o enredo da trama em questão, é um forte ponto de aprendizado para um consumidor mirim.

É o compromisso que uma organização deve ter com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas às suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, Responsabilidade Social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade (ASHLEY, 2003, p.6).

Durante uma pesquisa documental, foi realizada uma busca por possíveis personagens que de alguma forma podem ser LGBTQIA+. Lembrando que não existe um padrão físico ou de expressão para a pessoa se identificar como tal, com isso, pode-se dizer que não está inserido 100% dos personagens na tabela.

TABELA 1

PRODUÇÃO	TEMA NÃO FOI ABORDADO	ABORDOU DE MANEIRA POSITIVA	ABORDOU DE FORMA IMPERCEPTÍVEL	MOTIVO DO AGRUPAMENTO
Bela e a fera (1991) Personagem Lefou	X			Não houve menção
Mulan (1998) Personagem: Shang Li	X			Personagem se apaixona pelo protagonista quando é revelado sua verdadeira identidade
Cruella (2021) Personagem: Artie	X			Não é abordado o tema no filme.
Luca (2021) Personagens: Luca e Alberto	X			Não houve menção mas o enredo dá a entender tal sexualidade
O Diário da Princesa 2: Casamento Real (2004)		X		Casal gay é mencionado em cena
Boa sorte, Charlie (2010) Personagens: Susan e Cheryl		X		Casal de lésbicas como personagens secundários na série

Loki (2021) Personagem: Loki		X		Protagonista revela em uma conversa que se sente atraído por homens.
Star Vs. As Forças Do Mal (2015)		X		Beijo lésbico e gay em cena. A cena dura 4 segundos.
Deadpool (2016)		X		Personagem com falas bissexuais
Andi Mack (2017)		X		Primeiro personagem a dizer "Eu sou gay"
'Star Wars Resistance' (2018) Personagens: Orka e Flix		X		Casal de personagens abertamente gays.
Thor: Ragnarok (2019) Personagem: Valquíria		X		Primeira personagem abertamente bissexual
Vingadores: Ultimato (2019)		X		Personagem gay em cena
Gravity Falls (2012) Personagens: Deputy Durland e Sheriff Blubs		X		Casal abertamente gay
Star Wars: A Ascensão Skywalker (2019)		X		Primeiro beijo entre duas mulheres no universo Star Wars

Personagens: Larma D'Acy e Wro				
High School Musical: The Musical: The Series' (2019)		X		Personagem "Nina" é filha de duas mulheres e também tem casal adolescente gay, Frankie e Joe.
Segredos Mágicos		X		Curta metragem sobre casal gay
Dois Irmãos (2020)		X		Primeira personagem LGBTQIA+ em desenho animado
Personagem: Specter				
Jungle Cruise (2021)		X		Primeiro grande personagem gay entre os protagonistas
Personagem: McGregor				
Eternos (2021)		X		Após 13 anos e 24 filmes filmes de heróis, surge o primeiro protagonista gay do universo Marvel.
Personagem: Phastos				

Doutor Estranho No Multiverso da Loucura (2022)		X		Primeira personagem abertamente lésbica do universo Marvel
Personagem: America Chavez				
Lightyear (2022)		X		Primeiro casal abertamente lésbico no universo Pixar
Personagem: Hawthorne				
Frozen (2013) Personagem: Oaken			X	Mostra a família na sauna, contém 1 homem adulto e 4 crianças em cena, a cena tem a duração de 2 segundos.
Zootopia (2016) Personagens: Bucky e Pronk Oryx-Antlerson			X	A cena dura 3 segundos
Procurando Dory (2016) Personagens: Não menciona o nome			X	Primeira família com duas mães em cena. A cena dura 2 segundos.

Fonte: O autor

Na pesquisa resultante da tabela 1, podemos observar algumas inserções feitas de personagens possivelmente LGBTQIA+ e de que maneira foram acrescentados à trama. Como dito anteriormente, não é sobre gerar somente o enredo de filme ou série para ser uma produção de sucesso, mas sim aproveitar esse momento e espaço para agregar pensamentos reflexivos sobre possíveis mudanças na sociedade.

As chamadas indústrias de conteúdo vão mais além do que representar a identidade cultural dos seus povos e a possibilidade de gerar bens simbólicos que movem sentimentos, comportamentos e novos hábitos nas pessoas através dos produtos culturais que geram. As indústrias de conteúdo e a convergência entre as diferentes mídias podem ser um importante fator no desenvolvimento sustentável e na geração de políticas públicas que colaborem para a inclusão social (BARRETO, 2006, p. 60).

Para a realização deste trabalho, também foi feita uma pesquisa de campo que alcançou o total de 204 pessoas. As perguntas foram relacionadas a orientação sexual de cada participante e pesquisa de Top-Of-Mind para reconhecer possíveis personagens LGBTQIA+ do universo Disney.

Gráfico 1 - Você se considera LGBTQIA+?

Você se considera LGBTQIA+?

204 respostas

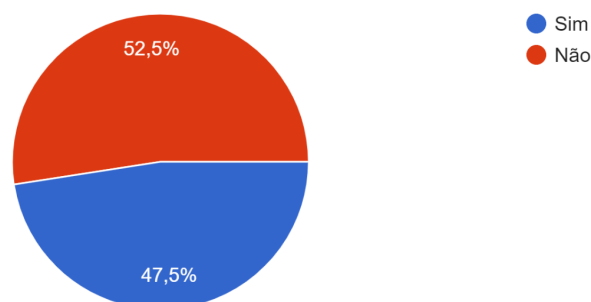


Gráfico 2 - Com qual acrônimo você se identifica? (LGBTQIA+)

Com qual acrônimo você se identifica? (LGBTQIA+)

204 respostas

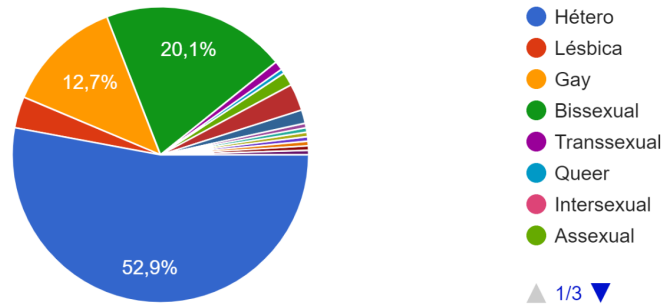


Gráfico 3 - Quantos personagens você consegue listar como LGBTQIA+ no universo Disney, Marvel ou Pixar

Quantos personagens você consegue listar como LGBTQIA+ no universo Disney, Marvel ou Pixar.

204 respostas

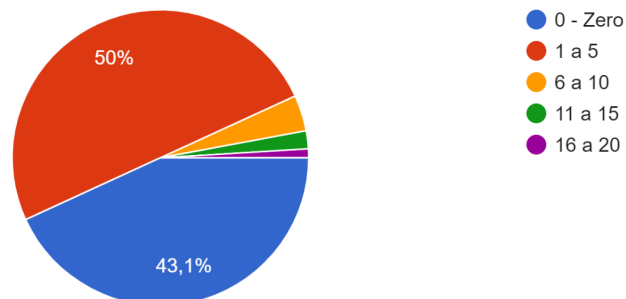


Gráfico 4 - Você considera essa quantidade suficiente?

Você considera essa quantidade suficiente?

204 respostas

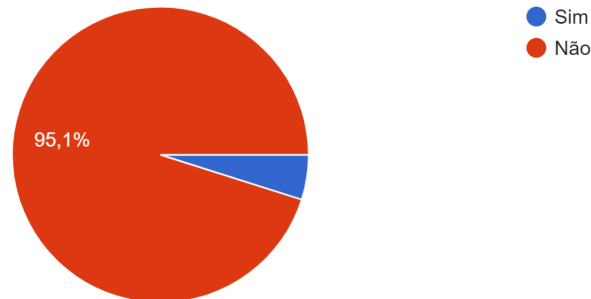
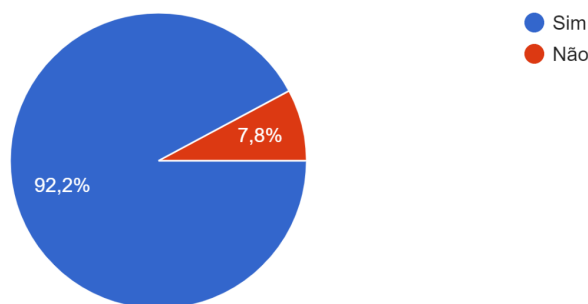


Gráfico 5 - Você acha que falta representatividade nos filmes Disney?

Você acha que falta representatividade nos filmes Disney?

204 respostas



É importante frisar a quantidade de heterossexuais que responderam a pesquisa, partindo que em nenhum momento foi limitada apenas a quem se identifica com o assunto, e mesmo assim, as expectativas para a resposta de Gráfico 5 foram de concordância com a falta de representatividade nos filmes Disney.

A pesquisa também conta com um espaço dissertativo em que entrevistados contam a sua visão sobre a representatividade LGBTQIA+ em personagens Disney. As respostas foram enviadas de forma anônima, sem coleta de email ou qualquer outra informação.

Resposta anônima 1

A Disney, incluindo o próprio Walt Disney, tem/tinham pensamentos ""adequados"" pra época, onde era normal racismo, homofobia, a mulher tem um papel passivo na sociedade e por ai vai, não so na questão lgbtqia+, mas falta representatividade no geral, ao poucos

ela vai tentando fugir desse pensamento retrogrado que ela tem, apenas nos ultimos anos ela abriu o disney look, pq homem e mulher deveriam seguir um padrao, o dorms nao dispunha de ambiente que acolhesse pessoas trans, tanto é que no meu ano de ICP, um homem teve que dividir apt com meninas. A splash mountain que retratava um seriado racista, apenas recentemente foi criado um projeto pra mudar a tematica da atração. Aos poucos a disney tem tentando se "incluir" e demonstrar seu apoio, mas ainda falta tocarem no assunto de forma direta e com mais ênfase

Resposta anônima 2

Atualmente, a inclusão de personagens LGBTQIA+ em filmes é decepcionante, poucos filmes se importam em incluir tais tipos de personagens (que é algo que deveria ser inquestionável, já que filmes retratam, em sua maioria, o comum, e a população LGBTQIA+ é algo comum), porém quando esses personagens são inclusos, a mídia e certos grupos de pessoas julgam intensamente esses atos. Isso é algo que deve mudar.

Resposta anônima 3

Nenhum personagem lgbt e poucas representatividades culturais nos filmes (mas isso vem mudando de uns tempos pra cá)

Resposta anônima 4

Se os filmes, desenhos, são baseados na vida real, então deve-se representar o que compõe o mundo real, inclusive a população lgbtqia+. Ainda vivemos e reproduzimos muito uma heteronormatividade onde só são representadas pessoas (e casais) cis hétero nos filmes, o que nega a existência de pessoas/casais para além dessa perspectiva.

Filmes e desenhos são fortes meios de influência social e deveriam ser usados, também, como meios de educação para mostrar a diversidade humana do mundo, a variedade de pessoas, gêneros e relações afetivas, visando a desconstrução de preconceitos sociais em torno dessa temática e de outras também, como o racismo, sexismo, etc.

Principalmente em filmes voltados para crianças, que são um público ótimo para se trabalhar diversidade, respeito, para que assim, se tornem adultos conscientes e engajados na promoção de uma sociedade menos preconceituosa.

Os discursos contra casais homossexuais em filmes para crianças, por exemplo, condena um beijo gay/lésbico pois "influenciará a criança" ou porque o "conteúdo é inadequado", mas ninguém questiona um beijo hétero num filme pra criança, ninguém questiona o amor cis hétero em um filme infantil. Precisa-se, urgentemente, normalizar outras orientações sexuais no universo cinematográfico pois caso contrário, a criança crescerá achando que só existe uma forma de existir e exercer sua sexualidade no mundo, o que não é verdade.

Resposta anônima 5

Não lembro de nenhum personagem principal LGBT, sempre são supostos personagens que são. Tipo a Elza de Frozen, nunca disseram que ela era, são somente suposições

Resposta anônima 6

Falta representatividades em todas as minorias, e quando algum é representado não é claro a sexualidade do personagem, deixando subentendido como uma heteronormatividade cis. É imposto amor hetero e beijos para salvar o mundo, reinos, e de forma alguma o amor Lgbtqia é representado dessa forma, no máximo pra falar que tem uma cota gay.

Opiniões que agregam valor ao presente estudo, já que abordam diferentes pontos de vista sobre o tema. Para demais respostas:

Confira Anexo C

Com as respostas do questionário entende-se que existe um progresso de inserção do tema mas ainda é lento e não almoso. Mesmo que o respondente não se identifique como LGBTQIA+, tem plena consciência da importância da representatividade em obras cinematográficas em busca de um mundo mais tolerante e com menos preconceito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso tem como finalidade entender de que forma a Disney representa o público LGBTQIA+ em suas produções e todo o enredo por trás disso. Os objetivos específicos são realizar uma análise de quando, como e o porquê de um determinado personagem LGBTQIA+ é inserido na trama. A inclusão de atores por parte dos diretores ou personagens da comunidade em suas produções, bem como discutir a reação e a cobrança de posicionamento das minorias em grandes e pequenas produções. Todas essas questões levantadas geraram-me uma indagação sobre o assunto: como o público LGBTQIA+ se sente representado no universo Disney?

É notório que a partir do histórico da empresa, o conservadorismo ainda fala mais alto quando a questão é fugir do padrão do branco, cisgenero e heterossexual, e isso vem desde a cúpula de contratados como CEO da empresa majoritariamente branca e até em suas produções, digo, não só no montante final, mas atrás das câmeras. A exemplo disso, demonstro situações em que um branco é roteirista de um filme de representatividade negra, um heterossexual cisgenero é protagonista de um filme tal qual o personagem se identifica como homossexual. Assim, a companhia segue o pensamento retrógrado de uma frase utilizada nos últimos anos por conservadores brasileiros “quem lacra, não lucra”, do mesmo modo, empresas que realizam campanhas de representatividade, sofrem boicotes da mídia online, offline, televisiva e principalmente, do público consumidor.

Atitudes incríveis como presentear uma criança ativista da causa transexual referindo a mesma como a heroína Capitã Marvel, são atitudes que vão entrar para a história de Rebekah Bruesehoff. Representações como a de Halle Bailey em “A Pequena Sereia”, uma vez que crianças se emocionaram e se identificaram como um todo apenas assistindo um trecho de menos de 2 minutos do filme, são atitudes transformadoras.

Cada dia que passa o posicionamento de marca é levado em consideração no processo de decisão de compra, o público verde, que apoia o movimento de um mundo mais sustentável aborda assuntos de proteção, existência de um ser ou espécie como o veganismo, vegetarianismo, homofobia, racismo, transfobia, feminismo e entre outros, atitudes que tendem a ter um cuidado maior com o planeta e com o próximo e que tornam a marca mais humana. Com toda a certeza é

desanimador reconhecer que uma empresa que admiro tanto, tenta me invalidar como pessoa, isso acontece nas vezes em que busco sobre esse conteúdo na sua plataforma de streaming, quando a mesma financia uma lei com o objetivo de não comentar sobre a importância da minha existência e quando se nega a comentar sobre o tema em entrevistas de lançamento de suas super produções.

Como objetivos específicos foi realizada a pesquisa de campo, onde disponibilizei em minhas mídias sociais o questionário aberto a toda e qualquer pessoa que se sentia à vontade em responder, já que como a maioria do público que votou se identificava como heterossexual, fiquei contente com as respostas longas, pois achei que não seriam de interesse desse público responder um questionário sobre representatividade LGBTQIA+.

Uma surpresa positiva em que me deparei durante a pesquisa foi que no ano de 2022 a Companhia Disney começou a introduzir uma maior quantidade de personagens LGBTQIA+, fico contente com tal atitude. Como sugestão de futuras pesquisas, aconselho a continuar buscando personagens desse universo e suas devidas importâncias para o mundo real, atualizações dos casos de leis como a Don't Say Gay. Um estudo da corporação Disney e seus CEO's e o afastamento de Bob Chapek da presidência e a atual contratação do ex-presidente, Robert Iger .

REFERÊNCIAS

A pequena sereia: as reações aos ataques racistas contra o trailer da Disney. BBC. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-62921625>. Acesso: [27/10/2022].

ADORNO, T. & HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. 2ª edição, Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1986.

AMARAL, Nemézio F. **O Negro na Mídia: a construção discursiva do “outro” cultural**. Educ. Pesquis. v. 29 n.1 São Paulo Jan. 2010.

ASHLEY, P. **Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo, Saraiva, 2003

BAILEY, Halle. 12, set de 2022. **@hallebailey**. Disponível em: https://twitter.com/HalleBailey/status/1569455744046747648?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1569455744046747648%7Ctwgr%5E622283c842a2f82ff5caf71686c2f068677bee1a%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.correiobraziliense.com.br%2Fdiversao-e-arte%2F2022%2F09%2F5037120-criancas-negras-se-emocionam-com-representatividade-em-a-pequena-sereia.html. Acesso: [27/10/2022].

BARRETO, Roberto Menna. **Agências de propaganda e as engrenagens da história**. São Paulo: Summus, 2006.

BETTELHEIM, Bruno. **A psicanálise dos contos de fadas**. 11.ed. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1996. p. 11-43.

BRANDÃO, Raquel **Mickey em domínio público. O que muda no mercado brasileiro**. Valor Globo. 2022 Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2022/07/13/mickey-em-dominio-publico-o-que-muda-na-disney-e-no-mercado-brasileiro.ghtml> Acesso: [21/09/2022].

CABRAL, João Francisco Pereira. "Conceito de Indústria Cultural em Adorno e Horkheimer"; **Brasil Escola**. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/cultura/industria-cultural.htm>. Acesso: [21/06/2022].

CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília Von (org). **A criança e a violência na mídia**. 3. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2007.

CHAUI Marilena. **Cidadania cultural: o direito à cultura**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHAPEK, Bob. **O CEO da Disney, Bob Chapek, aborda a resposta da empresa ao projeto de lei “Não diga gay” da Flórida**. 2022. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/disney-ceo-bob-chapek-florida-dont-say-gay-bill-response-1235105879/>. Acesso: [01/11/2022].

CHOMSKY & FOUCAULT. **Manipulação do Público — política e poder econômico no uso da mídia.** Futura. p. 75. 2007

CONSTANTINO, Annikka. **Empresas que se opõem à proibição de 'Don't Say Gay' da Flórida na discussão de questões LGBTQ em escolas públicas.**

Publicado em 29 mar 2022. Disponível em:

<https://www.cnbc.com/2022/03/29/businesses-oppose-floridas-dont-say-gay-bill-banning-talk-of-lgbtq-issues-in-public-schools.html>. Acesso: [05/11/2022].

DAMARO, Josh. **Um lugar onde todos são bem vindos.** 2022. Disponível em:

<https://disney Parks.disney.go.com/blog/2021/04/a-place-where-everyone-is-welcome/?CMP=SOC-DPFY21Q3wo0408210031A> . Acesso: [07/11/2022].

D23 expo: surpreende com novidades incríveis de todos os seus estúdios.

Disney. 2022. Disponível em:

<https://disney.com.br/novidades/d23-expo-disney-surpreende-com-novidades-incriveis-de-todos-os-seus-estudios#:~:text=De%20sexta%20de%20manh%C3%A3%20at%C3%A9,pain%C3%A9is%20especiais%20e%20muito%20mais>. Acesso [27/10/2022].

FORNI, João José. **Comunicação em tempos de crise.** DUARTE, Jorge (org.).

Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a mídia: teoria e técnica. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Frozen 2 ultrapassa US \$1 bilhão em bilheteria global. 2019. Disponível em:

<https://thewaltdisneycompany.com/frozen-2-surpasses-1-billion-at-global-box-office/>. Acesso: [14/11/2022].

GABREEL, Lucas. **Eu não interpretaria o papel agora, e aqui está o porquê.**

2020. Disponível em:

<https://www.tmz.com/2020/07/05/lucas-grabeel-high-school-musical-ryan-gay-character-role/>. Acesso: [15/11/2022].

GENERAL, Bill. **SB 1834: Parental Rights in Education.** 01 Jul 2022. Disponível em:

<https://www.flsenate.gov/Session/Bill/2022/1834>. Acesso: [21/10/2022].

IBGE, Diretoria de pesquisas. **Coordenação de trabalho e rendimento.** Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios Contínua 2018 - 2019. Disponível em:

<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html#:~:text=De%202018%20para%202019%2C%20observou,18%20milh%C3%B5es%2C%20em%202019>. Acesso: [10/11/2022].

JACKSON, Angelique. **Reconstruindo 'Pantera Negra': como a família 'Wakanda Forever' lutou contra o luto e os ferimentos para criar um tributo ao**

super-herói de US \$250 milhões. 2022. Disponível em:

<https://variety.com/2022/film/news/black-panther-wakanda-forever-ryan-coogler-interview-grief-injury-mcu-1235425858/>. Acesso: [14/11/2022].

JENKINS, H. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JUSTO, Gabriel. **Pelo 12º ano consecutivo, Brasil é o país que mais mata transexuais no mundo**. Disponível em: <https://exame.com/brasil/pelo-12o-ano-consecutivo-brasil-e-pais-que--mata-transexu-ais-no-mundo/>. Publicado em: 19 nov. 2020. Acesso: [21/06/2022].

LANNA, Maria Célia Salles Moura. **Geração canguru: quando os filhos não querem sair de casa**. Rede Pitágoras: Família em rede. n. 1, ano 1, p. 1-2, jun. 2007.

LEE, Jennifer. **Diretores de 'Frozen 2' comentam polêmica sobre Elsa ser ou não lésbica: 'É uma história sobre família'**. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2019/12/04/diretores-de-frozen-2-comentam-polemica-sobre-elsa-ser-ou-nao-lesbica-e-uma-historia-sobre-familia.ghtml>. Acesso: [15/11/2022].

MAGGARD, J. P. Positioning revisited. **Journal of Marketing**, New York, v. 40, n. 1, p. 63-66, Jan. 1976.

MARIOSIA, G.; REIS, M. **A influência da literatura infantil afro-brasileira na construção das identidades das crianças**. Estação Literária, Londrina, v. 8, parte A, p. 42-53, dez. 2011. Disponível em <http://www.uel.br/pos/letras/EL/vagao/EL8AArt06.pdf>. Acesso: [05/10/2022].

MASS, Jennifer. **O CEO da Disney recebeu uma carta da equipe LGBTQ pedindo apoio antes que o projeto de lei 'Não diga gay' fosse aprovado no Senado da Flórida (EXCLUSIVO)**. 2022. Disponível em: <https://variety.com/2022/tv/news/disney-lgbtq-staff-letter-dont-say-gay-bill-bob-chapek-1235200825/>. Acesso: [01/11/2022].

MATTAR, Fauze Najib. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**. São Paulo, Editora: ATLAS S.A, 2009.

Mês do orgulho LGBTQIA+ no Disney+. 2022. Disponível em: <https://disney.com.br/novidades/mes-do-orgulho-lgbtqia-no-disneyplus>. Acesso: [14/11/2022].

MORAES, Alexandre. **Direito Constitucional**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2003. Disponível em: <https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/3799/O-principio-da-Dignidade-da-Pessoa-Humana-e-os-Povos-Indigenas#:~:text=A%20dignidade%20%C3%A9%20um%20valor,deve%20assegurar%2C%20de%20modo%20que%2C> Acesso em: 23 jun. 2022.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise**. 1a ed. Rio de Janeiro, RJ: Zahar Editores, 1978.

ORTEGA, Kenny. **Diretor Kenny Ortega sobre a estética queer de seus filmes de 'Hocus Pocus' a 'High School Musical'**. 2020. Disponível em: <https://variety.com/2020/film/news/director-kenny-ortega-pride-high-school-musical-1234694033/>. Acesso: [14/11/2022].

POUGY, Eliana G.P. **As mensagens da televisão e a reação de seus receptores.** Disponível em: <https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/2/1/-a-televisatildeo-e-a-crianccedila>. Acesso: [04/11/2022].

QUEIROZ, Julia. **Disney perderá direitos autorais sobre 1º Mickey Mouse em 2024.** Estadão. 2022. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,disney-perdera-direitos-autorais-sobre-1-mickey-mouse-em-2024-entenda,70004110627#:~:text=Segundo%20a%20lei%20de%20direitos,primeiro%20Mickey%20alcan%C3%A7ar%C3%A1%20em%202023> Acesso: [21/09/2022].

RITMAN, Alex. **Cena LGBTQ entre cortes feitos para 'Pantera Negra: Wakanda Forever' para lançamento no Kuwait (exclusivo).** 2022. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/black-panther-wakanda-forever-lgbt-cut-kuwait-1235260118/>. Acesso: [14/11/2022].

SHETH, Jagdish N. **Marketing: As Melhores Práticas.** Porto Alegre: Bookman, 2001. p.136-160.

SILVEIRA, Fábio. O homossexual no cinema: o dilema da representação. **Café História** - história feita com cliques. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/o-homossexual-no-cinema-o-dilema-da-representacao/>. Publicado em: 15 ago. 2011. Acesso: [21/06/2022].

Sobre o Instituto Disney. Disney. Disponível em: <https://www.disneyinstitute.com/about/>. Acesso: [06/11/2022].

NADER, Ginha. **A magia do império Disney.** 2. ed. São Paulo: Senac, 2007.

SOUSA JÚNIOR, C. A. A. de; MENDES, D. C. Políticas públicas para a população LGBT: uma revisão de estudos sobre o tema. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 19, n. Especial, p. 642–655, 2021. DOI: 10.1590/1679-395120200116. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/84338>. Acesso em: 26 jun. 2022.

SOUSA, Francisca. **Linguagens Escolares e Reprodução do Preconceito.** Disponível em: Educação anti racista: caminhos abertos pela Lei Federal nº10.638/03. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade. – Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2005.

TRINDADE. Gabriela. **Direito Autoral: Quando as obras caem em domínio público?** 2014. Disponível em: <https://advocaciapelotas.jusbrasil.com.br/noticias/178722032/direito-autoral-quando-as-obras-caem-em-dominio-publico#:~:text=A%20utiliza%C3%A7%C3%A3o%20da%20obra%20por,autoriza%C3%A7%C3%A3o%20para%20utiliza%C3%A7%C3%A3o%20da%20obra>. Acesso: [19/10/2022]

APÊNDICE A - ROTEIRO DE PERGUNTA

Aspectos sociais:

1. Você se considera LGBTIA+?
2. Com qual acrônimo você se identifica?
() Heteressexual () Lesbica () Gay () Bissexual () Transexual () Intersexual () Assexual () outro: (espaço para escrever)
3. Quantos personagens você consegue listar como LGBTIQA+ no universo Disney, Marvel ou Pixar.
() 0 - Zero () 1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () 16 a 20
4. Quais personagens LGBTQIA+ você se recorda?
(espaço para escrever)
5. Você acha que falta representatividade nos filmes Disney?
() Sim () Não
6. Se sentir-se confortável, justifique:
(espaço para escrever)

ANEXOS

ANEXO (A)

Trailer de "A Pequena Sereia - Live Action" (2023).

<https://www.youtube.com/watch?v=0-wPm99PF9U>

ANEXO (B)

Reação de crianças ao trailer de "A Pequena Sereia - Live Action" (2023).

<https://www.dailymotion.com/video/x8dq0d4>

ANEXO (C)

Resultado de pesquisa aberta

file:///C:/Users/kyleb/Downloads/TCC%20Kyle%20Edward-%20Pesquisa%20-%20Formul%C3%A1rios%20Google.pdf

ANEXO (D)

Carta de cast members ao CEO da Disney.

<https://variety.com/2022/tv/news/disney-lgbtq-staff-letter-dont-say-gay-bill-bob-chapek-1235200825/>

ANEXO (E)

Carta de resposta do CEO da Disney, Bob Chapek aos funcionários.

<https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/disney-ceo-bob-chapek-florida-dont-say-gay-bill-response-1235105879/>