



Doi: 10.4025/7cih.pphuem.1485

O fantástico mundo da animação: Uma breve reflexão sobre o uso dos desenhos de Walt Disney em sala de aula.

Priscila Estevo de Oliveira

(Universidade Estadual de Londrina)

Resumo

A mídia, hoje mais do nunca, é algo que permeia a sociedade, tudo passa ou acontece através dela, e devido a essa influência, as grandes empresas da publicidade e do entretenimento aproveitam para difundir determinadas ideias, gostos, valores, comportamentos e hábitos, vindos principalmente das terras do Tio Sam. Os Estados Unidos se tornou uma referência para os brasileiros, que consomem de sua cultura, isso não quer dizer que os mesmos não tenham senso crítico e não percebiam o que se passa através das mensagens em filmes ou músicas, que ensinam a partir de um determinado ponto de vista e seus objetivos acabam indo além da venda de produtos, como é o caso da Disney. A Disney é uma poderosa máquina de entretenimento, que tem objetivo proteger sempre seu status de inocência e virtude, escondendo sempre através da fantasia a sua visão conservadora de mundo. Pensando nisso, busca-se analisar alguns vídeos dessa grande indústria do entretenimento, criados entre 1942-1944, intitulados: *Education for Death* e *Der Fuhrer's face*, com o objetivo de mostrar como a Disney representa a guerra, quais mensagens transmitiam, de que forma chamavam a atenção do público, como protegiam sua imagem num cenário de guerra, e como podem ser utilizados em sala de aula, discutindo a possibilidade de construção da literacia histórica através dos vídeos.

Palavras-Chave: Mídia; Disney; Literacia histórica.

As identidades coletivas e individuais das crianças e jovens são moldadas política e pedagogicamente, principalmente, a partir da cultura visual, que enquadra os videogames, filmes e a televisão. O desenvolvimento dos meios de comunicação é considerado uma característica essencial da nossa cultura e marca a sociedade na atualidade. São os oligopólios midiáticos que produzem, distribuem e organizam a maior parte das informações e atividades culturais, a influência norte-americana se apresenta em escala global e dita hábitos, ideias e comportamentos.

A cultura “passa” ou “acontece” cada vez mais na e por meio da mídia. Isso implica: a) que as manifestações culturais mais diversas só são reconhecidas como tais pela sociedade depois de serem “mostradas” ou incorporadas pela mídia; b) que as próprias criações, os personagens e produtos da mídia se tornam bens culturais de alcance social. Ambos os níveis interagem, de forma que a mídia se torna ao mesmo tempo acontecimento, produção e divulgação cultural. (MOREIRA, 2003, p. 1208)

Surge a cultura midiática, produto de um *sistema midiático-cultural*, no qual as grandes indústrias do entretenimento se utilizam do recurso tecnológico para criar uma *realidade* fechada e sob controle. Segundo Moreira, na cultura midiática não se trata apenas de conformação do público a determinados hábitos, padrões de comportamento, valores, gostos e preferências, difundidos por meio da mídia, mas da criação, duplicação ou da recriação da realidade por meio dela. O autor argumenta que, toda cultura se forma e reforma constantemente no contato com o diferente e o exterior a si mesma. A própria noção do que é o “diferente” e do que é o “exterior”, de quem somos “nós” e de quem são “eles”, precisa ser continuamente refeita e reposta, a identidade é construída num processo social e simbólico, historicamente específico a cada grupo ou povo.

A partir dos discursos e das visões de mundo produzidos pelos sistemas de representação simbólica, os sujeitos podem se *posicionar* e construir sua *identificação* com determinados papéis, perfis, significados. Baseados nessa identificação subjetiva, na qual sempre estão presentes desejos e dinâmicas do inconsciente, os sujeitos afirmam ou não seu *pertencimento*: isso somos nós (e não *aquilo*), fazemos parte *dessa* cultura/povo/comunidade (e não *daquela* outra) (MOREIRA, 2003, p. 1211).

Moreira argumenta que, as representações simbólicas, incluindo as identidades, estão nos interstícios da vida cotidiana com as relações sociais, econômicas e políticas e não podem ser dissociadas delas. A presença dos meios de comunicação de massa fez surgir novas interações sociais, da pessoa consigo mesma e com o outro. “Ao influenciar o processo de construção de identidades, ao estimular determinadas lealdades e pertencimentos e ao favorecer determinada visão de mundo, o complexo midiático-cultural tornou-se talvez, o principal agente no processo cultural” (MOREIRA, 2003, p. 1211).

A mídia procura difundir novas formas de ver o mundo, novos sentidos, novas respostas, passa a influenciar o dia-a-dia das pessoas, a forma como se expressam, como acreditam nas coisas. Assume o mesmo, por vezes, o papel da família, da escola e da religião. Os agentes difusores se utilizam de técnicas e recursos para sua difusão de mensagens, conhecidos como publicidade, propaganda e *marketing*, a mídia depende desses meios como fonte de financiamento.

As propagandas são produzidas e disseminadas por poucos e grandes conglomerados, ou seja: [...] supõem uma enorme concentração do poder simbólico (e econômico e político) em poucas mãos; produções alternativas e de cunho crítica existem, mas têm grande dificuldade de atingir o grande público (MOREIRA, 2003, 1213). A mídia utiliza desses recursos para uma evidente função socializadora e educadora da sociedade, principalmente os segmentos mais expostos a ele, como as crianças e os jovens, sua atuação é sutil e age sobre o inconsciente, influencia mais pela sedução que pela argumentação, a percepção das pessoas da realidade é influenciada por esse poderoso agente.

[...] vai se formando no contexto da cultura midiática uma percepção da realidade altamente fragmentada, efêmera e impessoal, imersa no ambiente cultural da propaganda e do marketing. Os constructores simbólicos agenciados pelo sistema midiático-cultural e seu aparato tecnológico são pervasivos e atuam no longo prazo. Tomemos a percepção da *guerra* como exemplo. O que antes era distante no espaço e no tempo, com a transmissão ao vivo pela TV tornou-se próximo e até familiar, em virtude dos mapas e esquemas em 3D gerados por computador. Contudo, essa proximidade é exterior, não gera necessariamente identificação ou solidariedade. Participamos da guerra consumindo avidamente as *imagens da guerra*, ou seja: como espectadores de um filme que se desenrola diante de nós. A realidade cede à simulação, a guerra torna-se espetáculo [...] (MOREIRA, 2003, p. 1222)

Já que fala-se de guerra nesse momento, o cinema, também conhecido como sétima arte, foi um dos meios mais utilizados durante a Segunda Guerra Mundial para propagar determinadas ideias e ideologias. Segundo Alexandre Maccari Ferreira, esse tipo de mídia pode ser visto como mera diversão, entretenimento, arte, indústria ou dependendo do momento e do filme, ser ciência, política, veículo de persuasão e meio de comunicação de massas, e

ainda é possível ser arte e crítica social, ser ambos sem desprezo ou preconceitos. “Pensamos que o cinema é tudo isso e mais: é objeto de pesquisa; é caminho de reflexão; é instigação política, histórica, artística e pessoal; é um conjunto de aspectos que abarcam do íntimo ao externo” (FERREIRA, 2008, p.14)

Durante a Segunda Guerra Mundial, muitos vídeos foram produzidos para criar uma imagem de seus governos para serem passados a população, esse tipo de mídia era tido como propagandística, utilizada por ambos os lados do confronto. Segundo o historiador Wagner Pinheiro Pereira, a história da propaganda política está ligada ao desenvolvimento da sociedade e da cultura de massa, consolidada a partir da década de 1920, com o avanço tecnológico dos meios de comunicação.

Pereira argumenta que depois da Primeira Guerra mundial a propaganda governamental prosseguiu nos países democráticos, mas estes usavam termos como “serviços de informação” ou “educação pública”, evitava-se a palavra *propaganda* por não ser compatível com os ideais da democracia, já que a palavra era empregada pela Alemanha nazista e União Soviética. A *propaganda* para os Estados Unidos ficou vinculada a noção de totalitarismo, empregado por ditaduras nazifascistas durante a Segunda Guerra e, durante a Guerra Fria se vinculou aos Estados comunistas. A história da propaganda política encontra-se ligada ao desenvolvimento da sociedade e da cultura de massa, concretizada a partir de 1920 a partir do avanço tecnológico dos meios de comunicação. Segundo o autor, a propaganda transforma ideias e conceitos em símbolos, mitos e utopias, que são transmitidos pela mídia, utiliza-se a sedução, elemento eficaz na conquista das adesões políticas.

Muitos governos se utilizaram e ainda utilizam dessa ferramenta para exercer seu poder, mas em Estados que possuem monopólio sobre os meios de comunicação e um controle sobre o que passar, evitando qualquer conteúdo contra sua ideologia, a força da propaganda aqui é ainda maior. Nesses casos, onde ocorre a censura, o poder político

[...] conjuga o monopólio da força física e da força simbólica; tenta suprimir dos imaginários, toda representação do passado, presente e futuro coletivos que seja distinta daquela que atesta a sua legitimidade e cauciona o controle sobre a vida coletiva. Em governos dessa natureza, a propaganda política se torna

onipresente, atua no sentido de aquecer as sensibilidades e tende a provocar paixões, visando assegurar o domínio sobre os corações e mentes das massas (PEREIRA, 2012, p. 18)

O cinema sempre foi algo que atraiu as massas, por isso, foi visto como uma arma fundamental no combate ao nazismo. É importante ressaltar que o lado inimigo também utilizou dessa tática, produzindo inúmeros filmes para criar uma visão positiva de seu governo. Para esse instrumento de propagação de ideias funcionar, foi necessário a ajuda do *Código Hays*, “[...] código regulador de autocensura, responsável por monitorar as mensagens veiculadas nos filmes e manter a harmonia entre Hollywood e as instituições guardiãs da moral da sociedade americana” (PEREIRA, 2012, p. 174). Wagner Pereira aponta que, na década de 1930 esse código colocaria as indústrias cinematográficas dos Estados Unidos em sintonia com os valores da política de Franklin Delano Roosevelt, utilizando o cinema como suporte dos princípios políticos, sociais, econômicos e culturais do *New Deal*.

Eis que surge nesse cenário uma das maiores indústrias do entretenimento da atualidade, a Disney.

Durante o período do conflito, o estúdio fundado em 1923 produziu mais de 30 animações com a temática da Guerra, com as mais diversas personagens e desenvolvimento de roteiro. Alguns desenhos foram encomendados por governos estrangeiros; outros ganharam Oscar; a lista é composta até mesmo por um longa misto, contendo animação e personagens reais. Hoje é possível verificar algumas dessas peças em coleções de dvd’s produzidas e distribuídas pela própria empresa. Nessas coleções, os desenhos são classificados como: clássicos, propaganda e entretenimento, curtas educacionais e instrutivos. Observa-se assim uma tentativa de tecelagem da memória do momento belicista (VELASCO, 2009, p. 9)

Segundo Velasco, entre os anos 1939 e 1945, os países em guerra desenvolveram diversas formas de convencer o seu público. Os estúdios Disney foram responsáveis por levar aos cidadãos comuns o sentimento de que também poderiam ajudar de alguma forma o seu país em guerra. O patriotismo vinha acompanhado de uma boa dose de fantasia.

Os desenhos de Disney se tornaram famosos no mundo todo, crianças, jovens e idosos, assistem ou já assistiram alguma produção dessa indústria, que sempre foi tida como inocente. O que se pretende aqui é analisar dois

vídeos produzidos entre 1943-1944 e refletir sobre a imagem que os Estados Unidos constrói de si e do inimigo, a forma a qual Disney representa a guerra, quais mensagens transmitia, de que forma chamavam atenção do público e como protegiam sua imagem num cenário em guerra. É o cenário mágico que contribui para a produção do espetáculo, valores e julgamentos são criados, educação e entretenimento se confundem.

O primeiro vídeo intitula-se, *Der Fuhrer's Face*, produzido em 1943 pelos estúdios Walt Disney e pelo Departamento de Guerra, com direção de Jack Kinney e roteiro de Joe Grand, ganhador do Oscar, apresenta o famoso personagem Pato Donald em uma situação trágica para qualquer cidadão, viver no regime nazista. Logo no início há uma música, e em sua letra percebe-se como os Estados Unidos utilizam do humor e sarcasmo para falar sobre os componentes do Eixo como, por exemplo, quando os soldados cantam que “todos da outra raça vão amar a face do Fuhrer, quando nós trouxermos para o mundo a desordem”. O lugar em que se passa a história é chamado de Nazilândia, onde tudo tem forma de Suástica, árvores, nuvens e postes, o galo saúda Hitler ao nascer do sol, a casa de Donald tem a forma do rosto do líder alemão e todo o seu interior apresenta elementos do regime.

Pato então é acordado pelos soldados, saúda seus líderes, Hitler, Hiroito e Mussolini, para então de forma discreta tomar o seu café da manhã, que se resume a um pão tão duro que precisa de um serrote para cortá-lo e de um grão de café que molha em uma xícara com água para conseguir ao menos sentir o gosto ao toma-lo. Donald então é empurrado a pontapés pelos soldados de Hitler para seu trabalho na fábrica, nesse momento o cenário muda, o colorido da Nazilândia se perde, a imagem da fábrica aparenta algo a se temer, de um vermelho vivo no céu e um cinza em sua estrutura. Que maravilhoso seria trabalhar nesse lugar, segundo o narrador, onde os cidadãos trabalham 48 horas por dia para seu Fuhrer, nunca serão chamados de escravos, mas ainda assim trabalham como um.

Na linha de produção o trabalho de Donald se resume a apertar cabeças de munição, mas não para aí, todo momento que uma foto de Hitler aparece entre as munições o Pato é obrigado a saudá-lo, quantas vezes forem necessárias. Outro momento em que os Estados Unidos demonstra seu humor

e sua opinião sobre o regime nazista é na cantoria que se prolonga em alguns momentos na fábrica: “Quando o Fuhrer grita: - Eu tenho que ter mais munição! Nós saudamos, saudamos e por ele fazemos mais munição. Se uma bala o mandasse direto para o.... (Nesse momento a palavra inferno é interrompida pela batida de cabeça que Donald dá em uma das munições) Nós saudamos, saudamos e isso seria maravilhoso”.

Donald continua trabalhando e saudando como louco, enquanto uma voz diz: “ Isso não é maravilhoso? O Fuhrer não é glorioso? ”. É o momento então que o Fuhrer decreta férias a seus funcionários, a alegria do Pato dura pouco, desce um cenário dos Alpes, ele observa enquanto o narrador comenta das belezas e pede para que exercite o corpo para seu trabalho, os movimentos do personagem lembram a suástica. Após as férias de dez segundos, Donald é escolhido para fazer hora extra, nessa cena ele enlouquece gritando que não aguenta mais. Como num pesadelo, várias imagens de munições com bocas, voando e tocando instrumentos aparecem, até que o personagem acorda e percebe que tudo aquilo não passava de um sonho ruim, aliviado por não ser alemão Donald beija uma réplica da estátua da liberdade e exclama o quanto é bom ser um cidadão dos Estados Unidos. O cenário de seu quarto é tranquilo, seu pijama e sua cortina apresentam as cores da bandeira norte americana e a frase “Home Sweet Home” aparece logo acima de sua cama. Logo ao fim do curta-metragem aparece uma caricatura de Hitler e mais um trecho da música é tocado: “Não amar o Fuhrer é uma grande desgraça. Então nós saudamos, saudamos, bem na cara do Fuhrer”, nesse momento tomates são arremessados no rosto do líder.

O segundo vídeo, intitulado: *Education for Death*, produzido em 1943, dirigido por Clyde Geronimit, com roteiro baseado no livro de Gregor Ziemer, diz respeito a forma a qual as crianças na Alemanha são educadas, o próprio título já indica como os norte-americanos veem o domínio nazista sobre os cidadãos alemães. Este curta-metragem apresenta o desenvolvimento do pequeno Hans em meio ao regime de Hitler. Quando Hans nasce, seus pais vão registrar seu nascimento, mas antes disso, eles devem provar que são arianos puros com certidões de nascimento desde seus tataravôs, para comprovar que não há nenhuma ligação com os judeus, segundo as leis

imposta pelo nazismo até alguns nomes são proibidos de serem dados por remeterem ao judaísmo.

No jardim de infância Hans aprende o conto de fadas da Nova Ordem. Como uma paródia da Bela Adormecida, essa estória apresenta algumas referências interessantes, a bruxa malvada era a democracia que é expulsa pelo príncipe (Hitler) que, com um beijo desperta a bela princesa (Alemanha). Hitler aparece gritando o tempo todo com a princesa Alemanha, enquanto essa o acha adorável, em uma cena o ditador aparece com chifres, como se representasse o Diabo. O narrador então apresenta a moral desse conto: “- Hitler colocou a Alemanha de pé, montou-a na sela e a levou para um passeio”.

Hans agora tem um ídolo, que deve idolatrar a todo o momento. Na escola as crianças aprendem a ser fortes, não ter dó de nada nem ninguém e mostrar sempre superioridade, mas não foi o que Hans fez, o professor deu uma aula de história natural e desenhou um coelhinho fugindo de uma raposa que depois o engole, o jovem mostra piedade pelo animal que foi devorado e então é punido ficando de castigo e aprendendo com os colegas como deve pensar e agir um alemão nazista. Essa lição é a base para a doutrina nazista, para que a Alemanha possa destruir todas as nações fracas e covardes. Nesse momento o jovem Hans aprende como deve agir um nazista, deve ser duro, cruel, ser sempre melhor que os demais, em seu interior não haveria mais risada, esperança, tolerância ou piedade, apenas saudaria seu Fuehrer e marcharia, veria, ouviria e faria somente o que seu líder quisesse. O aprendizado para a morte estaria completo.

Os dois vídeos tratam da mesma temática, o regime nazista, e levam aos cidadãos estadunidenses a maneira como é cruel viver sob a égide de seu líder. Nos curta-metragem, é criada uma representação tanto da sociedade norte-americana como a do lado inimigo, Roosevelt trabalhou em parceria com Walt Disney e sabia muito bem o que estava fazendo ao transmitir essas animações a população no momento de apoio à guerra. Os dois desenhos apresentam histórias semelhantes, ambos retratam o lado cruel, no primeiro o objetivo do vídeo é demonstrar como seria viver e trabalhar na “Nazilândia”, enquanto o segundo se volta para o ensino das crianças para se tornarem soldados de Hitler.

Pensando nesse cenário criado pelo Walt Disney, Giroux argumenta que, os filmes da Disney combinam uma ideologia de encantamento com uma aura de inocência, ao contar histórias que ajudam as pessoas a compreender quem elas são, o que são as sociedades e o que significa construir um mundo de brinquedo e fantasia num ambiente adulto, o autor aponta também que, a legitimidade imperativa e a autoridade cultural desses filmes advêm de sua forma singular de representação, mas essa autoridade é também produzida e assegurada no contexto da predominância de um aparato de mídia cada vez mais amplo, equipado com uma tecnologia impressionante, muitos efeitos de som e imagens que encantam e atraem a todos aqueles que se deparam com as animações.

Esses desenhos tratam-se de imagens que um país faz dos outros e de si mesmo, e essas imagens podem estar tanto ligadas ao marketing, quanto a questões cotidianas ou conflitos da vida, sendo eles ficcionais ou não. Segundo Giroux, isso torna-se um veículo para estimular a crença de que felicidade é sinônimo de viver num lugar com uma família de classe média, branca e intacta. A Disney é uma máquina de entretenimento e ensino, ela passa para a sociedade o que têm como correto e como digno de um norte-americano, sejam formas de pensar ou de agir. O império Disney cria sua “inocência” através da forma como molda o senso de realidade que fornece para os espectadores, ao adotar noções específicas e frequentemente assépticas de identidade, diferença e história, no universo cultural e apolítico do “Mundo de Fantasia”. Os vídeos dessa indústria contêm sempre uma “paisagem de poder” historicamente específica e politicamente construída. Contudo, é bom destacar que se o império Disney procura impor suas ideias através de estratégias sutis, nada garante que o público da época acatava suas ideias integralmente ou mesmo não concordavam com elas.

A representação da realidade empreendida pelos Estados Unidos diz respeito a eficácia com que se utilizaram de filmes e desenhos para transmitir determinadas mensagens e o modo como empregaram a representação. Roger Chartier, em seu trabalho *O mundo como representação*, explica como pensar essas práticas, que podem ser construídas pelos diferentes grupos que compõem uma sociedade visando reconhecer uma identidade social, exibindo

uma maneira própria de ser no mundo e significando simbolicamente um estatuto e uma posição, são as formas institucionalizadas e objetivas das quais os “representantes” (instâncias coletivas ou indivíduos singulares) marcam a existência do grupo.

A representação transforma-se em máquina de fabrico de respeito e de submissão, num instrumento que produz constrangimento interiorizado, ou seja, o poder ocorre por meio das dissimulações. E assim podem ser pensadas as formas de criação de filmes e vídeos aqui expostos, quem detém o poder utiliza-se de determinadas representações de sua ideologia para então utilizá-las como propaganda de governo, representa a si como o exemplo ideal a ser seguido, enquanto o outro é visto como diferente, excêntrico, o “lado mau” da estória.

A cinematografia fascina, encanta, inquieta e testemunha. Marc Ferro aponta que, o filme, assim como os vídeos aqui tratados, desestrutura o que várias gerações de homens de Estado, pensadores, juristas, dirigentes ou professores tinham reunido para ordenar um belo edifício, ele destrói a imagem do duplo que cada instituição, cada indivíduo se tinha constituído diante da sociedade. A câmara revela o funcionamento real, diz mais sobre cada um do que queria mostrar.

Ela descobre o segredo, ela ilude os feiticeiros, tira as máscaras, mostra o inverso de uma sociedade, seus *lapusus*. É mais do que é preciso para que, após a hora do desprezo, venha a da desconfiança, do temor. A imagem, as imagens sonoras, esse produto da natureza, não poderiam ter, como o selvagem, nem língua, nem linguagem. A ideia de que um gesto poderia ser uma frase, esse olhar, um longo discurso, é totalmente insuportável: significaria que a imagem, as imagens, esses passantes, essa rua, esse soluço, esse juiz distraído, esse pardieiro em ruínas, essa jovem assustada, constituem a matéria de uma outra história que não a história, uma contra-análise da sociedade. (FERRO, 1975, p. 5)

O cinema acaba criando a ilusão de ser uma arte objetiva e neutra em que inexistiria uma intervenção humana, pois, possibilita somar a técnica e a linguagem para produzir uma realidade, mas, vindo dessa forma esquece-se que o filme representa um ponto de vista criado por várias pessoas que atuam tanto na frente quanto atrás das câmeras. O objetivo de diretores e produtores será sempre sustentar a impressão de uma realidade.

As propagandas fascinam e envolvem pelo *prazer* que produzem. Antes mesmo das pessoas serem alfabetizadas pela escola, principalmente nos grandes centros, já foram alfabetizadas pelas marcas e pelos logos. Segundo Moreira, antes mesmo de aprenderem direito a falar, elas começam a ler o mundo por meio dos ícones do consumo, muitas de suas primeiras palavras já vêm desse ambiente. A publicidade e o marketing, legitimados e escorados no seu tremendo sucesso econômico, vão mostrando às crianças pela vida afora o que é agradável, atraente, criativo e, sobretudo, *desejável*.

Por tornar-se algo tão próximo ao estudante, a propaganda possibilita discussões em torno de sua utilidade na sociedade. Peter Lee já discutia como desenvolver a compreensão dos alunos na disciplina de História e sua importância para a vida prática. *Em direção a um conceito de Literacia Histórica*, Lee aponta para o uso das ideias que os estudantes já trazem para a sala de aula, para então começar a pensar claramente sobre a forma real de conhecimento que os docentes querem que eles adquiram quando concluem a disciplina de história na escola. Conectar a história a vida prática cotidiana buscando discutir todos os pré-conceitos que chegam no ambiente escolar, essa é a tarefa do professor, segundo Peter Lee.

Há mais na história do que somente acúmulo de informações sobre o passado. O conhecimento escolar do passado e atividades estimulantes em sala de aula são inúteis se estiverem voltadas somente à execução de ideias de nível muito elementar, como que tipo de conhecimento é a história, e estão simplesmente condenadas a falhar se não tomarem como referência os pré-conceitos que os alunos trazem para suas aulas de história. (LEE, 2006, p. 136)

“A tarefa da história é nos fornecer um ‘senso da nossa própria identidade’” (LEE, 2006, p. 135). Essas considerações auxiliam para a construção de uma literacia histórica. Peter Lee argumenta que, uma primeira exigência da literacia histórica é que os alunos entendam algo do que seja história, como um “compromisso de indagação” com suas próprias marcas de identificação.

Se os estudantes são capazes de se orientarem no tempo, vendo o presente e o futuro no contexto do passado, eles devem estar equipados com dois tipos de ferramentas: uma compreensão da disciplina de história e uma estrutura utilizável do passado. Os alunos que nunca vão além das concepções

do senso comum da história acharão mais fácil aceitar versões prontas do passado, ou alternativamente rejeitar todo o empreendimento como inerentemente fraudulento. Mas, mesmo que os alunos tenham um senso de que o conhecimento histórico é possível, junto com algum entendimento de como os historiadores organizam e explicam o passado, isto não promove, neles mesmos, a estrutura substantiva que os alunos precisam para orientação. [...] (LEE, 2006, 145)

Os vídeos da Disney se apresentam como ótima opção para trabalho em sala de aula, além de ser algo que o estudante tem um contato bem próximo, por ser considerado atrativo, é uma boa opção para questionar o que consumimos “inocentemente” que esconde sob o véu da fantasia e do encantamento a mentalidade norte-americana. Seguindo o conceito de Literacia Histórica, o que se propõe ao longo da pesquisa é o trabalho com os pré-conceitos dos alunos e a utilidade daquele estudo para suas vidas.

Essas animações foram criadas como propaganda de governo, tinham o intuito tanto de entreter como de passar mensagens para a população. A cinematografia fascina, como disse Marc Ferro, exatamente por isso foi utilizada como recurso para a guerra, ao mesmo tempo em que encanta inquieta. As produções nunca são neutras, produzem uma realidade representada pelo ponto de vista dos produtores ou de quem está no poder. Por isso, as representações do mundo social são sempre determinadas pelos interesses do grupo que as criam. Um grupo vai sempre expor sua concepção de mundo social, para justificar escolhas e condutas, é assim que as representações são construídas. Porém, como já dito, se existe este objetivo, isto não quer dizer que o público foi manipulado por esta mentalidade midiática de forma passiva.

Fonte:

Der Fuehrer's Face. Direção de Jack Kinney. Produção de Walt Disney. Roteiro de Joe Grant, Dick Huemer. Voz de Clarence Nash. 1942. EUA. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=8wwulYlpKLY&bpctr=1378320102&hd=1>>. Acessado em: 02/09/2013

Education for Death. Direção de Clyde Geronimi. Produção de Walt Disney. Roteiro baseado no livro de Gregor Ziemer. Vozes de Adolf Hitler, Art Smith. 1943. EUA. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=EPvQZzclh60>>. Acessado em: 02/09/2013.

Bibliografia:

FERREIRA, Alexandre Maccari. **O cinema Disney agente da História: A cultura nas relações internacionais entre Estados Unidos, Brasil e Argentina (1942-1945)**. 2008. 144 f. Dissertação em Integração Latino-Americana – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, 2008.

FERRO, Marc. Uma contra análise da sociedade? In: NORA, Pierre (Org.).

História: novos objetos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

GIROUX, Henry A. A Disneyzação da cultura infantil. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; MOREIRA, Antonio Flávio. (orgs.). **Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995, p. 79.

MOREIRA, Alberto da Silva. Cultura midiática e educação infantil. **Educ. Soc.**, Campinas, vol. 24, nº 85, p. 1203-1235, dezembro 2003.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. **O poder das imagens: Cinema e política nos governos de Adolf Hitler e de Franklin D. Roosevelt (1933-1945)**. São Paulo: Alameda, 2012.

VELASCO, Bárbara Marcela Reis Marques de. **Das Disney's faces:**

Representações do Pato Donald sobre a Segunda Guerra (1942-4). 2009. 148 f. Dissertação em História - Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, 2009.