

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

NATÁLIA VIOTTO MARTINS



ANIMAÇÃO BRUTAL: UMA PESQUISA SOBRE AS TEMÁTICAS
SOCIOCULTURAIS ABORDADAS EM “IRMÃO DO JOREL”

CURITIBA

2019

NATÁLIA VIOTTO MARTINS

ANIMAÇÃO BRUTAL: UMA PESQUISA SOBRE AS TEMÁTICAS
SOCIOCULTURAIS ABORDADAS EM “IRMÃO DO JOREL”

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Profa. Dra. Valquíria Michela John

CURITIBA

2019



AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II

NOME DO ALUNO(A): NATÁLIA VIOTTO MARTINS
TÍTULO: PESQUISA SOBRE AS TEMÁTICAS SOCIOCULTURAIS
ABORDADAS EM "IRMÃO DO JOREL"

LOCAL E DATA DA APRESENTAÇÃO ORAL:

Sede do Departamento de Comunicação Social da UFPR,
realizada na sala 4, no dia 29/11/19, às 19h30.

BANCA EXAMINADORA – PROFESSORES	NOTA
VALQUÍRIA MICHELA JOHN (orientadora)	100
REGIANE REGINA RIBEIRO	98
NICOLE KOLLROSS (convidada)	10.0
MÉDIA FINAL:	99

BANCA EXAMINADORA	ASSINATURA
VALQUÍRIA MICHELA JOHN	
REGIANE REGINA RIBEIRO	
NICOLE KOLLROSS	

Curitiba, 29 de novembro de 2019.

A todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximos de mim, fazendo a vida valer cada vez mais a pena.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades.

A minha orientadora Profa. Dra. Valquíria Michela John, por me auxiliar mesmo quando não era necessário, e por me orientar, apoiar e acreditar na minha capacidade durante esse ano.

A todos as professoras e professores que passaram por mim durante esses anos, mas principalmente a Virginia e Nicole, que me ajudaram muito neste último ano do curso.

Aos meus pais, Cintia, Antonio e Anderlei e minha irmãzinha Ana Beatriz pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A minha irmã Raquel que me apresentou ao Irmão do Jorel, e a minha amiga Jackeline que me apresentou a TV Quase.

Ao restante da minha família pela contribuição valiosa para que eu me tornasse o que sou hoje.

A minha prima Nathalia que sempre esteve comigo durante a vida.

A todos os meus amigos, mas principalmente a Laiz, Leona, Junior, Barbara, Marcelo e Darlyson por terem me aguentado durante meus surtos e me encorajado quando eu pensava em desistir.

A todas as meninas da gestão 1932 do Cacos, que me inspiraram sendo fortes, determinadas e independentes.

A Viviane por ter me auxiliado no inicio desse projeto, quando tudo ainda era abstrato.

Ao Juliano por sido tão gentil e paciente com as minhas dúvidas e questionamentos.

A todas e todos os envolvidos na produção de Irmão do Jorel, principalmente a TV Quase, por terem criado um conteúdo tão importante para a animação brasileira.

E a todas e todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação.

Mesmo quando tudo der errado...

nunca desista!

Mesmo quando ficar claro que continuar é uma perda de tempo...

nunca desista!

Mesmo quando não houver mais sentido e desistir for nitidamente a melhor opção...

Não, não desiste não!

(Música: *Nunca Desista*, Banda: *Cuecas em Chamas*, Irmão do Jorel T01E23, 2015)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo mapear as temáticas mais recorrentes na animação Irmão do Jorel e analisar os temas socioculturais presentes nos episódios do desenho animado. Para iniciar o estudo, foi realizada uma pesquisa sobre a história da animação, passando pela criação da mesma, o surgimento na televisão e a produção brasileira. Traz também uma explicitação do histórico da criação e produção da animação analisada, além da apresentação dos personagens principais do desenho. Utilizando o método de análise de conteúdo, foram analisados todos os episódios das três temporadas já produzidas e exibidas de Irmão do Jorel, ressaltando as principais temáticas dos episódios, o que acabou resultando nos quatro principais temas que foram abordados. Para o aprofundamento da análise a partir do mapeamento dos temas, foram selecionados quatro episódios da animação com as temáticas selecionadas: 1) temáticas sociais; 2) cultura brasileira; 3) mídia; 4) pedagogia. Ao término do estudo, notou-se a importância da abordagem dessas temáticas sociais em produções audiovisuais animadas brasileiras, ainda mais neste momento em que ocorrem cortes nos auxílios de produções pela Ancine. A análise também evidencia o papel pedagógico que o entretenimento, por meio da animação, pode propiciar a públicos de todas as faixas etárias.

Palavras-chave: Animação. Irmão do Jorel. Brasileiro. Desenho animado.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – ZÉ CARIOCA	24
FIGURA 02 – O MARAVILHOSO MUNDO DE DISNEY	29
FIGURA 03 – FILME TURMA DA MÔNICA	37
FIGURA 04 – THE YUKI SHOW	41
FIGURA 05 – FOTO DOS INTEGRANTES DA PRODUTORA TV QUASE	42
FIGURA 06 – PERSONAGENS DE IRMÃO DO JOREL RASCUNHADOS	44
FIGURA 07 – TIRINHA IRMÃO DO JOREL	44
FIGURA 08 – EVOLUÇÃO IRMÃO DO JOREL DURANTE AS TEMPORADAS	47
FIGURA 09 – LOGO IRMÃO DO JOREL EM ESPANHOL	48
FIGURA 10 – IMAGEM DIVULGAÇÃO IRMÃO DO JOREL NO CINEMA	49
FIGURA 11 – FAMILIA IRMÃO DO JOREL	50
FIGURA 12 – IRMÃO DO JOREL E SUA MELHOR AMIGA LARA	52
FIGURA 13 – PERSONAGENS DA ESCOLA DO PÔNEI ENCANTADO	53
FIGURA 14 – RAMBOZO, PERDIGOTO E STEVE MAGAL	54
FIGURA 15 – BANDA CUECAS EM CHAMAS	55
FIGURA 16 – COMPARAÇÃO PINK FLOYD E IRMÃO DO JOREL	61
FIGURA 17 – REFERÊNCIA AO PERÍODO DITATORIAL	64
FIGURA 18 – IMAGEM DO EPISÓDIO “FÚRIA E PODER SOBRE RODAS”	65
FIGURA 19 – IRMÃO DO JOREL E LARA NO FINAL DO EPISÓDIO	66
FIGURA 20 – DONA DANUZA EXPLICANDO SOBRE SER MULHER	68
FIGURA 21 – IRMÃO DO JOREL SEPARANDO UVA-PASSA DO ARROZ	69
FIGURA 22 – IMAGEM DO EPISÓDIO “MEU SEGUNDO AMOR”	70
FIGURA 23 – IRMÃO DO JOREL E LARA NA FESTA JUNINA	72
FIGURA 24 – IRMÃO DO JOREL E LARA NA BARRACA DE PESCARIA	72
FIGURA 25 – CASAMENTO FESTA JUNINA	73
FIGURA 26 – IMAGEM DO EPISÓDIO “SHOSTNERS BURGUER”	75
FIGURA 27 – IRMÃO DO JOREL COM O BRINQUEDINHO NO EPISÓDIO	76
FIGURA 28 – HAMBURGUER QUE IRMÃO DO JOREL COME	78
FIGURA 29 – IRMÃO DO JOREL APÓS COMER O SHOSTNERS BURGUER	79
FIGURA 30 – “VICENTE” VAN GOGH	81
FIGURA 31 – CRIOLO FAZENDO A VOZ DO TOMATE	82
FIGURA 32 – IMAGEM OFICIAL EPISÓDIO “JARDIM DA PESADA”	83

FIGURA 33 – IRMÃO DO JOREL COM VERDURAS E FRUTAS	83
FIGURA 34 – IRMÃO DO JOREL, VOVÓ JUJU E O TOMATE CANTANDO.....	85

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 – TEMÁTICAS SOCIAIS EM PORCENTAGEM – 8 TEMAS	60
GRÁFICO 02 – TEMÁTICAS SOCIAIS EM PORCENTAGEM – 4 TEMAS	62
GRÁFICO 03 – TEMÁTICAS NA 1ª TEMPORADA	62
GRÁFICO 04 – TEMÁTICAS NA 2ª TEMPORADA	63
GRÁFICO 05 – TEMÁTICAS NA 3ª TEMPORADA	63

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 – TEMAS EPISÓDIOS PRIMEIRA TEMPORADA	58
TABELA 02 – TEMAS EPISÓDIOS SEGUNDA TEMPORADA	58
TABELA 03 – TEMAS EPISÓDIOS TERCEIRA TEMPORADA	59
TABELA 04 – NÚMERO DE APARIÇÃO DAS TEMÁTICAS	60

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
2	HISTÓRICO DA ANIMAÇÃO	20
2.1	EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA NARRATIVA SERIADA	20
2.2	O SURGIMENTO DA ANIMAÇÃO NO CINEMA	22
2.3	A ANIMAÇÃO NA TELEVISÃO	27
2.4	PRODUÇÃO DA ANIMAÇÃO NO BRASIL	34
3	IRMÃO DO JOREL	41
3.1	O COMEÇO	42
3.2	DESENVOLVIMENTO DA ANIMAÇÃO	46
3.3	OS PERSONAGENS	49
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	56
5	AS TEMÁTICA E SUAS REPRESENTAÇÕES EM IRMÃO DO JOREL	59
5.1	TEMÁTICAS SOCIAIS	64
5.2	REPRESENTAÇÃO DA CULTURA BRASILEIRA	69
5.3	O PODER DA MÍDIA	74
5.4	UM VIÉS PEDAGÓGICO	81
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
	REFERÊNCIAS	89

1 INTRODUÇÃO

Quando eu era criança eu costumava ir ao mercado todo mês com a minha mãe. Lembro que a única parte que me animava era a hora de ir embora, nós sempre passávamos em frente a uma banquinha de revistas onde eu costumava entrar e folhear vários gibis enquanto minha mãe me apressava dizendo para escolher um só. Acredito que foi assim que tudo começou. Fui uma das milhares de pessoas que aprenderam a ler com a Turma da Mônica. Eu era uma fã completa e quando comecei a ir embora sozinha da escola, eu pegava um caminho mais longo para passar na biblioteca e emprestar mais gibis. Eu cheguei a organizar as estantes de gibis para que eu não pegasse edições repetidas. A bibliotecária sempre precisava trocar minha carteirinha, já que registrava três empréstimos todo o dia. E quando eu não estava lendo os gibis da Turma da Mônica, estava entretida assistindo aos DVDs com aventuras deles.

Então eu fui crescendo e logo algo novo me chamou a atenção. Agora a Mauricio de Souza produções estava lançando um novo gibi no estilo mangá, o Turma da Mônica Jovem. Todo mês eu separava o dinheiro pra conseguir comprar a edição. Colecionei mais de 50 desses gibis. Eu não conseguia entender o que me atraía tanto na Turma da Mônica, eu só sabia que era o meu desenho preferido.

Anos depois, minha irmã mais velha me recomendou um desenho pelo qual ela estava apaixonada, um tal de “Irmão do Jorel”. Eu lembro que ela me falava do desenho de forma tão animada e ressaltando a todo momento “é um desenho brasileiro Natália!”, e eu simplesmente não conseguia entender o porquê de tanta animação. Ela até me mostrou um dos episódios, mas eu confesso que não prestei atenção.

Alguns meses depois, comecei a acompanhar um canal de humor do Youtube, chamado TV Quase¹. Eu gostei tanto do conteúdo humorístico do canal e comecei a consumir todos os programas que eles já haviam feito, inclusive um programa chamado “O Último Programa do Mundo”. Foi nesse programa que eu parei para prestar atenção em um personagem, o “Vice-cônsul de Honduras”, que era interpretado por um estranho moço chamado Juliano Enrico. Fiquei muito curiosa

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/tvquase>

sobre ele e continuei pesquisando. Foi ali que o Irmão do Jorel apareceu novamente para mim, e dessa vez eu não tive como escapar.

Assisti todos os episódios rapidamente e estava completamente encantada com o desenho e não sabia explicar o porquê de ter gostado tanto. Eu só sabia que agora entendia o motivo de minha irmã ter ficado tão animada sobre ele, pois eu me sentia desse jeito. E então eu lembrei dela falando: “é um desenho brasileiro” e acho que as coisas começaram a fazer mais sentido.

A última vez que tinha ficado tão empolgada com uma animação dessa forma foi quando era criança e estava imersa no mundo da Turma da Mônica, e agora era esse tal de Irmão do Jorel que havia me transformado em criança novamente. Eu percebi que o que me fez me apaixonar mais por esses dois universos era o fato de ser algo daqui, do meu país. É claro que gosto de outros personagens e gibis, principalmente os da Marvel, mas quando estou lendo um gibi da Turma da Mônica, ou assistindo um episódio de Irmão do Jorel é muito mais real para mim, mais palpável, não sei se consigo explicar o porquê de ser tão importante para mim.

Agora, quando vejo Irmão do Jorel, consigo falar claramente que o motivo de eu gostar tanto da animação é porque eu me identifico com ela. Não apenas com personagens, mas com as situações, os cenários, as piadas. É uma animação que eu tenho orgulho de olhar e falar “isso é muito bom, e é nosso”. É um sentimento de orgulho tão grande que me emociono toda vez que vejo eles ganhando reconhecimento e prêmios. Acho que por ser algo do Brasil, nos tornamos tão próximos da produção e das pessoas que fazem aquilo acontecer, que nos sentimos parte.

Particpei de um evento em que o criador da série, Juliano Enrico, estava e ele me disse que as histórias em que o Irmão do Jorel se envolve são bem comuns, e que a família do personagem é simples. Acho que é por isso que eu, e várias pessoas de todas as idades, por todo o Brasil, se identificaram tanto com o desenho. Foi nesse evento que eu decidi que precisava falar sobre isso, conhecer mais sobre o tema, eu só precisava escolher qual parte desse grande universo eu trabalharia.

Enquanto vários desenhos costumam ter histórias *nonsense*², notei que Irmão do Jorel aborda temas mais voltados para nossa realidade e eu senti a necessidade de discutir isso mais a fundo.

O objetivo deste trabalho, portanto, é o fazer um mapeamento de todos os episódios de Irmão do Jorel, apontando as principais temáticas abordadas e apresentando e desenvolvendo discussões relacionadas às teorias para um episódio de cada tema. Acredito que seja fundamental fazer essa análise para ressaltar a importância da produção de animação brasileira, e apresentar a relevância das temáticas sociais abordadas para a popularização e identificação com um público de variadas idades, além de informar e ensinar enquanto entretém.

Dentro do contexto de animações brasileiras para televisão, Irmão do Jorel tem ganhado bastante destaque atualmente, conseguindo inclusive o Prêmio Quirino como “Melhor animação ibero-americana” com o episódio “Seja Brócolis”³ da terceira temporada, além de ganhar como melhor série animada no GP de Cinema de 2019⁴ e ter sido indicada como melhor animação no Emmy Internacional Awards 2019⁵. Com a quarta temporada já confirmada, a animação continua se popularizando e ganhando espaço no Brasil e na América Latina, sendo transmitida também na Argentina, Chile, Colômbia, Peru, Venezuela, México, Costa Rica, Guatemala e Panamá.

Em 2018, a animação foi vista por mais de 21 milhões de pessoas pelo *Cartoon Network*, conforme dados do portal O Tempo. Até março de 2019, Irmão do Jorel estava entre os programas mais assistidos pelo canal. Em 2019, o *Cartoon Network*, em parceria com o Cinemark, levou a animação para as salas de cinema de algumas cidades do Brasil, para a exibição de um especial feito com algumas cenas de episódios já passados e com algumas cenas inéditas, além de um depoimento do criador do desenho: Juliano Enrico. O sucesso foi tão grande, levando em torno de 11.800 pessoas às 30 salas da rede Cinemark nesses dois dias (sendo a 9ª maior

² Nonsense: algo que não faz sentido com a realidade.

³ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/irmao-do-jorel-vence-premio-de-animacao-na-espanha/>

⁴ Disponível em: <https://www.otempo.com.br/diversao/irmao-do-jorel-ganha-premio-de-melhor-serie-animada-no-gp-de-cinema-1.2223158>

⁵ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/the-voice-kids-malhacao-irmao-do-jorel-sao-indicados-ao-emmy-kids-2019-24016336>

bilheteria de um final de semana na rede Cinemark Brasil)⁶, que eles abriram mais sessões no final da semana seguinte.

Esses dados evidenciam o sucesso da animação, aspecto que destaca a relevância de Irmão do Jorel como objeto de pesquisa de modo não apenas a valorizar uma produção audiovisual nacional, mas também de identificar e discutir seu potencial de promover discussões sobre temáticas socioculturais para todas as idades. A intenção principal deste Trabalho de Conclusão de Curso é, justamente, de mapear essas temáticas e analisar o modo como a animação promoveu a discussão desses temas a partir de suas representações no contexto da narrativa de animação.

⁶ Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/blog-de-criancas/sucesso-da-exibicao-especial-de-irmao-do-jorel-no-cinema-faz-cinemark-abrir-sessoes-extras/>

2 HISTÓRICO DA ANIMAÇÃO

2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA NARRATIVA SERIADA

Para que se entenda o contexto em que o tema abordado neste Trabalho de Conclusão de Curso está inserido é necessário que se faça uma contextualização dos assuntos que precederam a criação da animação Irmão do Jorel. Não se sabe ao certo quando a comunicação de forma seriada começou, porém conforme explica Sérgio Nesteriuk (2011) em seu livro “Dramaturgia em Série de Animação”, a partir do momento em que os seres humanos começaram a se encontrar e a viver em conjunto, para a convivência, eles tiveram que criar novas formas e signos para que pudessem se compreender. Desta forma, conforme o passar do tempo, os seres humanos foram ocupando mais espaços e interagindo com ‘o diferente’ - criando códigos compartilhados, surgiram novos padrões que ganham significados e dessa forma são repetidos para que se consiga transmitir o que deseja.

Nesteriuk (2011) também ressalta que foi apenas com a Revolução Industrial que esse conceito de padrões e ‘em série’ ganha força, pois a criação da prensa de Gutenberg possibilitou a abertura para a popularização das produções em série, o que acarretou em mudanças perceptíveis na vida do ser humano. O autor privilegia a análise da arte e da comunicação em série, sendo este enfoque importante para pesquisa ora empreendida.

Ainda conforme Nesteriuk (2011), a sequencialidade ganha mais importância quando surgem novas formas de comunicação como significação das interações humanas e o alfabeto que ajuda a propagar as mensagens. O ser humano sempre está criando novas formas de se comunicar e, desta forma, o autor nota que a sequencialidade é algo que sempre está presente para a compreensão e conexões com outros seres - criando referências a partir de conteúdos anteriores.

Desde a pré-história o ser humano desenhava o seu dia-a-dia, com o uso da sequencialidade, para passar seus conhecimentos da forma que eles sabiam e com os recursos que eles possuíam no momento e durante toda a história da arte houve pintores que trabalharam com esse método.

Como qualquer pessoa minimamente consciente das longas e complexas relações de causa e efeito que envolvem os processos históricos deve presumir, a animação não surgiu por acaso. Ao contrário, começou a ser concebida desde que o ser humano passou a se expressar através de símbolos. Dentre as pinturas rupestres da Pré-História é possível identificar aquelas que já manifestavam a intenção humana de representar o movimento através do desenho, como comprovam pinturas de bisões, mamutes e renas com mais de quatro pernas, ilustradas em cavernas espanholas e francesas há mais de 30 mil anos (GOMBRICH, apud DURAN, 2019, p.42).

Sérgio Nesteriuk (2011) decide focar no surgimento das histórias em quadrinhos que foram os principais e precursores direto das animações. Conforme o autor cita, as histórias em quadrinhos surgiram no século XIX, quando os jornais começaram a fazer charges e caricaturas como formas de criticar o governo da época. Com a popularização, houve o reconhecimento de uma oportunidade, começaram a criar um mercado editorial voltado para isso, como livros com compilado de tirinhas e charges. Assim, houve a criação dos gibis, ou seja, as tirinhas começaram a ter uma história sequenciada, que inclusive terminava muitas vezes em outros livros.

No início das produções das histórias em quadrinhos, os enredos eram voltados para histórias de ficção científica, aventuras e policiais. Leiliane Hardoim Simões (2010) e Edgard César Nolasco (2010) ressaltam que as histórias em quadrinhos dos super-heróis foi um grande marco, tanto que a era de ouro das produções de quadrinhos, começou com a criação do Super Homem, em 1933 (chegando nas bancas apenas em 1938 pela DC Comics). As histórias em quadrinhos começaram a se popularizar entre a população americana e as produções na maior parte das vezes focavam em temas relacionados a contextos históricos e acontecimentos recentes, sempre colocando a América como heroína e o centro da história. Um exemplo é a criação do Capitão América em 1941, onde o herói luta contra nazistas, incluindo o próprio Hitler. A partir desta década de 1940 as histórias em quadrinhos se popularizaram com a criação de vários super-heróis famosos que até hoje são conhecidos. Na década seguinte um psiquiatra Frederic Wertham escreveu um livro que falava sobre o perigo das histórias em quadrinhos para as crianças o que gerou uma grande onda de críticas aos quadrinhos e resultou na criação de um código de ética (1954) que estabelecia normas para as editoras de quadrinhos.

Um outro predecessor, só que agora por outro viés, das animações foram os romances de folhetim, que colaboraram para, posteriormente, a elaboração dos roteiros e da sequencialidade das animações.

A estrutura da continuação em capítulos, importada da França, proporcionava a curiosidade para a leitura diária do jornal. Esta leitura, de certo modo, teve uma via de mão dupla, pois à medida que favoreceu a divulgação da literatura e, conseqüentemente, para a formação de um público leitor; contribuía também para a difusão necessária dos jornais que necessitavam de leitores para a propagação dos anúncios [...] (SALES, 2007, p.53).

Mesmo quando os folhetins foram perdendo a popularidade, eles serviram para inspirar na criação de radionovelas e, posteriormente, as telenovelas, sobretudo nos países da América Latina. Os ouvintes e telespectadores deveriam assistir semanalmente ou até mesmo diariamente, para acompanhar o desenrolar da história. O envolvimento com o enredo acabava incluindo o hábito de acompanhar a história mantida por suspense ou curiosidade. Juntando esses dois predecessores, as histórias em quadrinhos e os folhetins, pode-se entrar agora na história das animações com um maior embasamento do que acarretou a criação tanto das animações no geral, quando na produção seriada das mesmas.

2.2 O SURGIMENTO DA ANIMAÇÃO NO CINEMA

Nesteriuk (2011) associa os primórdios da animação a alguns estudiosos da animação, entre eles Howard Beckerman, Giannalberto Bendazzi e Donald Crafton. Os teóricos apresentados dizem que o inventor da animação é Charles-Émile Reynaud, com uma exibição do teatro ótico, em Paris, no final do século de XIX, antes mesmo do surgimento oficial do cinema, houve o das animações. Reynaud fazia animações de até 15 minutos onde havia historinhas que eram desenvolvidas de forma eficiente, já nos idos de 1892. Alan Cholodenko (2017), cita que o teórico Giannalberto Bendazzi em seu livro “*Cartoons: 100 Anos de Cinema de Animação*” deixa clara a importância de Charles-Émile Reynaud na criação da animação para o cinema:

[...] contribuição única [...] expandiu a dimensão do tempo e teoricamente abriu ilimitadas possibilidades para imagens em sucessão rápida [...]. Daquele momento em diante, as imagens [...] iriam flutuar, contando uma história, formando um movimento narrativo (BENDAZZI apud CHOLODENKO, 2017, p.28).

Carolina Lanner Fossatti (2009) cita vários autores apresentando sua perspectiva dos primórdios da animação, citando fotogramas (Solomon,1987); cenas

analógicas (Jacques Aumont e Michel Marie, 2006); figuras recortadas, sombras chinesas, marionetes e cinema de bonecos (Guillén, 1997). “A hábil faculdade de gerar encanto, cuja fonte encontra-se na possibilidade de recobrir de vida objetos inanimados, é descrita pelo autor como o grande milagre da animação.” (FOSSATTI, 2009, p.2). Fossati explica que que o surgimento da animação já começava em 1645, com a exposição da lanterna mágica por Athanasius Kircher. Carolina (2009) reforça a importância das ilusões de ótica e comenta sobre algumas máquinas que ela acredita que foram importantes para a animação, um exemplo é o taumatoscópio, fenaquistoscópio e estroboscópio. Porém, Carolina (2009) e Sérgio (2011) chegam a mesma conclusão de que o surgimento da animação foi antes mesmo do surgimento do cinema, por Emile Reynaud.

No início do século XX, as animações começam a se popularizar, sendo exibidas principalmente nos *nickelodeons*⁷, que eram afastados do centro da cidade e que passavam filmes curtos com um preço muito acessível para a população que ficava ao redor do local. Alguns dos criadores de algumas animações da época utilizavam os *nickelodeons* para mostrar suas produções e popularizá-las.

A animação mais popular da época foi o surgimento do Gato Félix, que foi criado por Otto Messmer e Pat Sullivan em 1919. Houve apoio e investimento em publicidade para o personagem, então os curtas lançados eram um sucesso. E além de estar presente no cinema, o Gato Félix também esteve presente nos quadrinhos, por isso era um ícone popular americano (RODRIGUEZ, 2014, p. 2).

O início do século XX demarcou o nascimento das salas de cinema, em cujas telas o Gato Félix, Betty Boop e Mickey, através de seus criadores, ganhavam visibilidade. A animação passava por um intenso processo de industrialização, tendo seu boom entre 1910 e 1940. (GUILLÉN apud FOSSATTI, 2009, p.4).

A partir da década de 1930, as animações no cinema começam a ser coloridas e sonorizadas, e as salas de exibição começaram a trabalhar com o upgrade do ambiente para a chegada de novos estilos de filme. Desta forma as salas começaram a aumentar, visando o crescimento do público, e os *nickelodeons* foram se desmanchando.

⁷ Nickelodeons: pequenas salas de cinema comuns no início do século XX.

Na década de 1920, surgem os estúdios Disney, um dos estúdios de animações e mais populares globalmente. Em 1928 há pela primeira vez a aparição do que viria a ser, mais tarde, a mascote da Disney que é reconhecido internacionalmente: Mickey Mouse. Após o lançamento dos dois primeiros filmes, com as críticas, os criadores reformulam o personagem e a animação e lançam a terceira animação que agora é um sucesso. Até 1953 foram produzidos 141 episódios para o cinema do personagem Mickey Mouse, após isso, houve quatro produções especiais. No início da década de 1930, o ratinho Mickey Mouse já era mais popular entre o público do que o Gato Félix, e o ratinho acaba se consolidando até hoje no mercado de animação e como o símbolo da Disney.

Walt Disney, após um uma visita ao Rio de Janeiro, acabou criando um personagem brasileiro, o Zé Carioca, que é um papagaio malandro. Zé Carioca acabou se tornando muito mais popular no Brasil do que nos EUA. Nesteriuk (2011) explica que o sucesso do personagem no país pode ter sido devido à identificação do público com o personagem. O papagaio inclusive ganha um universo com vários personagens devido à popularidade conquistada.

FIGURA 01 – ZÉ CARIOCA



FONTE: Blog A Boina (2019).

Outra produção que se popularizou foi Looney Tunes, da Warner Bros, que teve mais de mil episódios feitos para o cinema em 40 anos. Houve a criação de personagens que se tornaram clássicos da cultura pop, como o Pernalonga, Patolino, Gaguinho entre outros. A animação fez muito sucesso ganhando filmes e séries

derivadas, como por exemplo: Baby Looney Tunes. É importante ressaltar que a animação sofreu algumas críticas por conta de tratar alguns assuntos de maneira preconceituosa (PAULO, 2018 p. 10).

Dois animadores importantes, e que posteriormente fariam um estúdio com animações para televisão que faria grande sucesso, foram William Hanna e Joseph Barbera, que produziram grandes animações de sucesso no cinema, como Tom e Jerry, Pica-Pau e Loopy de Loop.

Outras animações que foram importantes para a história da animação no cinema são: Betty Pop, que acabou se tornando em um símbolo sexual. Houve também Popeye, Andy Panda, Pica-Pau, Picolino e outras produções, não americanas como por exemplo Puppertoons, criado na Inglaterra por George Pal, e ficando conhecida por usar a utilização de *stop motion*⁸.

Inicialmente a produção de animações era apenas em curtas, porém, em 1937 a Disney lança seu primeiro longa-metragem em animação que foi o filme “A Branca de Neve e os sete anões” foi baseado em um dos contos de fadas populares. A produção do filme levou dois anos, e após a estreia o filme se tornou um sucesso mundial.

Em 1937, com as possibilidades da câmera multiplano, conseguiu efeitos tridimensionais, representados em “O velho moinho”, vencedor do Oscar – pelo filme e pela inovação técnica – e, posteriormente, em “Branca de Neve e os sete anões” onde explorou todas as possibilidades desta nova ferramenta (GUILLÉN apud FOSSATTI, 2009, p.7).

Durante a segunda guerra mundial, houve problemas devido à falta de recursos e verbas e por conta disso, os estúdios de animações possuíam um novo método de ganho, que era a propaganda.

É importante ressaltar que, como pode-se notar, a predominância dos Estados Unidos neste mercado é quase absoluta, devido à condição econômica do país. Conforme Beltrán e Cardona (1982), o chamado pelos autores de “neocolonialismo” americano continua, principalmente na parte econômica e política. Porém, na parte cultural, está havendo mudanças com outros países ganhando importância tanto na música, quanto no cinema, séries entre outros produtos midiáticos.

⁸ Stop motion: em português “quadro a quadro”, técnica utilizada na animação. Normalmente utiliza objetos reais e cria a história a partir de fotos que juntas em sequência criam movimento.

Com o surgimento da televisão, há uma oportunidade de realocar a narrativa da animação para o novo local de sucesso do momento. Então, as animações pararam de serem feitas para cinema e houve um início para a produção exclusivamente para a televisão.

A partir do sucesso dos filmes unitários de animação em curta-metragem (com duração média de dez e máxima de 30 minutos), abriu-se espaço para a produção e exibição de séries de animação. Ao invés de se assistir a um curta unitário, a ideia era que universos e personagens que tivessem boa aceitação pudessem cativar o público e fazê-lo retornar e assistir a um novo episódio. (NESTERIUK, 2011, p.26).

A partir da década de 1950, com a ascensão da televisão, as animações começam a migrar para esse veículo, como programas seriados. Desta forma, as animações para o cinema foram diminuindo já que não havia mais uma demanda. Então, nos anos 1960 houve a finalização das produções seriadas para o cinema, já que a animação estava na nova mídia. Conforme Nesteriuk (2011) cita, o historiador da animação Jerry Beck alega que foi nesse momento que a animação clássica acabou.

A visão de Carolina Lanner Fossatti é mais positiva em relação ao cinema após o surgimento da televisão, ela via que agora que havia uma “concorrência” os animadores buscavam novas formas de produzir animação a ponto de chamar a atenção do público.

A eclosão desta nova tecnologia e dos nascentes estúdios exigiu a apresentação de novas possibilidades estéticas que desacomodaram o antigo formato das animações, explorando seus novos potenciais, demarcados pela dinamicidade e ação. O advento da televisão influenciou o campo do desenho animado, determinando, também, o retorno dos cartoons primitivos. (FOSSATTI, 2009, p.9).

Porém, na década de 1970, houve uma subida na audiência (mesmo que não tenha sido um sucesso como fora anteriormente) com novas formas de animações, e o principal exemplo dessa época citado por Nesteriuk (2011) foi a animação “A Família Urso” que trabalhou com a identificação com quem estava assistindo aos filmes, fazendo histórias mais humanizadas e simples, mostrando o cotidiano de uma família. Outra animação que acabou sendo aclamada pelo público e que posteriormente se tornou uma série para televisão foi “A Pantera Cor de Rosa”. Porém, mesmo com esse

‘último respiro’, as séries de animação para o cinema chegam ao fim, ou elas eram transferidas e adaptadas para a televisão, ou tiveram o seu final.

A partir da década de 1980, a animação para o cinema se tornou algo comum para filmes de longa-metragem, e é importante lembrar que há produções de curtas animados para serem passados no cinema antes do filme principal. Algumas das principais empresas atualmente com produções de filmes de animação para longa metragem no cinema são os estúdios *Disney*, *Pixar*, *DreamWorks* e *20th Century Fox Animation*, todas empresas americanas mostrando o domínio do país nessa área.

2.3 A ANIMAÇÃO NA TELEVISÃO

É importante ressaltar que a ascensão de uma nova mídia não significa que a anterior acabará, e sim irá trabalhar para encontrar outras formas de atrair o público, como a animação do cinema acabou criando uma forma de permanecer em alta com seus filmes em longa-metragem, mostrando se adaptar à nova realidade na qual estava inserida.

Os estudos da televisão são recentes, já que a mídia surgiu e se popularizou na década de 50, então ela ainda é considerada “nova”. Para Nesteriuk (2011), esses estudos focam mais na televisão de forma crítica e/ou sociológica. Porém, para se analisar a história da animação é necessário que a televisão seja vista principalmente como um veículo de transmissão.

Apesar de não ter sido oficialmente uma animação, a primeira imagem transmitida na televisão, conforme explica Nesteriuk (2011), foi o personagem Gato Félix justamente pela popularidade que o mesmo possuía. Os telespectadores já criaram uma conexão com o conhecido quando ligaram o aparelho televisivo.

McLuhan (1964) diz que para a população, a televisão era algo completamente novo e algo a ser explorado pelos seus telespectadores.

Talvez que o efeito mais comovente e familiar da TV seja o comportamento das crianças que cursam o primário. Desde o aparecimento da TV, as crianças costumam ler com os olhos a apenas 15 centímetros, em média, da página — independentemente das condições de suas vistas. Procuram levar para a página impressa os imperativos da total envolvimento sensorial da imagem da TV. (MCLUHAN, 1964 p.346).

A primeira animação feita somente para a transmissão na televisão foi em 1939 nos Estados Unidos. “*Willie, the Worm*” foi dirigida por Disney Chad Grothkopf que fez a animação unicamente para experimentar o novo neste meio. Nesse final da década de 1930 e começo da década de 1940, as animações começaram a chegar à televisão, mas o que era transmitido eram animações reutilizadas do cinema, não havia produções exclusivas para animações na televisão. Costumava ser mais fácil e barato para as empresas comprarem animações passadas no cinema do que produzir, de fato, uma animação.

Um dos pontos mais importantes que aconteceu durante essa transição, foi o fato da animação acabar se tornando, na televisão, um programa voltado para o público infantil. Isso acabou acontecendo por conta da regulamentação feita pela *Federal Communications Commission (FCC)*, que acabou censurando, banindo e até mesmo reformulando não só animações, mas também outros programas que passavam na televisão.

As animações, agora chamadas de desenho animado, eram criadas e voltadas principalmente para o público infantil, e como Nesteriuk (2011) citou, acabaram sendo “deixadas de lado” pelo público e pelos canais que as transmitiam. Nota-se que apesar de atualmente essa ideia de os desenhos animados serem voltados para o público infantil, a criação de animações voltadas para um público mais velho vem se popularizando e ganhando força.

Recontextualizadas e apresentadas a um público que não era o alvo em sua mídia original (majoritariamente, o adulto consumidor de cinema), tais animações “*theatricals*” adquiriram um status diferente na televisão ao serem utilizadas para ocupar espaços da grade de programação pouco valorizados pelos anunciantes e patrocinadores e, não raro, endereçados a atrações direcionadas ao público infantil. (MENDES, 2014, p. 25).

Aproveitando-se da “janela” de horário no sábado de manhã, as emissoras colocaram os desenhos animados nessa hora, preocupados principalmente com sua audiência e não com a qualidade dos produtos que eram transmitidos. Em 1949, a primeira animação feita para a televisão foi ao ar, “*Crusader Rabbit*” era produzida por Jerry Fairbanks e dirigida por Alex Anderson. Outros desenhos que também foram os primeiros produzidos para este meio foram: o “*Tele-Comics*” da Vallee Video e também “*The Adventures of Pow Wow*” que era dirigida por Tom Baron.

Para fazer uma série de animação é necessário muita estrutura e investimento, já que é necessário que se mantenha o telespectador envolvido a ponto de ele adicionar aquele desenho a sua rotina. Então como nesse período a televisão ainda estava se popularizando entre as pessoas, não havia como ousar muito na produção de desenhos animados, por conta disto, até 1950 só mais duas séries de desenhos animados foram produzidas para a televisão.

Em 1951, *Walt Disney* produziu alguns desenhos animados para a televisão e que seriam transmitidos como especiais de natal. Porém, foi só em 1954 que a produção de animações para a televisão por *Walt Disney* ganhou mais forma, já que o mesmo visava a construção de seu parque de diversões. Então, Disney criou um programa que ele apresentava, mas as atrações eram episódios compilados de animações da Disney, e também algumas dos antigos *theatricals*⁹. O programa que inicialmente se chamava “*Disney*” e depois alterou o nome para “O Maravilhoso Mundo de Disney”, foi um dos maiores programas da história da televisão conforme Nesteriuk (2011) cita, ressaltando a importância do mesmo ser uma das primeiras animações que foram transmitidas em horário nobre.

FIGURA 02 – O MARAVILHOSO MUNDO DE DISNEY



FONTE: Disney Wiki (ano desconhecido).

⁹ Theatricals: eram curtas animações que o estúdio passava nos cinemas antes dos filmes.

Em 1959, é fundada a *Hanna Barbera Productions* que foi e ainda é uma das maiores e principais produtoras de desenhos animados para a televisão. O primeiro projeto, que estreou um pouco antes da fundação da empresa, foi “*The Ruff and Reddy Show*” e já atraiu o olhar do público a ponto de que novos projetos fossem desenvolvidos pela empresa. Logo no ano seguinte era lançado o desenho animado “*Huckleberry Hound Show*” que foi muito bem recebido pelo público adulto, que representava 40% dos telespectadores que acompanhavam o desenho. Em 1960, Hanna-Barbera estreou o desenho animado que os tornaria a maior produtora de desenhos animados da época e uma das maiores de todos os tempos, a animação “*The Flintstones*”. A família que vive na Idade da Pedra continua fazendo sucesso até hoje, já ganhou novas versões e até mesmos filmes live-action de tão grande que foi o sucesso. Hanna-Barbera também é responsável por várias outras séries de animação de sucesso, como por exemplo: “*Top Cat*”, “*The Jetsons*” e “*Wacky Racers*”.

A má escolha sistêmica levou à criação do maior estúdio de desenhos animados para TV já visto, a Hanna-Barbera que, com a ajuda da Columbia, entrou nos anos 1960 enquanto líder no campo. Sua liderança aconteceu por causa da incrível facilidade de criar personagens no ritmo que a televisão, muito mais dinâmica do que o cinema, demandaria. (VENANCIO, 2011, p.9).

Quando nos anos 1960 houve o início dos programas da televisão coloridos, a utilização dos *ready-mades*¹⁰ de anteriormente não eram mais utilizados, desta forma, acabou “forçando-se” a criação de novos desenhos animados que seguissem a nova “moda”. Nesteriuk (2011) enfatiza essa importância de a evolução tecnológica contribuir para o desenvolvimento de novas artes.

Outra animação de sucesso, porém da Warner, foi “*Looney Tunes*”, que possui uma grande galeria de personagens, que posteriormente ganharam desenhos próprios também. A animação é sucesso até hoje, ganhando séries de animação derivadas dos personagens e da animação, filmes live-actions e a utilização dos desenhos para a produção de outros produtos com os personagens.

Um dos fatos importantes para se ressaltar é que em 1966 há a criação do desenho animado “*The New Adventures of Superman*” o que dá o pontapé inicial no mundo dos super-heróis dentro da televisão e da animação, finalmente saindo apenas

¹⁰ Ready-mades: A utilização de animações já feitas, mas com edições as adaptando para onde será veiculado.

das histórias em quadrinhos. A série de animação foi produzida pela CBS, e foi um sucesso, o que gerou alguns outros projetos de heróis como “*Aquaman*” e “*Batman*”.

Conforme apontado por Nesteriuk (2011) a década de 1960 foi boa para a produção de animação seriada para televisão, porém houve alguns problemas devido a “ataques” que a animação recebeu por ser considerado um programa banal, que acabava ensinando apenas coisas erradas para seu público alvo (o público infantil).

É então que surge um novo segmento dentro da animação que são as produções educativas, que agradaram a quem criticava os desenhos animados, porém não possuíam audiência. Por conta de não ter audiência e, conseqüentemente, falta de investidores dentro desse segmento, as animações educativas acabaram se acomodando em emissoras públicas, se tornando um local propício para o entretenimento educativo.

Antes de entramos na década de 1970 é importante ressaltar que mesmo com os programas educativos sendo criados, ainda havia críticas, por conta do que era passado para as crianças nos desenhos. Nesteriuk (2011) cita que o autor George Gerbner, critica as animações com base em sua teoria da enculturação, justificando que as crianças (o principal público consumidor das animações) poderiam ser persuadidas pela televisão, e que desta forma os desenhos poderiam ser prejudiciais para esse público.

Mas o que se entende por enculturar? Ora, enculturar refere-se ao processo de apropriação de uma cultura, que se dá por meio de exposição a modelos aceitos (via imitação), explicações, interações e feedbacks que forneçam informações úteis para a aprendizagem em curso. (TISHMAN, PERKINS, JAY, apud DAVIS, NUNES, NUNES, 2005, p. 207)

Então a partir da década de 1970, há restrições que acabam influenciando nas produções de animações, como por exemplo a restrição de propagandas voltadas diretamente para o público infantil, o que afeta os investidores das animações.

Enquanto isso, no Japão os animes começam a ficar populares por todo o país, e conseqüentemente, as animações como nos EUA eram frequentemente exibidas nas salas de cinema. Em 1960 foi quando os animes começaram a se popularizar para fora das salas de cinema. Assim como nos Estados Unidos, um dos principais precursores da animação foi a história em quadrinhos, no Japão os mangás são a principal origem dos animes. Durante a década de 1960 há uma consolidação

dos animes, pois quando a década de 1970 se inicia os animes já estão estabelecidos no Japão e já são uma concorrência em potencial com os Estados Unidos. O primeiro anime a fazer sucesso somente fora do Japão foi “*Astroboy*” de 1963 e a partir desse momento há uma expansão do mercado japonês na área dos animes.

Em 1962, foi exibido *Manga Calendar*, a primeira série de anime na TV japonesa, produzida pela *Otogi Production*. Porém, foram poucos os capítulos produzidos, e sua exibição foi irregular, o que deixou caminho aberto para Tezuka entrar em ação. Um ano mais tarde, foi ao ar *Tesuwan Atom*, baseada na série de mangá criada pelo próprio Osama Tezuka. Diferentemente de *Manga Calendar*, a série da *Mushi Production* teve episódios regulares semanais durante três anos, conseguindo patrocínio e altos índices de audiência. Devido sua regularidade, *Tesuwan Atom* é muitas vezes considerada a primeira série de anime (Sato, 2005). O sucesso da série abriu portas para várias outras lançadas ainda no mesmo ano, dando início ao sólido mercado dos animes para televisão. (FARIA, 2008, p. 6)

Voltando aos Estados Unidos, na década de 1980, com o governo de Ronald Reagan, o país vivia em uma época de mercado livre, então tudo era decidido com base no que era vendido. Isto reflete na animação da época com a criação de desenhos animados baseados em brinquedos que costumavam ser vendidos, e que dominavam a televisão. Alguns exemplos dessas séries são: “*He-Man and the Masters of the Universe*”, “*Dungeons & Dragons*”, “*Transformers*”, “*She-ra, Princess of Power*”, “*Thundercats*” e “*Teenage Mutant Ninja Turtles*”. É também na década de 1980 que os animes acabam se introduzindo definitivamente nos Estados Unidos.

Um marco importante para a década de 1980 é quando o canal Fox Broadcasting estreia e com ele o programa “*The Tracey Ullman Show*”, apresentado por uma humorista. O mais relevante deste fato é que durante o programa eram exibidas algumas animações curtas, feitas por Matt Groening com uma família que se tornaria um sucesso mundial posteriormente.

Com o sucesso dessas pequenas animações curtas, a Fox viu uma potencialidade que precisava ser explorada e acabou investindo na criação da animação “*The Simpsons*” que desde que entrou no ar, em 1989, não saiu mais do horário nobre da emissora. A animação se tornou, em 2018, a série de animação mais extensa da televisão, com 636 episódios exibidos, além de ser uma das animações mais conhecidas no mundo inteiro. É importante ressaltar que o desenho animado da família amarela é um desenho voltado para o público adulto, ajudando a começar a rever essa concepção que antes era feita de a animação ser voltada exclusivamente para crianças.

Na década de 1990 é quando o mercado americano acaba notando a capacidade dos outros países conseguirem produzir conteúdo com a mesma qualidade que a americana, porém com um valor mais baixo. Então, para uma maior obtenção de lucro, os Estados Unidos começam a “terceirizar” a produção de animações pelo mundo, utilizando principalmente países da Ásia.

Também na década de 1990, se inicia a criação de canais de TV fechados, o que segmentou o público, porém aumentou a demanda por conteúdos específicos do interesse do telespectador. É então que o mercado da animação cresce e ganha maior prestígio. É neste momento também que há uma volta à produção de longas metragens animadas no cinema, o que acaba chamando a atenção para as animações da televisão também.

Com a criação dos novos canais fechados, houve uma busca pela diferenciação, e desta forma, esses canais começaram a buscar animações de fora dos Estados Unidos para colocar em sua programação, colocando algumas animações da Europa. É importante ressaltar que mesmo os Estados Unidos e Japão dominando o mercado mundial da animação, houve animações fora desse eixo que também se popularizaram.

Conforme Camila Granado Guedes de Assis (2017) a criação do primeiro canal com a programação apenas com animações acaba acontecendo na década de 1990, há a criação do canal *Cartoon Network* pelo empresário Ted Turner que possuía os desenhos de *Hanna Barbera*. No início o canal apenas transmitia as animações do *Hanna Barbera*, mas com o passar do tempo e o crescimento do canal houve uma potencialização para produções próprias. Em poucos anos após a criação, o *Cartoon* já era um dos canais mais assistidos, porém Ted Turner não queria que seu canal passasse apenas reprises dos desenhos de *Hanna Barbera*, então começa a procurar novas animações para que pudesse investir nas mesmas. Então há a criação de um programa específico que apresentou vários pilotos de séries animadas, e algumas delas (normalmente as que tiveram uma boa resposta do público) ganharam uma série no canal. Algumas dessas principais animações que acabaram se popularizando e ganhando uma série própria foram: “*Dexter’s Laboratory*”, “*Cow and Chicken*”, “*Ed, Edd n Eddy*”, “*Courage, the Cowardly Dog*” e outras mais.

Analisando as animações a partir de 2000, pode-se notar, primeiramente, que o eixo Estados Unidos-Japão não é mais tão forte, isso por conta do surgimento de animações com qualidade que estão se popularizando por todo o mundo. Conforme

Nesteriuk (2011), a tendência é que isso continue acontecendo, que animações de outros países ganhem destaque mundialmente. É importante também ressaltar o crescimento da produção de séries animadas exclusivamente para o público adulto principalmente na televisão.

Vale destacar ainda que assim como com a televisão as animações ganharam muito mais espaço. Com as mídias digitais as possibilidades são de várias outras oportunidades para o campo dos desenhos animados. Um exemplo disso é a produção de conteúdo independente sendo colocado no Youtube e viralizando como a web série de animação “*Girls In The House*” que foi criada por Raony Phillips, com a utilização do jogo *The Sims 4* para a produção da mesma. Outro exemplo, agora relacionando a maiores produções é a produção e reprodução de desenhos animados em serviços de streaming, como a *Netflix*. Nesteriuk (2011) cita que:

Se, na televisão, as séries de animação se consolidam como um dos gêneros mais populares do audiovisual contemporâneo – foram produzidos mais desenhos animados nos últimos 15 anos do que em seus primeiros 45 anos na televisão –, uma nova gama de possibilidades se oferece na interface com as tecnologias e mídias digitais. Apesar da televisão ainda ser o principal meio para se produzir e exibir séries de animação, com o avanço dessas tecnologias, outros formatos podem oferecer interessantes possibilidades para futuros animadores. (NESTERIUK, 2011, p.114)

2.4 PRODUÇÃO DA ANIMAÇÃO NO BRASIL

Ao contrário dos Estados Unidos, a animação no Brasil, apesar de possuir um engajamento de criadores e produtores, leva tempo para se desenvolver. Em vários momentos da história da animação brasileira, houve oportunidades para o seu desenvolvimento como um todo para o país, mas existiam alguns fatos que impediam esse desenvolvimento.

Conforme Nesteriuk (2011), tudo se iniciou em 1907, quando havia uma produção de charges animadas feitas por Raul Pederneiras, que faziam críticas aos governos, e essas charges eram passadas esporadicamente nos cinejornais locais. Isso influenciou para que, em 1910, houvesse o lançamento do primeiro curta de animação feito no Brasil: “Paz e Amor”, onde Alberto Botelho e Alberto Moreira fazem uma crítica ao governo da época. Assim como nos Estados Unidos, o surgimento da animação veio de charges/tirinhas. Uma curiosidade sobre essa produção é o fato de

que os fotogramas da animação foram todos pintados a mão, apresentando o curta em cores, o que para a época era surpreendente.

Na década de 1920, a animação no Brasil era precária e não havia investimentos, desta forma o país não conseguia acompanhar outros países mais “desenvolvidos” na produção desse conteúdo. Porém, a publicidade acabou enxergando a potencialidade da utilização das animações e começou a investir nessa área, criando campanhas publicitárias animadas que eram exibidas nos cinemas. É nessa década, especificamente em 1929, que houve a criação de umas das primeiras animações brasileiras que ainda possui registro e está conservada, que é a animação “Macaco Feio, Macaco Bonito”.

Em 1930, Luiz de Sá, sabendo que Walt Disney viria para o Brasil em busca de ideias para novas criações, resolve trabalhar na criação de dois episódios de animações: “As Aventuras de Virgolino” e “Virgolino apanha”. Luiz de Sá trabalha com cuidado para que o trabalho fique perfeito, já que esperava apresentá-lo a Disney, porém os dois episódios são barrados pelo Departamento de Imprensa e Publicidade do governo.

Não há muita evolução na história da animação na década de 1940. Há uma animação feita por um menino de 13 anos de idade, mais conhecido como Anélio Latini, e seu irmão: obra intitulada “Os Azares de Lulu”. Um marco importante para essa década é a primeira animação com manipulação de boneco em tempo real (isso sem ser o *stop motion*), que foi feita pelo famoso cineasta Humberto Mauro.

Na década de 1950 houve um grande investimento por parte do governo para a criação de animações em propagandas institucionais, que visavam informar o público sobre demandas públicas. É também nessa década que é lançado o primeiro longa-metragem brasileiro de animação: “Sinfonia Amazônica”, filme feito após seis anos de trabalho de Anélio Latini.

Em 1950, logo após a fundação do principal canal de TV do Brasil na época, a extinta TV Tupi, há a primeira exibição de animação na televisão na história do país, e esta é a animação americana “Pica-Pau”. Somente da década seguinte (1960) que começaram as produções para as dublagens dos desenhos animados. Nesse período, eram transmitidas animações americanas, todas em inglês e sem legendas, porém não possuíam tantas falas o que acabava não sendo tão prejudicial ao público.

Um fato importante a ser lembrado é que os canais brasileiros acreditavam que comprar produções americanas traria mais lucro já que o gasto para a produção

de animações próprias era consideravelmente caro. Ao contrário do que se mostrou em outros países, no Brasil o consumo das animações sempre foi em todas as idades, e não apenas o público infantil.

Conforme Athayde (2013) em 1965 ocorre o I Festival Internacional de Cinema de Animação no Brasil, em São Paulo, e que trouxe pessoas do mundo inteiro para o país para discussões sobre animação. Nesteriuk (2011) cita a importância do evento para a história da animação brasileira: “Em uma época em que o intercâmbio internacional não era tão frequente, a mostra permitiu aos animadores e ao público conferir animações de vários países do mundo” (NESTERIUK, 2011, p.123).

Contudo, mesmo com esses eventos e o que parecia ser um progresso, as animações continuam sem tanto investimento, e a forma que tiveram para se manterem “vivas” foi entrarem mais a fundo na publicidade, já que era o que ajudava os animadores a se manterem.

Quando se inicia a década de 1970, começam algumas produções de animações coloridas de histórias infantis populares. Porém, como houve má distribuição das mesmas, pois o foco era sempre em produções estrangeiras, essas animações coloridas brasileiras acabaram não tendo o engajamento desejado. Um fato importante que aconteceu nessa década foi a utilização, pela primeira vez no Brasil, de um dispositivo computacional para a produção de uma animação. Já na metade da década, é fundado o NCA (Núcleo de Cinema de Animação de Campinas), que acabou se tornando um dos polos do cinema animado mais importantes do mundo (NESTERIUK, 2011).

É também durante essa década que as animações em propagandas atingem um grande sucesso. Como diz Athayde (2013):

Ribas reconhece a importância do mercado publicitário como “laboratório prático” para animadores à procura de experiência, mas alerta para a rigidez de linguagem determinada por sua finalidade absoluta: Afinal, a peça publicitária é um produto encomendado por um anunciante com o expresso propósito de vender produtos. Todavia, a viabilidade econômica da animação publicitária impõe padrões profissionais que o cinema de animação não é capaz de satisfazer. O animador, pois, precisa escolher entre o trabalho publicitário rentável ou o sofrido processo de criação autoral, com escassez de recursos e sem expectativas de sucesso comercial. (ATHAYDE, 2013, p.31).

Somente na década de 1980 é criada a primeira animação seriada no Brasil - a Turma da Mônica que já era ícone cultural do Brasil com suas tirinhas e gibis. A

produção dos episódios na década de 1980 era com menor regularidade, enquanto isso Mauricio de Sousa montou a primeira linha de cinema de animação no Brasil. No começo do século XXVI, o sucesso da turminha era tão grande que houve a produção de variados filmes animados (intitulados de cines gibis que mostravam compilados de episódios, e alguns filminhos com uma história só), além da série exibida no canal do *Cartoon Network*.

FIGURA 03 – FILME TURMA DA MÔNICA



FONTE: Blog Maníacos Por Filmes (2012).

Houve também em 2018 a produção do *live action*¹¹ da animação, que estreou em junho de 2019 e foi um sucesso, levando 2 milhões de telespectadores aos cinemas, já ganhando uma continuação prevista para outubro de 2020. Uma novidade é a produção de uma nova animação, Turma da Monica Jovem, que utilizará técnicas de animes, mas sem perder características brasileiras. A animação estreou no *Cartoon Network* em novembro de 2019.

¹¹ Live action: São produções que utilizam atores reais para interpretar os papéis, ao contrário de animações.

A primeira experiência no país nesse sentido foi realizada por Maurício de Sousa e Gonzaga de Luca entre os anos de 1985 e 1988. Naquela ocasião, os estúdios Maurício de Sousa empregaram cerca de 250 profissionais com o objetivo de produzir regularmente animações, provando que com a existência de recursos e de uma demanda pode haver mobilização profissional. (NESTERIUK, 2013, p.12).

No final da década, há a criação de um programa de televisão na TV Cultura, que é o “Rá-Tim-Bum”, que utilizava um time de animadores para algumas partes específicas do programa que possuía uma dinâmica única. Nessa década, nota-se o investimento financeiro e alguns setores privados para a criação de polos que incentivem a produção de animações nacionais por todo o Brasil.

Porém, na década seguinte, o setor de animações não recebe tanto investimento e mesmo com produções de séries de animações em pequenos formatos o setor acaba estagnado. Nessa década há a criação do Anima Mundi que é um dos maiores festivais de animação da América Latina como diz o autor Athayde (2013):

Em 1993, é criado o Festival Internacional de Animação do Brasil por um grupo de animadores participantes do Núcleo de Cinema de Animação do CTAv. Conhecido como Anima Mundi, o evento ocorre todos os anos desde sua criação nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, durante o mês de julho. A primeira edição do festival contou com diversas produções estrangeiras, no entanto poucos filmes nacionais foram inscritos – na terceira edição, nenhum. O festival, entretanto, continuou a crescer. Hoje, é o maior da América Latina, atraindo cerca de 80 mil pessoas a cada ano. Em 2012, o festival recebeu mais de 1500 inscrições. Desses, 448 filmes foram selecionados, sendo 80 brasileiros. (ATHAYDE, 2013, p. 33)

Conforme Nesteriuk (2011), em 1996 houve um longa produzido por Clóvis Vieira com computação gráfica, “Cassiopéia”, e este longa envolve uma polêmica pois conforme o autor este seria o primeiro longa de animação a utilizar esse novo recurso no mundo. Contudo, como não teve uma boa distribuição nas salas de cinema pelo Brasil o filme não fez sucesso e acabou desconhecido por grande parte das pessoas, e quem ficou conhecido como o primeiro filme a utilizar essa técnica foi Toy Story.

A partir do século XXI, a animação está consolidada no Brasil, mas a maior parte do prestígio das produções brasileiras vem da publicidade e da produção de curtas animados. Durante o início deste século, houve a criação de canais infantis destinados e com enfoque na educação e ensino das crianças, com a participação de psicólogos e pedagogos nas equipes para as produções das animações. Em 2005, há a primeira série de animação brasileira feita para a TV com utilização de técnicas 3D, além de ser a primeira animação que foi exibida internacionalmente, chamada

“*Pixcodeletics*” e os criadores são Marco Alemar e Caio Mário Paes de Andrade. Nesse mesmo ano, o Brasil participou de um festival de animação no Canadá, atraindo a atenção do TA (*Television Animation Conference*).

Em 2008, a animação do “Osmar, a Primeira Fatia do Pão de Forma” é a primeira animação da América Latina a ganhar o MIP¹² Junior em 2009. A animação, que inicialmente era apenas um projeto, acabou ganhando oportunidade para a criação de uma temporada. Em 2009, estreia *Peixonauta*, série animada feita com padrões americanos e que se popularizou por todo o mundo. A animação é atualmente exibida no canal *Discovery Kids* e se mantém como um sucesso.

Na questão cinematográfica, até 2011, apenas 21 longas metragens animados foram produzidos no Brasil, e os que foram produzidos não possuem tanto público. Nos canais de televisão focados em animação também é possível notar a predominância de desenhos estrangeiros e a falta de desenhos brasileiros, pois como já foi dito, para os canais, estúdios e produtoras o que compensa mais é comprar uma animação do que produzir uma.

Apesar do aumento de sua presença nas telas nacionais e das perspectivas abertas pela Lei 12.485 (Lei da TV Paga), estes espaços ainda são ocupados majoritariamente por animações estrangeiras. Devemos considerar que assim como a literatura, as artes plásticas e a música, a animação também pode divulgar e valorizar, nacional e internacionalmente, a riqueza e diversidade cultural do Brasil – seja pela temática ou pelo reconhecimento de um estilo próprio de animação. (NESTERIUK, 2013, p. 10)

Por conta da falta de investimento no setor privado, o local onde a produção de animações começou a crescer foi em emissoras educativas. O que a falta de investimento acarretou também foi na necessidade de coproduções para a criação das animações, e muitas dessas coproduções foram de produtoras de fora do Brasil, já que animação seriada é um segmento relativamente novo no país.

A despeito da qualidade técnica e criativa da animação brasileira, a quase totalidade das séries de animação exibida hoje no Brasil é estrangeira. Trata-se de séries distribuídas por grandes empresas, que já possuem sucesso internacional e que são adquiridas pelas emissoras por um custo mais barato do que o da produção de material original próprio. Desta forma, as séries adquiridas são meramente reproduzidas no país e acabam, diante da falta de iniciativa das emissoras privadas de televisão, fechando as portas para a produção nacional. Por conta disso, o espaço mais aberto à produção e exibição de séries de animações brasileiras foi, e ainda continua sendo, as

¹² MIPJunior - The World's Leading Kids Entertainment Industry Event: o principal evento de entretenimento infantil do mundo.

emissoras educativas, a maioria delas públicas ou estatais. (NESTERIUK, 2011, p.128-129).

Com a expansão da internet, as animações brasileiras estão se popularizando pelo mundo, tanto pelo Youtube, quanto por programa de streamings. É importante ressaltar a internacionalização desses programas para criar uma maior demanda de público e, conseqüentemente, atrair o olhar de fora, gerando mais empregos e oportunidades dentro deste mercado. O surgimento do AnimaTV¹³ entra para ajudar na transmissão da importância da animação brasileira: “A compreensão de toda a cadeia socioeconômica contemplada neste programa pode possibilitar a criação, o desenvolvimento e a manutenção de uma indústria de animação brasileira, capaz de, [...] se estruturar de forma autossustentável e permanente.” (NESTERIUK, 2011, p.141). Atualmente nota-se que há um crescimento nas oportunidades de produções brasileiras, com apresentações de *pitchings*¹⁴ e uma demanda por parte do público para a criação de produtos do próprio país, algo que gere identificação. Como aponta Nesteriuk (2011), o futuro da animação no Brasil é promissor.

A criação e a produção de séries de animação no Brasil vivem, portanto, seu momento mais expressivo. Além das séries de animação mencionadas neste capítulo e que já se encontram em uma fase regular de produção e exibição na televisão, estima-se que existam cerca de 50 projetos nacionais devidamente estruturados buscando, por diferentes mecanismos e estratégias, a viabilidade para o desenvolvimento de suas produções. Se este cenário praticamente surgiu e se consolidou em menos de dez anos, a perspectiva para a próxima década é, portanto, bastante otimista. (NESTERIUK, 2011, p.145)

¹³ AnimaTV: projeto que auxilia na elaboração de animações e faz programas de financiamento em projetos de desenhos animados.

¹⁴ Pitchings: Apresentação curta da animação para tentar vendê-la.

3 IRMÃO DO JOREL

“*Irmão do Jorel*” é uma animação brasileira, produzida pelo *Cartoon Network* e pela *Copa Studio*, que conta a história de uma criança que vive a sombra de seu irmão mais velho e popular, o Jorel. A produção foi a primeira animação original do *Cartoon* no Brasil e na América Latina e foi escolhida em um *pitching* para produções nacionais em 2009. Sua estreia aconteceu em 2014, tendo 26 episódios na primeira temporada. A série foi renovada para uma segunda temporada em 2016, e para a terceira (e atual) temporada em 2017, todas com 26 episódios cada. A quarta temporada já foi confirmada pela *Copa Studio*, porém não há uma data definida para a estreia. A animação também ganhou uma série de animação derivada que era publicada no Youtube: “*The Yuki Show*” que apresentava a personagem, melhor amiga de Irmão do Jorel, Lara e a sua vivência no Japão com seu novo amigo Yuki, um gato que está fugindo da fama.

FIGURA 04 – THE YUKI SHOW



FONTE: Printscreen do Youtube (2019).

A animação criada por Juliano Enrico e a maior parte dos personagens inspirados em membros de sua família e na sua infância, inclusive o seu famoso irmão, Jor-el. Juliano faz parte de uma produtora de audiovisual intitulada “*TV Quase*” junto com outros 7 integrantes que também são roteiristas e atores de voz da animação. Os

acontecimentos nos quais os episódios se baseiam são muitas vezes relatos da infância dos roteiristas. A TV Quase é conhecida por produzir e criar alguns programas populares na internet, entre eles “O Último Programa do Mundo¹⁵”, “Falha de Cobertura¹⁶”, “Overdose¹⁷”, “Décimo Andar¹⁸” e o mais famoso: “Choque De Cultura¹⁹”.

FIGURA 05 – FOTO DOS INTEGRANTES DA PRODUTORA TV QUASE



FONTE: Site Folha de São Paulo (2018).

3.1 O COMEÇO

Juliano Enrico Marques Teixeira nasceu em Vitória no Espírito Santo na década de 1980. Sua família era composta por seu pai e sua mãe, duas avós e seus dois irmãos mais velhos. Sendo o caçula da família, cresceu a sombra de seus irmãos mais velhos, incluindo de Jor-el, o filho prodígio. O pai da família, mais conhecido por Seu Tadeu (Luiz Tadeu), era fã das histórias em quadrinhos do Super-Homem, colocando em seu segundo filho, o nome do pai do super-herói: Jor-el. Enquanto crescia, Juliano

¹⁵ O Último Programa do Mundo: 2013-2018 – MTV, Youtube canal TV Quase e Fox.

¹⁶ Falha de Cobertura: 2014-atual – Youtube canal TV Quase e GloboPlay.

¹⁷ Overdose: 2013 – Youtube canal TV Quase e MTV.

¹⁸ Décimo Andar: 2016 – Youtube canal TV Quase e Canal Brasil.

¹⁹ Choque De Cultura: 2016-atual – Youtube canais Omeleteve e TV Quase, Globo e Globo Play.

descobria que gostava de desenhar e que tinha talento para isso, e ao mesmo tempo já tinha uma paixão pelo mundo de audiovisual, pois trabalhava com produções de vídeos.

Com o passar dos anos em 2009 Juliano e seus amigos Daniel Furlan, Raul Chequer e Gabriel Labanca, começam projetos de humor em Vitória, iniciando a produção de uma revista independente chamada “Quase”. Ao mesmo tempo, Juliano começa a trabalhar na MTV onde apresentou programas de clipes musicais.

No começo dos anos 2000, Juliano encontrou fotos antigas de sua infância e teve a ideia de criar um blog online, onde divulgou as imagens contando histórias de como era sua infância na família Teixeira. O blog se chamou de “Irmão do Jor-el” e já que conforme as histórias, o criador da animação era sempre ofuscado pelo seu irmão mais velho que além de lindo era popular. O que Enrico não esperava era a repercussão que essas histórias teriam, houve vários comentários de variadas pessoas que se identificaram com a história da família e compartilhavam suas próprias histórias. Foi então que um de seus amigos, Gabriel Labanca deu a ideia para que Juliano transformasse a forma de contar as histórias da família.

Já que eu usava a história da minha família, e eu ficava expondo a imagem deles ao ridículo no fotolog, o Gabriel (Labanca) me falou “Já que você tá fazendo isso com foto, porque você não faz isso com desenho? Você é cartunista, faz quadrinhos. Faz uns quadrinhos do Irmão do Jorel. Você tá vendo que todo mundo que acompanha o seu fotolog, tem histórias da própria família que se identifica com a sua família”. Então eu vi que tinha um potencial ali. (ENRICO, 2018, Bienal de Quadrinhos de Curitiba).

Então, em 2006, Juliano começou a fazer tirinhas e *cartoons* de sua família com piadas voltadas para o público adulto, e as tirinhas eram publicadas principalmente na Revista Quase. Os desenhos de sua família eram feitos de forma caricata, e no início seu pai, Tadeu, não havia gostado da ideia do filho expondo a família. Porém Juliano continuou trabalhando em seus desenhos.

FIGURA 06 – PERSONAGENS DE IRMÃO DO JOREL RASCUNHADOS



FONTE: Site Amino (2018).

FIGURA 07 – TIRINHA IRMÃO DO JOREL



FONTE: Irmão do Jorel Wiki (2014).

Aos poucos a Revista Quase vai parando de ser produzida, Juliano começa a trabalhar para a MTV como apresentador em programas de videoclipes. É então em agosto de 2009 que nasce a produtora de audiovisual, “TV Quase”. Adentrando no mundo do audiovisual, Juliano percebe a possibilidade de poder transformar seus

desenhos em algo a mais, ele cita que sempre se interessou por desenhos animados, então começou a trabalhar para transformar o que tinha em um seriado animado.

Juliano junto com seu irmão Federico Teixeira, inicia a produção da ideia e conceituação de “Irmão do Jorel”, que seria série de desenho animado. Dessa forma, é iniciada a formulação da *bible*, que é basicamente um compilado de todas as informações criadas para o desenho (sinopse, conceito, desenvolvimento e descrição de personagens e cenários, relações entre personagens e etc). Os dois irmãos então descobrem que o *Cartoon Network* estava realizando *pitchings* para a produção de uma animação brasileira. Juliano vê a oportunidade e trabalha para a apresentação de sua animação. É neste momento que Juliano percebe que seu desenho não deveria ser apenas para adultos, e desta forma ele vê uma nova possibilidade de histórias que deveriam chamar a atenção de todas as idades.

Hoje eu descobri que é mais legal, pra mim, atingir mais pessoas e criar formas diferentes de falar coisas que podem ser compreendidas de um jeito por adultos e de outro jeito por crianças. E também passar valores maneiros, porque o mundo tá precisando disso. (ENRICO, 2018, Bienal de Quadrinhos de Curitiba).

Enquanto trabalha desenvolvendo a animação, ao mesmo tempo, Juliano está em busca de patrocinadores que tirasse a animação do papel. Nessa busca, Enrico acaba encontrando e conhecendo a Copa Studio, que estava sendo fundada em 2009. A Copa Studio está no mercado de animação brasileira há 10 anos, é uma das maiores empresas da América Latina e possui em seu repertório outros desenhos como Tromba Trem e Historietas Assombradas para Crianças Malcriadas. A empresa se interessa pelo humor de “Irmão do Jorel” e gosta do traço de Juliano, porém como ainda não possuía um outro produtor para ajudar na distribuição, não houve um acordo fechado.

É em 2009 que Enrico apresenta o *pitching* para o *Cartoon*, apresentando sua *bible*, e é selecionado para a produção. O criador da animação afirma que como ele já trabalhava nos personagens por um bom tempo, ele teve mais segurança na hora de apresentar para o *Cartoon*, e que talvez isso que tenha chamado a atenção. Porém após o desenho ter sido escolhido houve um espaço de 5 anos para a estreia, e isso ocorreu por conta da parte burocrática da criação da animação. Juliano explica que na hora de procurar um produtor executivo de confiança houve alguns problemas, empresas que inclusive tentaram lucrar em cima de Irmão do Jorel. Então Juliano

acaba se encontrando com o Copa Studio novamente e após conversas eles chegaram a um consenso para o estúdio ser sócio de Juliano e produtor executivo da animação. Para finalizar a produtora audiovisual que Enrico faz parte, a TV Quase, também entrou no projeto de “Irmão do Jorel”. Desta forma, a animação agora começaria a ser produzida.

Aconteceram muitas coisas. Teve uma etapa horrível que foi a parte de negociação, porque o contrato era uma coisa que nunca tinha sido feita antes. Eu precisava encontrar um produtor executivo de confiança. Então quando a Copa Studio acabou virando o produtor executivo, isso foi bem legal porque é o próprio estúdio, uma casa de animação sendo proprietária, junto comigo numa sociedade, em uma série. Isso foi bem legal e meio inédito também. (ENRICO, 2018, Bienal de Quadrinhos de Curitiba).

3.2 DESENVOLVIMENTO DA ANIMAÇÃO

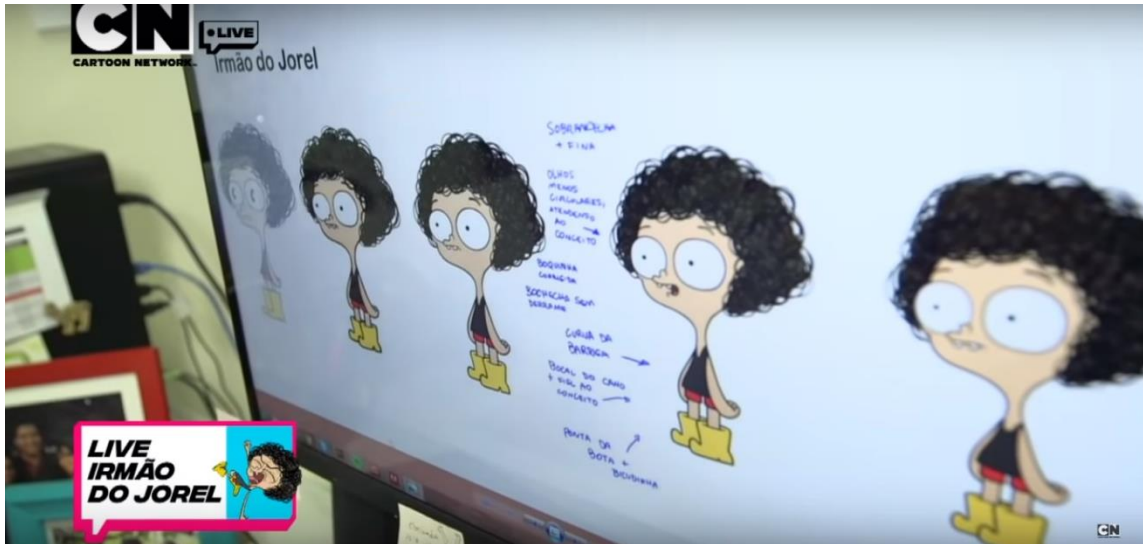
O processo de criação da animação Irmão do Jorel é iniciada com a produção dos roteiros. Alguns dos principais roteiristas, junto com Juliano, são Daniel Furlan, Raul Chequer, Zé Brandão, Valentina Castelo Branco e David Benincá. Conforme um dos principais roteiristas, Daniel Furlan, “Todos os roteiros de irmão do Jorel são escritos por mais de uma pessoa. As ideias que a galera tem, são ideias que eu não teria, então me fazem ter novas ideias que eu não teria sozinho” (FURLAN, 2018, Live Irmão do Jorel Nos Estúdios - Youtube).

Após o roteiro do episódio a produção se divide em duas, enquanto os diretores de arte e animadores cuidam da parte visual da animação, os atores de voz gravam o roteiro com interpretações dos personagens. Juliano diz que todo esse processo de criação é muito bem organizado e cronometrado já que é um trabalho que uma função depende da outra. Mas ao mesmo tempo Juliano Enrico dá liberdade tanto para animadores e diretores de arte, quanto para os atores de voz, escaparem do roteiro e poderem improvisar, tudo de uma forma que consigam fazer alterações dentro do cronograma.

Os diretores de arte e animadores do desenho explicam que o processo é lento para a produção dos episódios, já que a forma de distribuição deles é de uma forma que todos participem e opinem ativamente na criação do visual do episódio. Grande parte dos desenhos dos cenários são feitos a mão e depois passados para o computador para as edições finais serem realizadas. Várias pessoas diferentes

podem editar o mesmo arquivo, inclusive incluindo características próprias nos desenhos.

FIGURA 08 – EVOLUÇÃO IRMÃO DO JOREL DURANTE AS TEMPORADAS



FONTE: Printscreen Live Youtube (2018).

Na captação das vozes, quem fica a frente é a diretora de voz: Melissa Garcia. Além de fazer as vozes das principais personagens da animação, ela coordena o grupo de atores de vozes para um melhor desempenho. Na Bienal de Quadrinhos de Curitiba, Juliano fala que o método que Melissa utiliza para a captação de voz ajuda a dar um melhor resultado na dinamicidade dos personagens, já que Melissa gosta que os atores de voz, gravem juntos com os personagens que estarão na cena. Com as vozes gravadas e as animações feitas, há o momento da edição final onde tudo é sincronizado para finalizar e fechar o episódio.

Entre 2014 e 2015 houve a estreia, no *Cartoon Network*, dos 26 episódios da primeira temporada, todos com a média de 10 minutos de episódio. Em dezembro de 2015 a segunda temporada da animação foi confirmada, e entre os anos de 2016 e 2017 os episódios novos foram ao ar. Com a repercussão da animação, foi possível que houvesse uma evolução e melhor desenvolvimento dos traços e da animação de cada personagem e dos cenários. Em maio de 2017 a série animada teve a confirmação da renovação, e em 2018 já estreou sua terceira temporada que foi finalizada em 2019. A quarta temporada da série foi confirmada antes mesmo de finalizarem de passar os novos episódios da terceira temporada, devido ao sucesso que a série começou a ter em 2018. É possível que esse sucesso tenha sido devido

a inclusão da animação no catálogo da Netflix. O *Cartoon* também distribui o desenho em outros países latino-americanos (Argentina, Chile, Colômbia, Peru, Venezuela, México, Costa Rica, Guatemala e Panamá), onde a animação também é sucesso. Conforme reportagens do portal online “O Tempo”, em 2018 “Irmão do Jorel” foi visto por mais de 21 milhões de pessoas no *Cartoon*, e em março de 2019 a animação estava entre as cinco mais assistidas no canal (Brasil).

FIGURA 09 – LOGO IRMÃO DO JOREL EM ESPANHOL



FONTE: Site Fixable (2016).

Além do sucesso com o público, Irmão do Jorel conquistou a crítica ganhando indicações e prêmios pelo mundo. A animação foi finalista no *Annecy 2018* e do *Prix Jeunesse Internacional 2018*, e vencedora dos *Prêmios Quirino 2019* (Melhor Série de Animação Ibero-Americana) e do *Prix Jeunesse Iberoamericano 2018* (Júri profissional e o Infantil). Recentemente, em 2019, a animação foi indicada como melhor animação no *Emmy Internacional Kids 2019*.

Também em 2019, o *Cartoon* fez uma parceria com a rede de cinemas Cinemark para divulgação dos novos episódios da terceira temporada, houve um final de semana de exibição de episódios em algumas sessões pelo Brasil. O sucesso foi tão grande que houve sessões extras no final de semana seguinte. Na sessão além de passar trechos de antigos e novos episódios, além do depoimento de Juliano sobre o desenho, houve a estreia e cenas exclusivas de um spin-off da animação: *The Yuki Show*. O spin-off era uma série animada que acompanhava as aventuras de Lara no

Japão, junto com seu novo amigo, um gatinho famoso chamado Yuki. Após a exibição no cinema, foram liberados no Youtube alguns outros episódios curtos desse spin-off.

FIGURA 10 – IMAGEM DIVULGAÇÃO IRMÃO DO JOREL NO CINEMA



FONTE: Site Arroba Nerd (2019).

3.3 OS PERSONAGENS

Dentro do universo da animação, há vários núcleos de personagens que vivem as aventuras no dia a dia, eles são: a família, a escola, a grande mídia e os personagens secundários. Grande parte dos personagens foram inspirados em pessoas que fizeram parte da vida de Juliano, ou dos roteiristas de alguma forma, mas há personagens originais.

Eu peguei características que existiam em cada um dos membros da minha família e exagerei, ao ponto de eles virarem uma outra coisa. Então o Irmão do Jorel não é exatamente a minha família. [...] Eu tentei usar a minha família pra falar da de todas as pessoas, no sentido de fazer com que todos se identificassem. Não queria elas parassem pra ver uma história sobre mim, não é uma autobiografia. Irmão do Jorel é uma forma de reinventar minha família, de fugir da realidade. (ENRICO, 2018, Bienal de Quadrinhos de Curitiba).

O primeiro e principal núcleo é o da família de Irmão do Jorel, que é constituída pelos protagonistas da série. Como já foi dito, a família de Juliano é a base para a criação desses personagens, inclusive as aparências físicas. Enrico pegou as principais características da sua família e as colocou nos personagens de forma exagerada.

FIGURA 11 – FAMILIA IRMÃO DO JOREL



FONTE: Site Irmão do Jorel Wiki (2014).

O protagonista que ninguém sabe o nome, mais conhecido como Irmão do Jorel, é uma criança de 8 anos que é ofuscada pelo irmão mais velho. O protagonista é conhecido por ser uma criança muito criativa pois vive constantemente imaginando milhares de situações e mundos, mas é muito inocente também. Vive com sua melhor amiga Lara, e fica irritando quando falam que eles namoram, já que na verdade ele gosta da menina popular da sua sala, a Ana Catarina. Seu visual é sempre o mesmo, uma regata preta com um short vermelho e as famosas galochas amarelas. É muito fã do ator Steve Magal e dos Microwave-Warriors. Enrico explica que o Irmão do Jorel não se chama “Juliano” e ele não tem um nome para que as pessoas possam se identificar com o personagem. Ele é dono do Tosh, seu cachorro de estimação, que é muito irônico e sério, mas eles sempre conversam e brincam juntos.

Baseado em seu pai, Luiz Tadeu (mais conhecido como Seu Tadeu), Seu Edson é o pai de Irmão do Jorel, um jornalista que quando mais novo lutou contra a repressão dos palhaços (uma alusão a ditadura no Brasil), atuando em peças revolucionárias. O personagem é conhecido pela forma performática de falar e por sempre ser muito mais expressivo que os outros, já que é um ator dramático. Edson é o pai revolucionário que sempre está buscando formas de vencer o sistema, por conta disso não é levado tão a sério pelos outros personagens, a não ser pelo filho mais novo, Irmão do Jorel. Ele é também muito fã de um programa infantil educativo chamado Shakespearito, que ele sempre força Irmão do Jorel a assistir. A matriarca da família é a Dona Danuza, professora de dança e que sempre está animada e

fazendo exercícios. Danuza é uma mãe protetora e preocupada, sempre de olho para que os filhos estejam tanto com a postura correta, quanto verificando se eles já tomaram banho. Ela sempre se preocupa com a alimentação de todos, preparando vários pratos saudáveis, porém ela não cozinha bem. Sempre ajuda Irmão do Jorel dando conselhos e sendo carinhosa, tanto que a imagem que o menino tem da mãe é como se ela fosse a sua super-heroína.

Irmão do Jorel possui dois irmãos, Jorel e o Nico. O mais velho é o Nico, que é representado como um adolescente que gosta de rock e é preguiçoso. Conhecido por sempre dormir em cima da comida (algo que Juliano diz que já viu seu irmão Federico fazer durante sua infância) e por sempre rir de Irmão do Jorel, além de ter todo o cabelo em frente ao rosto, impedindo de ver seus olhos. Nico faz parte de uma banda de rock pauleira chamada “Cuecas em Chamas” onde ele toca bateria. Já o famoso Jorel, é o filho do meio da família. Conhecido por fazer qualquer coisa perfeitamente e nunca falar nada (apenas rir), Jorel sempre aparece como o filho prodígio, e toda vez que aparece há uma “aura” ao entorno dele, como se ele fosse uma divindade. As meninas querem namorar com ele e os meninos querem ser como ele, é o garoto mais popular e a fonte de inspiração de todos, menos para o irmão mais novo dele que sempre é ofuscado por ele.

Morando junto com a família, há as duas avós de Irmão do Jorel que são completamente o oposto uma da outra. A vovó Gigi é conhecida por sempre estar sentada em sua poltrona, ficar com um pirulito na boca (nos quadrinhos era um cigarro, mas quando foi para TV Juliano trocou por um pirulito) e ter sua cachorrinha Zaza sempre por perto. Ela é uma avó mais rígida, mãe de Danuza, vive brigando e reclamando com Edson por qualquer motivo. Gigi fica na televisão assistindo aos filmes do famoso ator Steve Magal, o que acaba a conectando com Irmão do Jorel que assiste a esses filmes com ela e é fã do grande astro também. Ao entorno dela há um grande mistério sobre seu passado, já houve algumas revelações como por exemplo ela ser uma grande lutadora de “Gi Gitsu”, tanto que treinou o próprio Steve Magal. Outro mistério é em relação a sua idade, o criador Juliano Enrico já falou que é uma questão importante para o desenho, porém ambos os mistérios nunca tiveram uma profundidade no desenvolvimento, até agora. A outra avó é que se popularizou junto com o desenho por sua forma de ser. Juju é a retratada como a avó carinhosa, que demonstra sempre o afeto com os netos e é fofa. A voz de Juju é feita pela diretora de voz Melissa Garcia, que acabou transformando as falas que a vovó diz, em um

marco da animação, como por exemplo, a famosa frase “come Abacate, bem”. Juju é a mãe de Edson e constantemente o chama de Doutor Pinico por discordar ou não gostar dos discursos do filho. Sua relação com Irmão do Jorel é bem próxima, ela vive se preocupando com o que ele está comendo, sempre oferecendo frutas e verduras e falando algumas crenças populares brasileiras conhecidas por serem faladas por pessoas mais velhas. Ela também tem patos de estimação chamados Gesonel, Fabricio e Danúbio, com os quais ela é muito carinhosa. Apesar de Juju não notar, Gesonel é um grande guerreiro intergaláctico e que consegue se disfarçar de qualquer coisa que queira, Fabricio e Danúbio o ajudam quando Klong (um pato alienígena) os ataca. Em um episódio Irmão do Jorel acaba descobrindo que ela consegue cantar rap e a personagem inclusive duela com o rapper Kássius Kleyton, que a voz foi feita pelo rapper brasileiro Emicida.

Não sendo oficialmente da família, mas sendo uma personagem principal que está sempre junto com irmão do Jorel, Lara é a melhor amiga do protagonista. Ela é uma garotinha muito inteligente e corajosa que vive entrando em aventuras com Irmão do Jorel, mas também o entregando para a família as vezes. Ela é a outra única personagem que usa galocha, só que a dela é roxa. Ela e Irmão do Jorel se conhecem desde que era bebês e são melhores amigos desde então, muitos fãs veem os dois como um romancesinho de criança, porém Juliano já deixou claro que os dois são somente amigos, que ele gosta de explorar a amizade deles como um primeiro amor, mas não com o enfoque romântico (afinal são crianças), mas sim esse afeto que os dois têm.

FIGURA 12 – IRMÃO DO JOREL E SUA MELHOR AMIGA LARA



FONTE: Site Filmow (2019).

Agora, entrando em núcleos secundários, há a escola que Irmão do Jorel e Lara frequentam, a Escola Primária Pônei encantado. Toda as crianças que aparecem no desenho estudam nessa escola, onde a Dona Lola (uma rigorosa diretora) e a Professora Adelaide (que é a professora da turma) vivem brigando e culpando Irmão do Jorel. Algumas figuras importantes da escola são: a Ana Catarina, a garota que Irmão do Jorel gosta; Samantha, que é conhecida por ser a valentona da escola, ela vive brigando no Irmão do Jorel; William Shostners que é o garoto rico e mimado da classe, que vive entrando em conflitos com Irmão do Jorel, sempre mostrando que tem o melhor das tecnologias; o grupo das fãs do Jorel, mais conhecido como Jorelover's, que são as meninas que sempre estão atrás do Jorel; o grupo dos rebeldes que é liderado pelo Billy Doidão, que vive brigando com Irmão do Jorel; e os outros meninos da turma que também são amigos e aparecem durante os episódios, como Beto Cachinhos, Marcinho e Pablito (um aluno que só fala em espanhol).

FIGURA 13 – PERSONAGENS DA ESCOLA DO PÔNEI ENCANTADO



FONTE: Site Corujão Dicas (2019).

Algumas representações importantes estão no núcleo de mídia, onde vê-se vários personagens caricatos, para fazer críticas ao modo que grandes empresas trabalham atualmente. A principal prova disso é a dominância da empresa Shostners Shostnes presente no desenho em vários produtos. Os donos da empresa nunca

apareceram, mas o filho deles William Shostners toma algumas decisões da empresa, junto com a Doutora Suzana que é a CEO. Suzana sempre se mostra interessada apenas no lucro da empresa, sem se importar com as consequências que podem trazer a saúde, meio ambiente ou as pessoas. A maior parte das ideias que ela aprovada são dadas por executivos, que são vários homens iguais sem nomes que trabalham na empresa. Um outro ângulo da mídia visto na animação é a parte televisiva onde temos Roberto Perdigoto, que é um apresentador de TV, que vive constantemente aparecendo e dando notícias sensacionalistas ou fazendo programas de auditório. Ele é sempre muito expressivo e egoísta, buscando sempre ficar mais famoso, além de antigamente ter sido amigo de Seu Edson e agora os dois são rivais. Ele está constantemente com Rambozo que é o “policial” da animação. Os policiais são representados nesse universo como sendo palhaços, sendo rígidos e sempre buscando manter na ordem que eles pré-determinam. Há também as representações dos ídolos, como por exemplo o famoso ator Steve Magal, que é o ídolo do Irmão do Jorel, ele faz vários filmes de ação, cheio de explosões e lutas, sendo muito famoso e admirado por todos.

FIGURA 14 – RAMBOZO, PERDIGOTO E STEVE MAGAL



FONTE: Site Irmão do Jorel Wiki (2014).

Há outros personagens muito importantes, são os outros integrantes da banda de Nico (Cuecas em Chamas) o excêntrico vocalista e guitarrista Carlos Felino, o qual o Irmão do Jorel adora e admira, e o baixista Reginaldo que também tem alguns outros empregos como DJ e cantor de trios elétricos. Eles são o núcleo musical da animação, já que a banda além de cantar a música da abertura, também faz a trilha de vários momentos durante os episódios.

FIGURA 15 – BANCA CUECAS EM CHAMAS



FONTE: Site Irmão do Jorel Wiki (2014).

Para finalizar, alguns personagens recorrentes importantes que não estão dentro desses núcleos principais, como por exemplo: o Mendigo do Mares, que é o homem que vive em uma ilha de garrafas pets no mar junto com o Fluffly, seu golfinho/pônei (que apesar de parecer fofo é bastante agressivo e vive atacando o seu dono), ele diz que sua missão é proteger os indefesos sendo admirado por Irmão do Jorel; o coco magico também é um personagem importante para a animação já que aparece para explicar conceitos de forma didática para o público; Wonderley é o zelador da escola do Irmão do Jorel mas aparece em várias outras funções durante a série; Seu Adelino é o dono de uma lojinha do bairro, ele é estranho e quase nunca há nada para vender em sua loja, Irmão do Jorel tem medo dele.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para desenvolver a pesquisa, foi realizada a análise de conteúdo dos episódios da primeira, segunda e terceira temporada da animação Irmão do Jorel, fazendo um mapeamento das temáticas sociais presentes nos episódios.

Conforme Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2005) a análise de conteúdo (AC) é comum no ambiente da comunicação, visto que consegue se adaptar a novas mídias com suas técnicas de pesquisa. Historicamente, conforme aponta o autor, esta forma metodológica de pesquisa vem sendo aperfeiçoada e utilizada desde o século XVIII como é dito no seguinte trecho: “[...] quando a corte suíça analisou minuciosamente uma coleção de 90 hinos religiosos anônimos [...] para saber se eles continham ideias perniciosas, sem que nenhuma prova de heresia fosse encontrada” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 280).

Para elaboração do mapeamento, levou-se em consideração a frequência que é feita a abordagem dos temas apontados, além das propriedades positivas e negativas da animação, como aponta Fonseca Júnior (2005):

[...] três índices nas pesquisas sobre as comunicações de massa: (a) a frequência com que aparece um símbolo, ideia ou tema tende a ser interpretada como medida de importância, atenção ou ênfase; (b) o equilíbrio na quantidade de atributos favoráveis e desfavoráveis de um símbolo, ideia ou tema tende a servir ir como medida de orientação ou tendência; (c) a quantidade de associações e de classificações manifestados sobre um símbolo, ideia ou tema pode ser interpretada como uma medida de intensidade ou força de uma criança, convicção ou motivação (FONSECA JÚNIOR, 2005, p.295).

A pesquisa segue a proposição de AC de Laurence Bardin (1977). A autora apresenta as formas para a organização da análise para que a mesma seja desenvolvida com sucesso. Ela inicia falando sobre a pré-análise e o que adentra neste tópico, como a necessidade da *escolha dos documentos*, que neste caso é a escolha dos episódios que analisados; a *formulação de hipóteses e dos objetivos* da análise; e apresentar futuros indicadores ao final da análise. Bardin (1977) também ressalta a importância da leitura flutuante para iniciar o trabalho, isto é o primeiro contato que se tem com o que será analisado. Então, nesta primeira parte é necessário que se busque conhecer o que será analisado e o que se relaciona com o mesmo. Bardin também ressalta, nesta primeira parte, como será importante o

trabalho com o material e como será a forma que se trabalhará com os resultados finais obtidos.

No segundo tópico apresentado por Bardin neste terceiro capítulo, foca-se na codificação da análise. Conforme a autora apresenta, a codificação é "uma transformação - efetuada segundo regras precisas - dos dados brutos do texto" (BARDIN, 1977, p. 103), neste caso os episódios analisados serão transformados em dados para que se apresente padrões. Dentro do que Bardin apresenta, a análise será focada nos acontecimentos dentro dos episódios de 10 minutos da série animada.

O acontecimento: no caso de relatos e de narrações, é possível que a unidade de registro pertinente, seja o acontecimento. Neste caso, o, ou os relatos (filmes, lendas, contos, relatos místicos, artigos da imprensa) serão recortados em unidades de ação. (BARDIN, 1977, p.106-107).

A principal regra da enumeração que será utilizada, conforme Bardin, será a frequência. A importância da escolha dos principais temas que serão posteriormente abordados, será devido a maior quantidade de vezes que o tema apareceu nos episódios das três temporadas. A escolha foi analisar os 78 episódios da animação e separá-los por, inicialmente, 8 temas que foram definidos na pré-análise com a leitura flutuante, sendo que um episódio poderia ter até 4 temas abordados (co-ocorrência). Esses temas eram: representação da cultura brasileira; referências a cultura pop; temáticas educativas; abordagem de questões de gênero; conscientização sobre o meio ambiente; contexto histórico brasileiro; o poder da mídia; e temáticas sociais diversas, como bullying, críticas sociais e etc. É importante ressaltar que alguns temas são predominantes como o tema central do episódio, enquanto outros dos temas selecionados aparecem em alguns momentos ou estão de forma indireta (como no cenário, ou como algo que é subentendido).

TABELA 01 – TEMAS EPISÓDIOS PRIMEIRA TEMPORADA

EPISÓDIO	NOME	TEMÁTICAS			
1	O Fenomenal Capacete Com Rodinhas	Educativo	Meio Ambiente	Mídia	Temáticas Sociais
2	Gangorras da Revolução	Educativo	Contexto Histórico	Mídia	Temáticas Sociais
3	Clube da Luta Livre	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Questões de Gênero	Mídia
4	Não Tenha Medo do Seu Medo	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	
5	Jornal do Quintal	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	Temáticas Sociais
6	O Mistério dos Bilhetinhos Ultra-Secretos	Cultura Pop	Educativo		
7	A Perigosa Lambada Brutal	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	Questões de Gênero
8	A História Sem Começo, Meio e Fim	Cultura Brasileira	Educativo		
9	Expressividade Máxima	Cultura Pop	Mídia		
10	O Ataque dos Piolhos Malditos	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	
11	Natureza Totalmente Selvagem	Educativo	Meio Ambiente	Mídia	Temáticas Sociais
12	Jornada Matinal Implacável	Cultura Brasileira	Cultura Pop		
13	A Aterrorizante Vida Adulta	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	
14	A Caneta de 250 Cores	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Meio Ambiente	Temáticas Sociais
15	Embarque Nessa Onda	Cultura Pop	Educativo	Mídia	Temáticas Sociais
16	Profissão Palhaço	Cultura Pop	Contexto Histórico	Temáticas Sociais	
17	Uma Odisseia no Espaço Recreativo	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	
18	Os Caçadores das Figurinha Perdida	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
19	Gincana Mortal	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
20	Ilha Doideira	Cultura Pop	Educativo	Meio Ambiente	Mídia
21	Os Incríveis Lateenagers	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	Temáticas Sociais
22	A Lenda da Mulher de Algodão	Cultura Brasileira	Cultura Pop		
23	Família à Deriva	Cultura Brasileira	Educativo	Meio Ambiente	Temáticas Sociais
24	O Pequeno Mestre do Gi Gitsu	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Questões de Gênero	Temáticas Sociais
25	Fúria e Poder Sobre Rodas	Cultura Pop	Educativo	Questões de Gênero	Temáticas Sociais
26	Meu Segundo Amor	Cultura Brasileira	Educativo		

FONTE: Elaborado pela autora (2019).

TABELA 02 – TEMAS EPISÓDIOS SEGUNDA TEMPORADA

EPISÓDIO	NOME	TEMÁTICAS			
1	Carlos Felino Conselheiro Amoroso	Cultura Brasileira	Cultura Pop		
2	Flufy, o Golfinho Assassino	Educativo	Meio Ambiente	Mídia	Temáticas Sociais
3	Shostners Shopping	Cultura Pop	Educativo	Mídia	Temáticas Sociais
4	Consequência ou Consequência	Cultura Brasileira	Cultura Pop		
5	Através do Guarda Roupas	Cultura Pop	Questões de Gênero		
6	Excursão Alucinante Sem Freio	Cultura Pop	Educativo	Mídia	
7	A Fantástica Fábrica de Refrigerantes	Educativo	Mídia	Temáticas Sociais	
8	Acampamento Brutal	Educativo	Meio Ambiente		
9	Então é Natal	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Temáticas Sociais	
10	A Vida Secreta dos Belezitos	Cultura Brasileira	Educativo		
11	MC Juju	Cultura Pop	Educativo	Mídia	
12	Embalos de Sábado a Tarde	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	
13	Sucesso Interplanetário	Cultura Pop	Mídia		
14	Maquininho, o Robô Amigo	Cultura Pop	Meio Ambiente	Mídia	Temáticas Sociais
15	Sedoso Cream Double Cream	Cultura Brasileira	Mídia		
16	Shostners Burguer	Cultura Pop	Educativo	Mídia	Temáticas Sociais
17	Irmão do Nico	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
18	Perdido no Cinema	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
19	Adelino Adventure Park	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
20	De Volta Para o Futuro do Passado	Cultura Pop			
21	Recreio Brutal	Cultura Pop	Questões de Gênero	Temáticas Sociais	
22	Inimigo Imaginário	Cultura Pop	Temáticas Sociais		
23	Em Busca de Liberdade	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	Temáticas Sociais
24	Elefante de Porcelana	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	
25	Dormindo Acordado Dormindo	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
26	Eject Especial	Cultura Pop	Questões de Gênero		

FONTE: Elaborado pela autora (2019).

TABELA 03 – TEMAS EPISÓDIOS TERCEIRA TEMPORADA

EPISÓDIO	NOME	TEMÁTICAS			
1	Jardim da Pesada	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	Temáticas Sociais
2	Irmãozinho do Jorel	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Temáticas Sociais	
3	Dono de Casa	Cultura Brasileira	Cultura Pop		
4	Ed Show	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	Mídia
5	A Pipa Ideal	Cultura Brasileira	Meio Ambiente		
6	O Mais Doidão da Escola	Cultura Brasileira	Educativo		
7	Vovó Me Leva Pra Aula	Cultura Brasileira	Cultura Pop		
8	Solução Eterno	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Temáticas Sociais	
9	Seja Brócolis!	Cultura Pop	Contexto Histórico	Mídia	Temáticas Sociais
10	Shostners Cable	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
11	Enquanto Isso no Japão	Cultura Pop	Educativo	Mídia	
12	Cine Horrível	Cultura Pop	Educativo	Mídia	Temáticas Sociais
13	Zazazilla	Cultura Pop	Educativo		
14	Jornal do Quintal Urgente	Cultura Pop	Meio Ambiente	Mídia	Temáticas Sociais
15	A Vida é Muito Curta para Gostar de Futebol	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	Questões de Gênero
16	Carnaval a Qualquer Momento	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	Temáticas Sociais
17	Steve Vs Sidney	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
18	Meu Amigo Vicente	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	
19	Revolução das Coisas	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Temáticas Sociais	
20	O Clã das Sandálias Voadoras	Cultura Pop	Meio Ambiente	Mídia	
21	A Última Videolocadora do Mundo	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Mídia	
22	O High Five Perdido	Cultura Brasileira	Cultura Pop		
23	Pombo Boy	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	Temáticas Sociais
24	Hashtag Art	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	Mídia
25	Curtição sem Limites	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Meio Ambiente	Mídia
26	Rock 'n' Sprok	Cultura Brasileira	Cultura Pop	Educativo	Mídia

FONTE: Elaborado pela autora (2019).

Após a análise dos dados, as categorias foram reduzidas para 4 principais temas: representação da cultura brasileira; temáticas educativas; o poder da mídia; e temáticas sociais. Cada um destes temas terá um episódio representante de sua categoria na análise. Apesar da categoria “referências a cultura pop” ter sido excluída da análise deve-se ressaltar a importância da mesma, pois foi o tema que foi predominante durante as três temporadas, aparecendo em 20 episódios da primeira, 21 na segunda e 24 na terceira. A exclusão foi devido a notar-se que a frequência dessa temática acabou tornando este tema algo padrão do desenho aparecendo como *easter egg*²⁰, ou no cenário, ou nas músicas e etc. Já os temas: abordagem de questões de gênero; conscientização sobre o meio ambiente; contexto histórico brasileiro não foram excluídos, mas devido a terem sido pouco abordados, entraram dentro da categoria “temáticas sociais”, o que acabou aumentando o número de aparições nos episódios, além de ser uma das 4 categorias que serão abordadas na análise no capítulo seguinte.

²⁰ Easter Egg: são segredos escondidos em alguns produtos culturais, como filmes ou séries, que não tem uma relevância propriamente dita na história, mas está ali para agradar os fãs.

5 AS TEMÁTICA E SUAS REPRESENTAÇÕES EM IRMÃO DO JOREL

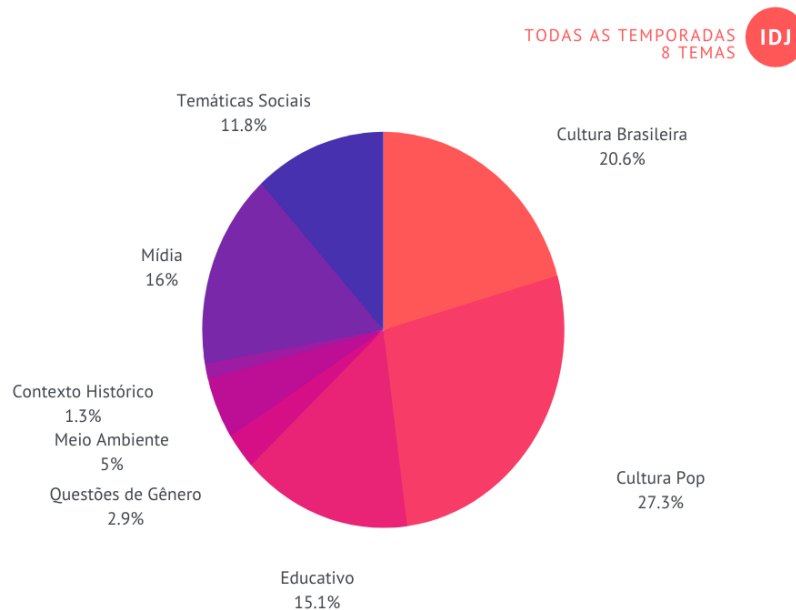
Irmão do Jorel possui três temporadas, cada uma com 26 episódios que tem em média 10 minutos de duração. A animação aborda temas variados durante os episódios e foram listadas as principais temáticas presentes na animação. Conforme as tabelas 01, 02 e 03 mostram, durante as três temporadas de Irmão do Jorel houve oito principais temáticas abordadas durante os episódios. Em todos os episódios era normal ter mais de um tema como podemos notar nas tabelas, mesmo que a temática não estivesse sendo tão abordada, ela estava presente no episódio em algum momento.

TABELA 04 – NÚMERO DE APARIÇÃO DAS TEMÁTICAS

TEMAS	1ª TEMPORADA	2ª TEMPORADA	3ª TEMPORADA	TOTAL
Cultura Brasileira	17	12	20	49
Cultura Pop	20	21	24	65
Educativo	15	10	11	36
Questões de Gênero	3	3	1	7
Meio Ambiente	5	3	4	12
Contexto Histórico	2	0	1	3
Mídia	11	14	13	38
Temáticas Sociais	11	9	9	28

FONTE: Elaborado pela autora (2019).

GRÁFICO 01 – TEMÁTICAS SOCIAIS EM PORCENTAGEM – 8 TEMAS



FONTE: Elaborado pela autora (2019).

Com os dados da tabela 04 e o gráfico 01, nota-se que a temática mais presente em quase todos os episódios foram as referências à cultura pop, aparecendo em 65 episódios (27,3%). Dentro desta temática é contado referências à filmes, bandas ou cantores, objetos utilizados, falas populares etc. Para exemplificar, no episódio 16 da primeira temporada, intitulado como “Profissão Palhaço”, com três minutos do episódio o personagem Irmão do Jorel é deixado na escola de palhaços por sua família e há uma referência visual e sonora ao filme e álbum “*The Wall*” (1982) da banda inglesa Pink Floyd.

FIGURA 16 – COMPARAÇÃO PINK FLOYD E IRMÃO DO JOREL



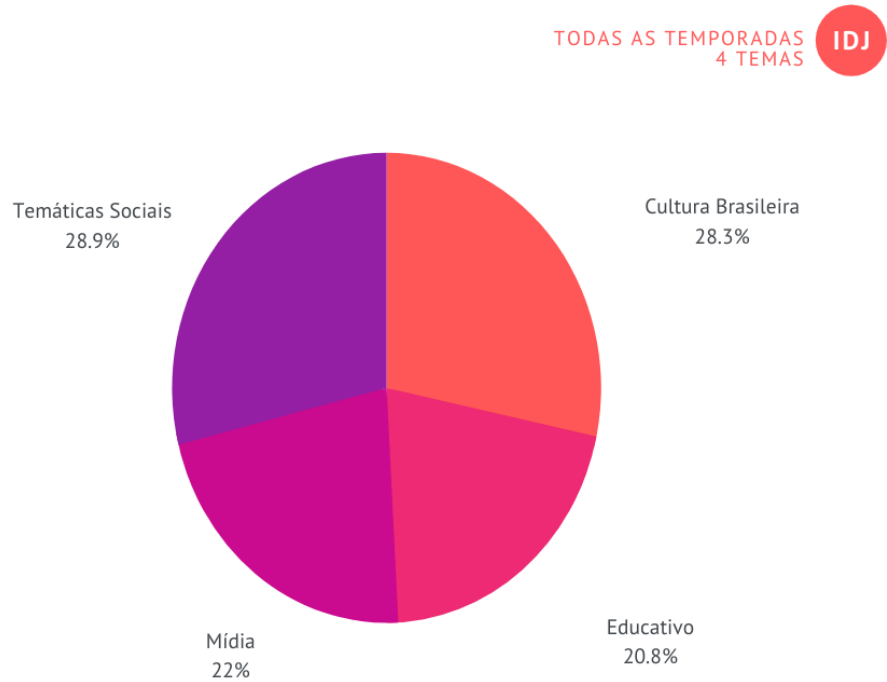
FONTE: Site Obvious e Printscreen do episódio “Profissão Palhaço” na Netflix (2015).

Como a presença dessas referências é muito significativa e está presente em quase todos os episódios, notou-se importante focar nas outras temáticas, já que essa acabou se tornando algo característico e próprio do desenho. As temáticas sociais, questões de gênero, preservação do meio ambiente e contexto histórico foram, como já apontado no capítulo anterior, unidas em uma temática só, já que a quantidade de episódios na qual aparecem é menor.

Para a escolha dos episódios e temáticas que seriam analisadas, os temas centrais foram reduzidos para 4. Como as temáticas que abordam questões de gênero (2,9%), preservação do meio ambiente (5%) e contextos histórico-culturais (1,3%) tiveram poucas aparições, mas ainda sim têm relevância, foram inclusas dentro das

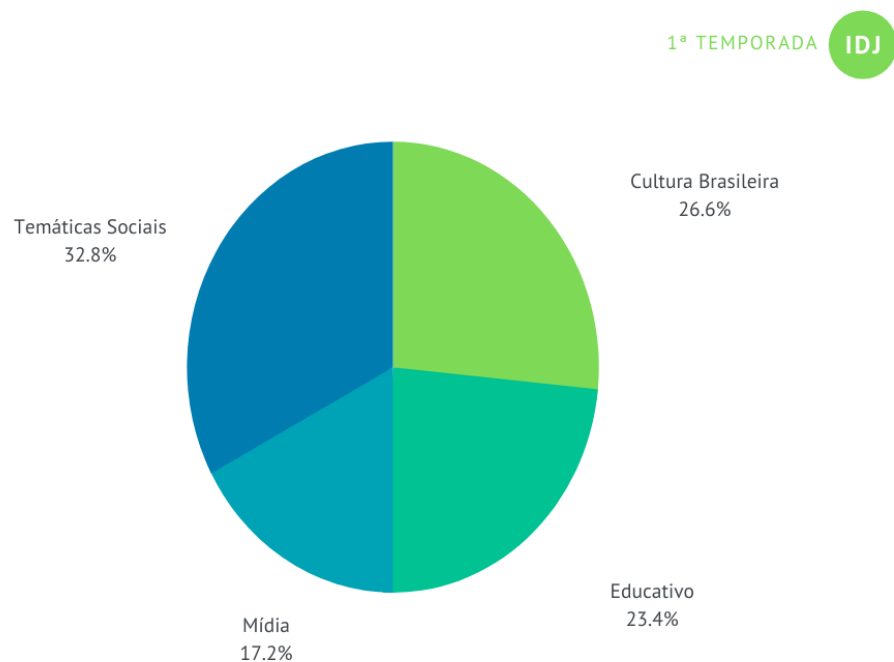
temáticas sociais (11,76%). Desta forma, há uma mudança nos dados, conforme mostram os gráficos a seguir.

GRÁFICO 02 – TEMÁTICAS SOCIAIS EM PORCENTAGEM – 4 TEMAS



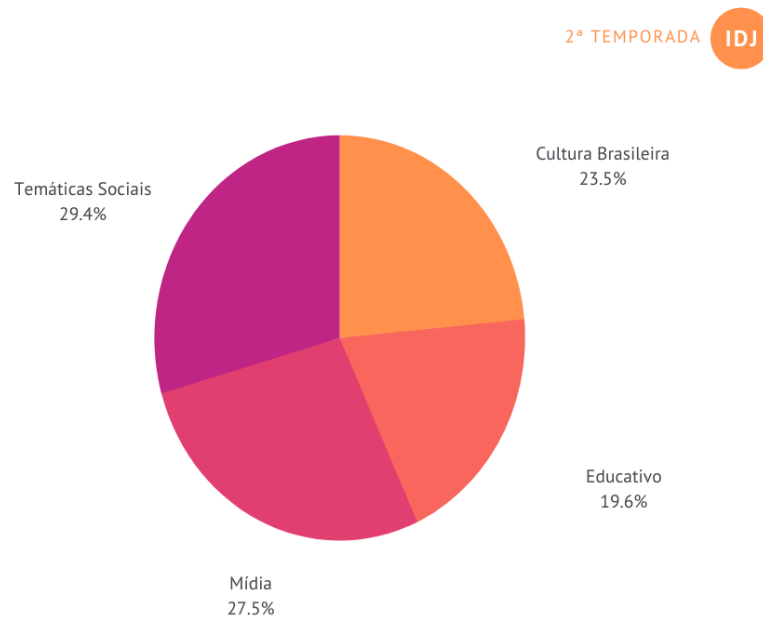
FONTE: Elaborado pela autora (2019).

GRÁFICO 03 – TEMÁTICAS NA 1ª TEMPORADA



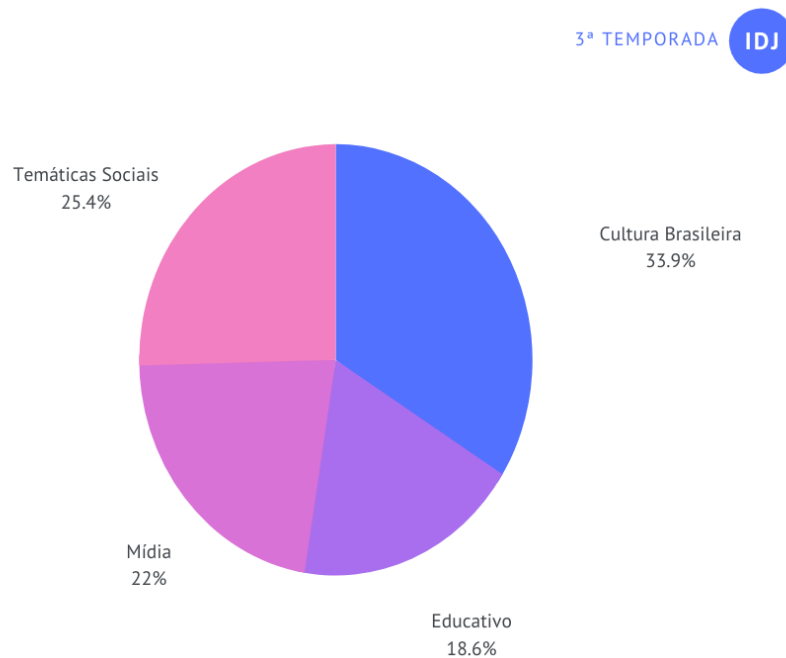
FONTE: Elaborado pela autora (2019).

GRÁFICO 04 – TEMÁTICAS NA 2ª TEMPORADA



FONTE: Elaborado pela autora (2019).

GRÁFICO 05 – TEMÁTICAS NA 3ª TEMPORADA



FONTE: Elaborado pela autora (2019).

Quatro episódios foram analisados, cada um com o tema central das temáticas apresentadas. Foram escolhidos dois episódios da primeira temporada, abordando os principais temas: as temáticas sociais, aparecendo em 32,8% dos episódios; e a

representação da cultura brasileira, que aparece 26,6% conforme o gráfico 03. O episódio escolhido da segunda temporada foca na temática do poder da mídia, que aparece em 27,5% dos episódios dessa mesma temporada, conforme o gráfico 04. Enquanto o episódio da terceira temporada vai retratar e focar no viés pedagógico que está presente em 18,6% desta última temporada, como é mostrado no gráfico 05.

5.1 TEMÁTICAS SOCIAIS

Durante Irmão do Jorel, várias pautas sociais são abordadas, principalmente de forma crítica. Durante as temporadas, as temáticas sociais apareceram no programa em 50 episódios (28,9% - gráfico 02). Alguns dos temas abordados são: questões de gênero, bullying, preservação ao meio ambiente, contexto histórico-cultural entre outros. Alguns exemplos de episódios que abordam esses assuntos são: o episódio 24 da primeira temporada, chamado “O Pequeno Mestre do Gi Gitsu”, onde Irmão do Jorel acaba se tornando vítima de bullying na escola, apanhando da valentona; o episódio 25 da terceira temporada, “Curtição Sem Limites” que faz uma crítica ao desmatamento de florestas e maus tratos a animais silvestres; e também o segundo episódio da primeira temporada, “Gangorras da Revolução”, onde há uma metáfora do período ditatorial brasileiro. Na primeira temporada da animação, essas temáticas estiveram presentes em 21 episódios (32,8% visto no gráfico 03), tanto como metáforas, como críticas e ironias.

FIGURA 17 – REFERÊNCIA AO PERÍODO DITATORIAL



FONTE: Printscreen do episódio “Gangorras da Revolução” na Netflix (2014).

O episódio escolhido para ser analisado que aborda esta temática é o episódio 25 da primeira temporada, chamado “Fúria e Poder Sobre Rodas”. O episódio possui cerca de 11 minutos e foi escrito por Juliano Enrico e Valentina Castelo Branco. O enredo do episódio mostra o personagem principal, Irmão do Jorel, e sua amiga Lara conhecendo um novo esporte chamado Roller Derby. Irmão do Jorel se anima para começar a praticá-lo, porém é excluído já que é um esporte praticado somente para meninas. Enquanto Lara e seu time feminino entram em uma competição, Irmão do Jorel recorre a sua família para consolá-lo.

FIGURA 18 – IMAGEM DO EPISÓDIO “FÚRIA E PODER SOBRE RODAS”



FONTE: Printscreen do episódio “Fúria e Poder Sobre Rodas” na Netflix (2015).

Logo no início do episódio há uma discussão do protagonista Irmão do Jorel com sua amiga Lara sobre “coisas de meninos” e “coisas de meninas”, mostrando o quanto se é acostumado a enxergar o que cada pessoa deve fazer e gostar conforme seu gênero. Lara logo discorda do protagonista o questionando, já que ela não gosta de brincar de pônei rosa (que seria coisa “de menina”), mas gosta de brincar de futebol (que é “de menino”). Irmão do Jorel quando questionado pela amiga, não sabe responder à pergunta de quem havia falado para ele essas definições de coisas de menino e coisas de menina, ficando confuso e pensativo.

Irmão do Jorel: É... e... eu... Você quer dizer que eu sou mulherzinha, por acaso?

Lara: Claro que não, Irmão do Jorel. Você chama alguém de mulherzinha quando a pessoa é incrível.
 Irmão do Jorel: Mulherzinha é quem faz coisa de menina, Lara.
 Lara: Ah, é? E o que seria uma “coisa de menina”?
 Irmão do Jorel: Ah, sei lá... É... Brincar com um pônei rosa miniatura, por exemplo?
 Lara: Argh! Eu sou mulherzinha e não brinco com pônei rosa miniatura nenhum! Eu prefiro jogar bola!
 Irmão do Jorel: Mas jogar bola é coisa de menino!
 Lara: Quem disse?
 Irmão do Jorel: É... ahn... não sei. Alguém falou. (Irmão do Jorel, 2015, Episódio 25 Temporada 1).

FIGURA 19 – IRMÃO DO JOREL E LARA NO FINAL DO EPISÓDIO



FONTE: Printscreen do episódio “Fúria e Poder Sobre Rodas” na Netflix (2015).

Durante o episódio, os dois amigos acabam descobrindo um novo esporte chamado Roller Derby, os dois ficam animados para entrar para o time das “Trituradoras de Sonhos Mortíferos”. Porém, logo descobrem que o time é apenas para garotas o que acaba deixando o protagonista de fora. Buscando consolo na sua família, Irmão do Jorel descobre que sua mãe costumava praticar o Roller Derby. Seu Edson sugere então para que Irmão do Jorel se vista de menina para poder jogar, e sua mãe e avós resolvem ensiná-lo a ser uma menina, fugindo dos estereótipos de fraca e delicada.

No final do episódio Irmão do Jorel vestido de menina se junta ao time das Trituradoras de Sonhos Mortíferos, quando Lara é expulsa por agredir uma das jogadoras do outro time. Eles acabam ganhando e durante a comemoração

descobrem que Irmão do Jorel é na verdade um menino, deixando todos chocados. No fim todos ficam tão felizes com a vitória que não ligam para Irmão do Jorel sendo um menino.

Quando Lara cita que gosta de jogar bola, ela está sendo autônoma na escolha do que gosta de fazer, mesmo que futebol seja considerado algo “de menino” e que ela sofra com comentários machistas como o de seu melhor amigo. Ela não está performando a sua feminilidade como a sociedade espera que ela faça. Em o “O Segundo Sexo” livro publicado em 1949 por Simone de Beauvoir, a escritora e filósofa aborda muitos termos importantes e entre eles a questão a feminilidade que está bastante presente neste episódio, “as mulheres de hoje estão destronando o mito da feminilidade; começam a afirmar sua independência; mas não é sem dificuldade que conseguem viver integralmente sua condição de ser humano” (BEAUVOIR apud ALMEIDA, 2015, p.147).

Conforme Beauvoir (1949), as mulheres têm suas vidas traçadas desde o momento em que nascem e são identificadas como mulheres, tendo toda a sua existência pré-definida com o que deve ser feito (aos olhos da sociedade). Se espera que a mulher tenha comportamentos que são socialmente aceitos e que as façam “femininas”, como gostar de cozinhar, de limpar a casa e ser mãe. Porém, conforme Beauvoir (1949) menciona, essa feminilidade é uma construção social que foi sendo reforçada com o tempo. Nesta mesma perspectiva, relativo à importância que gênero tem para o estabelecimento das relações sociais, Grossi (1998, p. 5) aponta que:

Gênero serve, portanto, para determinar tudo que é social, cultural e historicamente determinado. No entanto, como veremos, nenhum indivíduo existe sem relações sociais, isto desde que se nasce. Portanto, sempre que estamos referindo-nos ao sexo, já estamos agindo de acordo com o gênero associado ao sexo daquele indivíduo com o qual estamos interagindo. (GROSSI, 1998, p.5)

Durante o episódio, Irmão do Jorel acaba sofrendo se sentindo excluído, por algo que ele estava reproduzindo, já que sua amiga Lara se junta ao time feminino das Trituradoras de Sonhos Mortíferos e ele não. Deve-se ressaltar que houve uma inversão de papéis do que é considerado normal nesses casos de exclusão por questões relacionadas ao gênero, já que normalmente as meninas acabam sendo excluídas de coisas que são consideradas “para meninos”. Esse desenvolvimento pode ter sido para colocar os meninos que assistem ao desenho na “pele” das

meninas que são as excluídas e/ou julgadas por participarem de uma atividade que “não é pra elas”.

É necessária uma desconstrução do que é ser mulher e entender que características, cores e comportamentos que normalmente são relacionadas ao sexo feminino são imposições sociais que condenam quem não agir da forma estabelecida.

Quando o que é feminino é definido, conseqüentemente tudo aquilo que não se encaixa acaba se tornando o oposto. Porém não se pode encaixar e fazer essas separações, ainda mais quando a sociedade acaba reforçando estereótipos que acabam sendo prejudiciais e discriminantes para as mulheres que não se encaixam nos padrões impostos.

Dona Danuza: Filho. Esquece tudo isso. Meninas são tão fortes quanto os meninos!
Vovó Gigi: Mulheres são implacáveis. Você precisa de fúria e poder. (Irmão do Jorel, 2015, Episódio 25 Temporada 1).

Como é mostrado no fim do episódio, as matriarcas da família de Irmão do Jorel quebram os estereótipos falando que as mulheres são fortes e implacáveis, algo que pode-se relacionar a um trecho da citação de Beauvoir que Marlise Míriam de Matos Almeida utiliza: “Quando emprego a palavra ‘mulher’ ou ‘feminino’ não me refiro evidentemente a nenhum arquétipo, a nenhuma essência imutável” (BEAUVOIR apud ALMEIDA, 2015, p.147). Irmão do Jorel é convencido e tem uma nova visão do que é ser mulher, mostrando uma desconstrução do personagem a ponto dele se vestir de menina para poder brincar já que para ele não fazia mais sentido ele não poder brincar com a sua amiga só por ele ser um menino.

FIGURA 20 – DONA DANUZA EXPLICANDO SOBRE SER MULHER



FONTE: Printscreen do episódio “Fúria e Poder Sobre Rodas” na Netflix (2015).

Essas pauta sobre gênero é muito importante para abordar assuntos e temáticas sociais de uma forma sutil que permita ao público mais velho refletir sobre, enquanto as crianças veem, e podem aprender a normalizar esse comportamento de questionar essas separações feitas por gênero, se questionando “porque eu não posso brincar de boneca?” ou “porque não posso gostar de futebol?”.

5.2 REPRESENTAÇÃO DA CULTURA BRASILEIRA

Sendo um desenho brasileiro, há algumas particularidades colocadas que serão apenas entendidas para os telespectadores do país, e Irmão do Jorel faz questão de sempre levar a cultura brasileira para a série. A representação da cultura brasileira está presente em 49 episódios (28,3% conforme o gráfico 02) da animação, sempre apresentando costumes, objetos e falar populares típicas do Brasil.

Alguns exemplos de episódio que apresentam essas particularidades são: o episódio nove da segunda temporada, “Então é Natal”, que logo no início do episódio enquanto todos os familiares estão à mesa jantando é possível notar o padrão de ter passas em todos os alimentos da mesa, algo típico do Brasil, que é reclamar das passas nas ceias natalinas. Outro exemplo está presente no episódio 4 da segunda temporada, “Consequência ou Consequência” onde há uma festa de aniversário infantil da Ana Catarina e a mesma diz “meninas levam salgadinhos ou docinhos e os meninos levam refrigerante”, frase comumente usada na organização de festas infantis no Brasil.

FIGURA 21 – IRMÃO DO JOREL SEPARANDO UVA-PASSA DO ARROZ



FONTE: Printscreen do episódio “Então é Natal” na Netflix (2016).

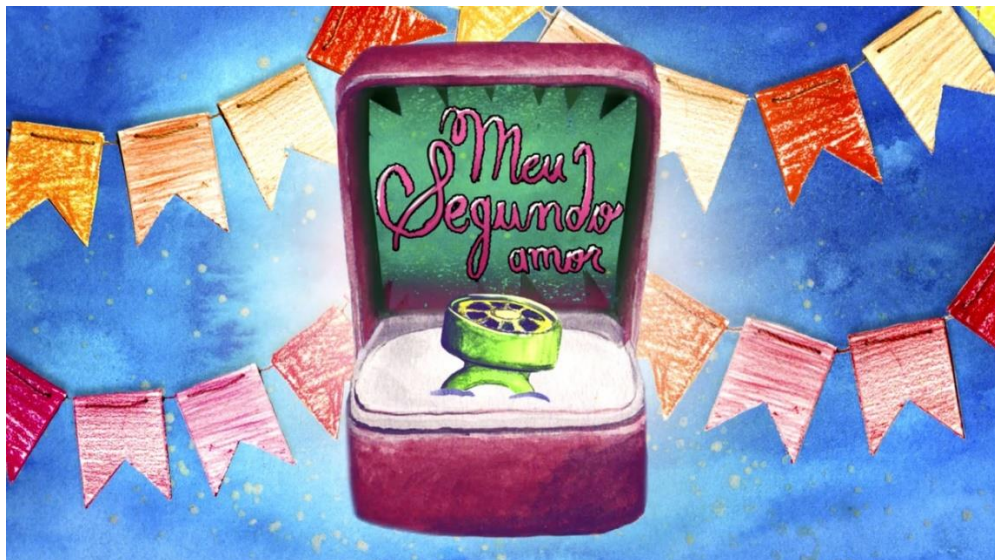
Para desenvolvimento desta temática, o episódio escolhido representa uma típica festa brasileira, muito popular e que acontece anualmente, a festa junina. “Meu Segundo Amor”, episódio 26 da primeira temporada aborda a festa Junina da escola do Irmão do Jorel. O episódio foi escrito por Daniel Furlan, Juliano Enrico e Zé Brandão e tem a duração de 11 minutos.

Com Irmão do Jorel passando no Cartoon Network de outros países da América Latina, logo no início do episódio há uma explicação do que é a festa para quem não a conhece. Essa explicação é feita pelo Coco Mágico, personagem conhecido por fazer explicações didáticas durante alguns momentos da série.

Coco mágico: Oi! Sou eu. O Coco Mágico! O amiguinho do saber! Na festa junina, crianças e adultos vestidos com lindas fantasias de caipira, se juntam para... hum... saborear deliciosos quitutes, participar de brincadeiras típicas, e outras divertidas atividades em grupo. Como a: quadrilha! (Irmão do Jorel, 2014, Episódio 26 Temporada 1).

O enredo do episódio foca no Irmão do Jorel, junto com Lara, tentando encontrar o anel verde-abacate do destino para poder se casar com Ana Catarina no final da quadrilha. O episódio inteiro é com referências às festas juninas, com as roupas típicas, brincadeiras, barracas, alimentos, danças e comportamentos.

FIGURA 22 – IMAGEM DO EPISÓDIO “MEU SEGUNDO AMOR”



FONTE: Printscreen do episódio “Meu Segundo Amor” na Netflix (2015).

Conforme Janio Roque Barros de Castro (2012), a origem das festas juninas vem de comemorações feitas pelas igrejas portuguesas feitas para São João. Com a

chegada dos portugueses no Brasil, alguns costumes e culturas vieram juntos, incluindo as festas para São João. Porém, as festas deixaram de ser algo apenas religioso e mítico e começaram a adquirir muitas características tipicamente brasileiras, transformando a festa em algo diferente do que era inicialmente.

Segundo o pesquisador Luís da Câmara Cascudo (1969), as festas juninas brasileiras foram recriações de outras festividades europeias, mais especificamente portuguesas, tinham um caráter familiar e/ou eventualmente comunitário e eram envoltas de uma atmosfera ritualística permeada por aspectos religiosos e míticos. (CASTRO, 2012, p.117).

No Brasil, as festas além de serem feitas para São João, eram também comemorações da colheita de meio de ano, onde os principais produtos colhidos eram o milho e o amendoim, que são a base de quase toda receita junina. Então no Brasil, o início das festas juninas se deu nessa reunião de amigos após as colheitas para comemorar, e no fim todos acabavam em volta de uma fogueira cantando músicas folclóricas.

Dentre as várias manifestações festivas do calendário cultural brasileiro destacam-se as festas juninas, por sua importância como prática cultural arraigada no imaginário coletivo, notadamente na Região Nordeste do Brasil. Essa prática festiva, antes relacionada à dimensão comunitária e às festas na casa de familiares e amigos, ampliou-se e se tornou mais complexa, envolvendo diversos agentes e espaços. Comemora-se o ciclo junino na casa, na rua, com a família, com amigos, em grupos, em praças públicas ou em espaços festivos privados. (CASTRO, 2012, p.113).

Atualmente, as festas juninas são muito populares por todo o Brasil e costumam acontecer durante o mês de junho. Claro que há particularidades conforme as regiões, já que o Brasil é um país grande, mas toda festa junina é conhecida por algumas características comumente presentes em todo o Brasil e que é mostrado no episódio do Irmão do Jorel.

A primeira particularidade da festa que aparece no episódio, são as roupas típicas. As pessoas que vão à festa normalmente se caracterizam com o estereótipo de “caipiras”. As mulheres com cabelos presos em tranças estilo “maria chiquinha”, utilizam forte *blush* rosa e fazem algumas pintinhas no rosto e vestem vestidos xadrez e calçam botas. Já os homens normalmente utilizam camisetas xadrez, calças jeans, botinas, além de pintarem o rosto fazendo bigodes e monocelhas e utilizarem um chapéu de palha.

FIGURA 23 – IRMÃO DO JOREL E LARA NA FESTA JUNINA



FONTE: Printscreen do episódio “Meu Segundo Amor” na Netflix (2015).

É comum nas festas juninas possuírem barracas, tanto de alimentos típicos da festa, quanto de brincadeiras. Alguns alimentos que são populares em festas juninas são: pastéis, milhos cozidos, bolos de aipim/milho, paçocas, pé-de-moleque, maçã do amor, cocada, quentão e entre outros alimentos. As barraquinhas de brincadeiras típicas, são variados jogos de sorte, onde crianças e adultos brincam em troca de fichas que possam posteriormente ser trocadas por prêmios (que podem ser algum alimento ou prendas. Algumas barracas comuns são os jogos de argolas, boca do palhaço, pescaria e barraca do beijo.

FIGURA 24 – IRMÃO DO JOREL E LARA NA BARRACA DE PESCARIA



FONTE: Printscreen do episódio “Meu Segundo Amor” na Netflix (2015).

Alguns símbolos importantes e que não podem faltar em uma festa junina, são as bandeirinhas penduradas por todo o local. Como em junho se inicia o inverno, é normal estar com o clima um pouco mais frio, por isso a fogueira continua na cultura junina, já que as pessoas se reúnem em torno da mesma para conversar, e fazer brincadeiras como a famosa “pular a fogueira” que acreditava-se trazer boa sorte.

A quadrilha é uma dança típica de festas juninas onde, em par, os convidados irão dançar conforme o narrador pede. A historinha da quadrilha normalmente se finaliza com o casamento que é uma teatralidade presente em quase toda festa junina, quando um dos casais se veste de noivo e noiva e fingem um matrimônio. Este aspecto é justamente o principal elemento do enredo do episódio, Irmão do Jorel querendo se casar na festa junina com Ana Catarina.

FIGURA 25 – CASAMENTO FESTA JUNINA



FONTE: Printscreen do episódio “Meu Segundo Amor” na Netflix (2015).

Professora Adelaide: Então, estamos aqui reunidos para celebrar mais uma união de dois jovens inconsequentes agindo por impulso.

[...]

Professora Adelaide: Vocês sabem por que estão aqui?

Irmão do Jorel: Estou aqui pelo destino!

Professora Adelaide: Resposta errada. Você está aqui por acaso. E você, Ana Catarina?

Ana Catarina: Estou aqui por... é... obrigação?

Professora Adelaide: Exatamente. Conforme as regras do manual de festas juninas, o casamento é de mentirinha, mas tem obrigações, regras e responsabilidades de verdadinha. (Irmão do Jorel, 2014, Episódio 26 Temporada 1).

A utilização de uma festa típica brasileira para o desenvolvimento de um episódio de Irmão do Jorel é importante para apreciação da cultura brasileira. A representação dos costumes que envolvem a festa, é retratada de forma semelhante à realidade e que fomenta a discussão sobre a importância de nos apresentarmos (apresentar nossa cultura) nas produções audiovisuais animadas.

5.3 O PODER DA MÍDIA

Em Irmão do Jorel, há um núcleo que aparece constantemente nos episódios representando a mídia. Podemos separar esse grupo em duas vertentes que são abordados: a primeira vertente é uma versão crítica e negativa da mídia, mostrando uma publicidade tóxica (Shostners Shostners) e um jornalismo sensacionalista (Perdigoto). Há vários episódios que abordam esse viés, um exemplo é o episódio 18 da primeira temporada, “Os Caçadores da Figurinha Perdida” onde a empresa acaba criando um álbum de figurinhas que se populariza, porém eles deixam uma das figurinhas faltando para que continuem comprando em busca de finalizar o álbum. É normal durante os episódios as mesas com executivos aparecerem e discutindo ideias mirabolantes para vender mais, sendo uma clara sátira à publicidade. E também no episódio 11, “Enquanto Isso no Japão”, da terceira temporada mostra um pouco sobre o abuso que empresas promovem a partir de personagens influentes da sociedade. Já o episódio “Ed Show”, quarto episódio da terceira temporada, aborda o sensacionalismo que ganha muito mais atenção do que programas educativos que buscam ensinar algo. A concorrência dentro da mídia é muito grande, tanto que quando Seu Edson entra na disputa, acaba se perdendo de suas convicções.

A outra vertente acaba mostrando o lado “positivo” da mídia, o consumo de filmes do ator Steve Magal que é o ídolo de todas as crianças, incluindo Irmão do Jorel. Há também os heróis Microwave-Warriors que aparecem em vários episódios, sendo uma referência ao anime “Os Cavaleiros do Zodíaco” que é do final da década de 1980. Mostra-se também o lado educativo que é o personagem Shakespearito, um fantoche de um programa que Seu Edson adora. Esses ídolos aparecem em vários episódios, tanto nas televisões quanto interagindo com os personagens, sempre sendo de alguma forma idolatrados.

Durante as três temporadas foram mapeados 38 episódios (22% conforme o gráfico 02) que focaram na mídia de alguma forma, e durante a segunda temporada

foi um tópico muito abordado. Tendo em vista isso, o episódio escolhido para a análise deste tema foi “Shostners Burguer”, episódio 16 da segunda temporada, que tem 11 minutos e 18 segundos. Nesse episódio os personagens relacionados à mídia não aparecem de forma direta. O foco será mais no “poder” que as empresas Shostner Shostners acabam tendo e influenciando na hora das compras.

FIGURA 26 – IMAGEM DO EPISÓDIO “SHOSTNERS BURGUER”

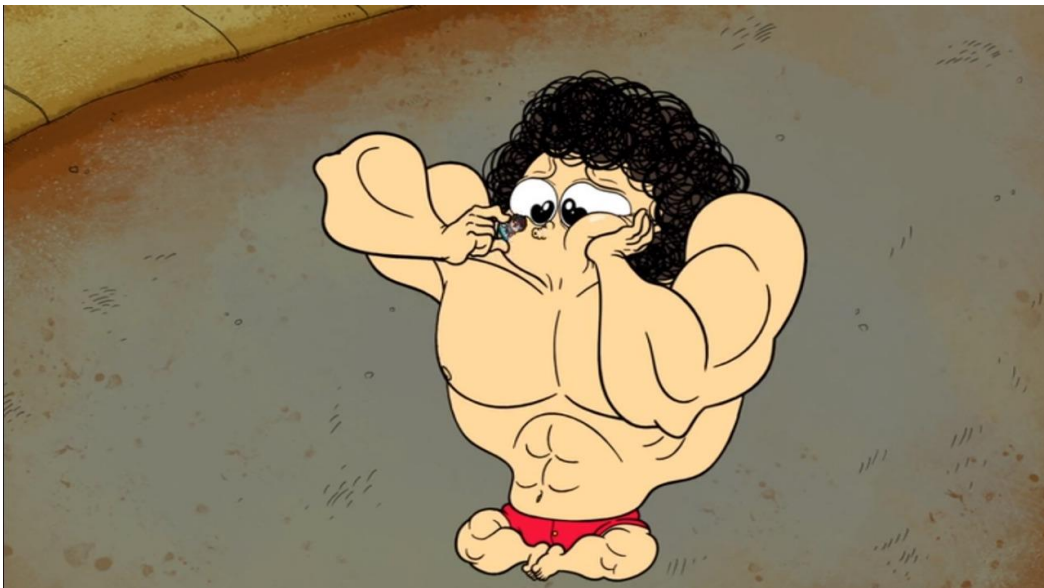


FONTE: Printscreen do episódio “Shostners Burguer” na Netflix (2017).

Resumidamente, no episódio, após Danuza queimar o almoço, Edson resolve ir escondido a um *fast-food*, porém ele não percebe que Irmão do Jorel também estava no carro procurando seu boneco perdido. Ao chegar no restaurante e notando que Irmão do Jorel estava junto, Edson resolve também levar o garoto para almoçar na lanchonete. Quando os dois entram nota-se a animação de Irmão do Jorel com o restaurante e com o brinquedo que vem com a comida. Após fazer algumas piadas e brincadeiras no caixa, Irmão do Jorel acaba ganhando uma promoção onde o prêmio é um lanche super gorduroso, que assim que Irmão do Jorel come ele engorda. Quando Irmão do Jorel volta para a mesa, seu Edson nota que o filho engordou por conta do lanche e após receber um pequeno desconto na academia da mesma rede que a da lanchonete, Seu Edson leva Irmão do Jorel para fazer exercícios e voltar ao normal. Porém na academia Irmão do Jorel acaba ficando muito mais forte, deixando Seu Edson nervoso pois Danuza iria notar. Então Edson fantasia Irmão do Jorel com

barba falsa e roupas largas, para que Danuza não note, porém não obtém sucesso pois Irmão do Jorel acaba se revelando para a família, causando uma briga entre seus pais. Durante a briga, Irmão do Jorel acaba fugindo triste por ver seus pais brigando e por estar mais forte que o normal, acaba saindo destruindo a cidade. No fim do episódio seus pais o encontram e conversam com ele, e seu Edson dá para ele o brinquedinho que acompanha o lanche do Shostners Burguer, deixando Irmão do Jorel mais calmo.

FIGURA 27 – IRMÃO DO JOREL CONSEGUINDO O BRINQUEDINHO NO EPISÓDIO



FONTE: Printscreen do episódio “Shostners Burguer” na Netflix (2017).

A crítica apresentada no episódio se refere às grandes empresas de fast food, como a mais popular entre as crianças, o McDonald’s. Conforme de Daniel Galindo e Pablo José Assolini (2008), as pessoas desde crianças são propensas a consumir, mesmo que não sejam elas que comprem. Um exemplo dado pelos autores é das compras feitas para as crianças antes mesmo delas nascerem, o que é comprado para elas já influencia no que elas comprarão pelo resto da vida. É uma estratégia das empresas, para manter e fidelizar os consumidores pelo resto da vida, já que elas se “apaixonam” pela marca.

Ela mesma ainda não sabe disso, mas os futuros pais já estão consumindo desde o primeiro dia em que tomaram ciência da gestação que, aliás, costuma ser uma grande festa do consumo: berço, guarda-roupa, pintura do quarto, papel de parede, banheira, carrinho de bebê, roupas, sapatos, mamadeiras, chupetas, chocalhos, brinquedos e fraldas. Cada um desses

itens tem sua utilidade para suprir as necessidades do bebê. Porém, mais do que isso, eles suprem certas necessidades dos pais, que são mais complexas, pois possuem um caráter de representação simbólica. Para os pais, esses objetos têm muitas significações. (GALINDO e ASSOLINI, 2008, p.6).

No episódio, o Irmão do Jorel quer um bonequinho de um desenho que ele assiste: o Microwave Warriors. Ao pedir para o pai, o mesmo questiona, pois, ele já possui esse boneco, Irmão do Jorel rebate o pai falando que esse é um boneco menor, sendo claramente uma sátira ao produto. Normalmente os brinquedos são bem simples, e rapidamente esquecidos pelas crianças após serem obtidos, pois elas desejam o próximo brinquedo, não é um brinquedo que possui grande durabilidade. Irmão do Jorel queria o combo por conta dos brinquedos que acompanhavam ele, mesmo já tendo esses brinquedos. Seu Edson o repreende, mas no momento em que lhe mostram que também há brindes de um personagem que ele gosta, o mesmo já muda de ideia e compra o combo, mostrando que atualmente os *fast foods* conseguem atrair até mesmo adultos com seus brindes.

A ideia de proporcionar entretenimento no ato de consumir um produto alimentício torna-se ainda mais atraente quando envolve um personagem que faz parte do cotidiano das crianças e que é admirado por elas, um herói da televisão, por exemplo. Isso porque a criança, em nossa sociedade, tem a TV como uma mídia familiar. A pequena reprodução do herói no brinde permite que a criança reveja seus personagens favoritos. (GALINDO e ASSOLINI, 2008, p.10).

Desde que o texto de Galindo e Assolini (2008) foi publicado, o combo McLanche Feliz (destinado a crianças), foi alterado visando uma alimentação mais saudável para as crianças. Porém, apesar de trocarem refrigerante por suco, e incluírem um purê de maçã como sobremesa, ainda é tudo industrializado e o principal continua sendo um lanche e as batatas, ambos gordurosos. O fast food foca muito no público infantil preparando todo o espaço justamente para eles, com brincadeiras nas bandejas, playgrounds e imagens para colorir e etc.

O McDonald's tem um produto desenvolvido exclusivamente para atender às necessidades e desejos do público infantil, o McLanche Feliz. Nesse caso, a venda de um determinado produto alimentício está atrelada a uma promoção que dá direito a levar para casa também um brinquedo. O brinde, por sua vez, explora personagens de filmes e desenhos de grande sucesso no momento. A coleção muda rapidamente, o que torna difícil para a criança adquirir todos os brinquedos que fazem parte da mesma coleção. (GALINDO e ASSOLINI, 2008, p.10).

Porém, a empresa decide que suas campanhas serão voltadas para conscientizar o público a fazer exercícios físicos, e não para melhorar de fato a comida que é servida no restaurante. Durante o episódio também mostra de uma forma exagerada o fato de os lanches vendidos não serem saudáveis e industrializados, isso é mostrado quando eles descrevem o que está incluso no lanche.

Shakespearito: Parabéns! Você foi o cliente de número um milhão a fazer essa brincadeira e acaba de ganhar nosso sanduíche especial X-Shostners Shakespearito Revolution Combo! Eh!

Irmão do Jorel: Mas eu queria o sanduíche dos...

Shakespearito: 8 hambúrgueres da mais suculenta e macia carne exclusivamente modificada em nossos laboratórios, recheada com um delicioso tablete de manteiga, 12 fatias de queijo sintético, escama de peixe frito, raspinhas de alface em pó e maionese mega light num pão escuro de torresmo, torrado.

Irmão do Jorel: Mas eu não queria esse sanduíche.

Shakespearito: Aê! Acompanhado de batatas fritas sabor natural de tutti-fruti e refrigerante de cheddar! (IRMÃO DO JOREL, 2017, Episódio 16 Temporada 2).

FIGURA 28 – HAMBURGUER QUE IRMÃO DO JOREL COME



FONTE: Printscreen do episódio “Shostners Burguer” na Netflix (2017).

Apesar de ser muito importante falar sobre fazer exercícios físicos, também há uma necessidade de que a alimentação seja saudável e que fast foods dificilmente conseguem atender a este requisito. A animação consegue fazer uma crítica a isto com uma fala de quando Irmão do Jorel volta pra mesa gordo, após comer um lanche muito gorduroso.

Wonderley: Com licença, senhor. Não se esqueça do cupom com o desconto da academia. Basta apresentar na Shostners Fitness para ter 5% de desconto inteiramente grátis.

Irmão do Jorel: Cof.

Seu Edson: Hum. Desconto pra malhar na Shostners Fitness, pra depois ficar com fome de novo e comer na Shostners Burguer e depois precisar emagrecer e ir pra Shostners Fitness. Engenhoso. (IRMÃO DO JOREL, 2017, Episódio 16 Temporada 2).

FIGURA 29 – IRMÃO DO JOREL APÓS COMER O SHOSTNERS BURGUER



FONTE: Printscreen do episódio “Shostners Burguer” na Netflix (2017).

O Irmão do Jorel ficando gordo após comer o lanche é um recurso narrativo para mostrar (de uma forma exagerada) a situação de várias crianças pelo mundo, que sofrem com obesidade infantil, devido à alimentação insalubre. Conforme estudo feito pelo Imperial College London e a Organização Mundial da Saúde (OMS) o número de crianças e adolescentes obesos aumentou muito nos últimos anos, e continuará aumentando se nada for feito, além de ressaltar a parcela de culpa da publicidade infantil relacionada à alimentação.

O número de crianças e adolescentes (de cinco a 19 anos) obesos em todo o mundo aumentou dez vezes nas últimas quatro décadas. Se as tendências atuais continuarem, haverá mais crianças e adolescentes com obesidade do que com desnutrição moderada e grave até 2022, de acordo com um novo estudo liderado pelo Imperial College London e pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

[...] "Essas tendências preocupantes refletem o impacto do marketing e das políticas de alimentos em todo o mundo, com alimentos nutritivos e saudáveis caros demais para famílias e comunidades pobres. A tendência prevê uma geração de crianças e adolescentes que crescem obesos e com maior risco

de doenças como o diabetes. Precisamos de maneiras para tornar o alimento saudável e nutritivo mais disponível em casa e na escola, especialmente entre famílias e comunidades pobres, além de regulamentos e impostos para proteger as crianças de alimentos pouco saudáveis”, acrescentou Ezzati. (OPAS/OMS BRASIL, 2017).

Apesar da publicidade ter uma parcela grande de culpa, ela não é a única a ser responsabilizada. Conforme os autores os pais também são responsáveis, pois não estão tão atentos aos seus filhos. Com a sociedade evoluindo, os pais preferem utilizar uma nova babá que são algumas mídias, como a internet, onde não há um filtro do que será consumido. Até mesmo na televisão as crianças são bombardeadas com informações e produtos, e isso pode influenciar as crianças. Esse aspecto é enfatizado no episódio, quando apesar de sua mãe conversar com ele, Irmão do Jorel só se acalma após receber o brinquedo que ele queria desde o início, ou seja, uma crítica mostrando que atualmente é muito mais fácil para os pais, darem logo o que os filhos querem, do que conversar sobre.

Seu Edson: Aqui filhão!

Vovó Gigi: Aí. Tá estragando o garoto, fazendo tudo que ele quer.

Seu Edson: Aqui! Seu Mini-Microwave Warrior! Meu filho!

Dona Danuza: Filho.

Irmão do Jorel: Pequeninho. Ui, ui, ui. (IRMÃO DO JOREL, 2017, Episódio 16 Temporada 2).

Uma outra análise que pode ser feita do episódio, é sobre o breve momento de Irmão do Jorel na academia, onde há uma sátira a novas “fórmulas rápidas” que as academias vendem para atrair o público que busca ficar em boa forma rapidamente. Tanto que Irmão do Jorel fica alguns segundos na piscina, mas já sai de lá sarado como se tivesse treinado por muito tempo.

Rambozo: Vamo começar a aula! Ai, se o corpo não tiver doendo, é porque não tá fazendo direito! Isso! Menos que o máximo não serve pra mim! Eu quero que vocês descansem tendo pesadelos com essa aula. Fim do Treino, é isso aí, galera. Obrigado, gente, até amanhã. Foi ótimo. Uhu!

Seu Edson: Já acabou?

Rambozo: Um novo conceito de treinamento relâmpago de oito segundos. (IRMÃO DO JOREL, 2017, Episódio 16 Temporada 2).

Conforme o Sandra Ferreira dos Santos e Adilson Dias Salles (2009) essa busca por um corpo musculoso, é devida a predominância da mídia no nosso dia a dia que acaba normalizando que ser saudável é ser uma pessoa “forte”, o que não é uma realidade.

CARVALHO (2001) assinala que, sob o discurso da neutralidade da ordem biológica, a propaganda dirigida às grandes massas cria um senso comum de que a atividade física é promotora de saúde. Esse discurso, na verdade, mantém ocultos os interesses da indústria cultural, da moda e do mercado que conduzem os parâmetros de saúde pelo viés da beleza corporal. (SANTOS e SALLES, 2009, p. 88).

Tendo em vista essas informações constata-se que a publicidade, as empresas e os pais são responsáveis e importantes para o desenvolvimento das crianças atualmente. As empresas e a publicidade precisam ter muito mais cuidado com os materiais produzidos para veiculação, ainda mais quando se é um produto voltado para crianças. Os pais precisam ser mais firmes e mais presentes no dia a dia do filho, conseguindo colocar filtros no que o filho consome na televisão e na internet.

5.4 UM VIÉS PEDAGÓGICO

Sendo uma das 5 animações mais assistidas, entre crianças de 4 a 11 anos, no Cartoon Network em 2019 (OTEMPO, 2019), Irmão do Jorel aproveita a visibilidade para abordar temáticas educativas. Um exemplo significativo é o episódio 18 da terceira temporada, chamado “Meu Amigo Vicente”, onde Irmão do Jorel acaba entrando em uma aventura com o pintor Vicent Van Gogh. Durante o episódio há várias referências educativas a arte além de abordar também literatura (Romeu e Julieta) e música (Beethoven). O interessante do episódio é que a produção utilizou as mesmas técnicas artísticas de Van Gogh na versão do personagem criado e no cenário.

FIGURA 30 – “VICENTE” VAN GOGH



FONTE: Printscreen do episódio “Meu Amigo Vicente” no Youtube (2019).

Essa abordagem educativa é comum na animação estando presente em 36 episódios (20,8% conforme o gráfico 02). Durante a terceira temporada, foram identificados 11 episódios (18,6% como é visto no gráfico 05) que tiveram essa temática de forma principal, e a análise será realizada com o primeiro episódio dessa temporada: “Jardim da Pesada”, que contém 11 minutos e 11 segundos de duração. Esse episódio teve a participação especial do rapper brasileiro Criolo, que fez as vozes do Tomate e do Abacaxi.

FIGURA 31 – CRIOLO FAZENDO A VOZ DO TOMATE



FONTE: Printscreen do vídeo “Making Of: Criolo em Irmão do Jorel” no Youtube (2018).

O episódio de inicia com Irmão do Jorel se recusando a comer verduras e legumes, ele prova um pedaço e não gosta. Seus pais, para ensinar a importância da alimentação saudável, o mandam ir para o jardim de sua avó (Juju) para ajudá-la a regar a horta. Ao chegar lá Irmão do Jorel acaba entrando no meio de uma batalha de rap entre os legumes e frutas. É apresentada a história do Tomate que está tentando se encaixar em um desses grupos já os legumes não o consideram um legume, e as frutas não o consideram uma fruta. Com essa guerra entre legumes e frutas, os legumes decidem criar um muro para separá-los, porém o Tomate tem parente dos dois lados e pede ajuda de Irmão do Jorel para evitar que muro seja construído.

FIGURA 32 – IMAGEM OFICIAL EPISÓDIO “JARDIM DA PESADA



FONTE: Printscreen do episódio “Jardim da Pesada” no Youtube (2018).

Eles resolvem ir conversar com as frutas para evitar que isso aconteça, porém não há sucesso e as frutas decidem construir o muro também, mas pedem ajuda para o Tomate. Irmão do Jorel e Tomate acabam brigando, quando o protagonista o questiona sobre as frutas estarem o usando. Então, enquanto os dois brigam, os legumes e frutas se juntam para vê-los brigar e quando Irmão do Jorel e o Tomate notam isso resolvem tentar acabar com a briga. Porém no fim do episódio nota-se que não deu certo por muito tempo. É significativo o episódio ser musical, já que as músicas estão na forma de rap, e as letras estão transmitindo informações sobre os alimentos que estão sendo abordados.

FIGURA 33 – IRMÃO DO JOREL COM VERDURAS E FRUTAS



FONTE: Printscreen do episódio “Jardim da Pesada” no Youtube (2018).

Inicialmente, deve-se notar que as animações sendo utilizadas para passarem valores educativos são muito importantes e têm efeitos positivos no desenvolvimento de conhecimento das crianças. A utilização de uma imagem do Irmão do Jorel, que já está consolidada no imaginário do telespectador, para transmitir mensagens educativas é comum na animação, como no caso desse episódio em que abordam a alimentação saudável de uma forma lúdica e usando o rap.

A construção cultural feita a partir dos conteúdos midiáticos aos quais as crianças se expõem pode ser usada a favor do processo de ensino aprendizagem nas escolas. Esse envolvimento com os Meios de Comunicação de Massa (MCM) ajuda nas interpretações e na comunicação, seja por meio auditivo, escrito ou visual, com a intenção de ir além do lúdico, chegando à construção do conhecimento. (MORAES e ORAGUI, 2014, p. 4).

No início do episódio é possível notar que há a possibilidade de as crianças telespectadoras poderem se identificar com Irmão do Jorel contestando a necessidade de comer verduras e frutas, já que ele não gosta delas. Quando Irmão do Jorel é levado ao jardim, ele acaba se conhecendo e se envolvendo com as frutas e legumes, criando uma simpatia e notando a importância dos mesmos para alimentação.

Irmão do Jorel: Ah, legumes de novo?

Dona Danuza: Você não gosta mais de legumes agora?

Irmão do Jorel: Não é que eu não gosto de legumes, assim, é que eu...

Seu Edson: Uma criança que não gosta de legumes? Isso é impossível!

Irmão do Jorel: Eu não gosto de legumes. Legumes

Vovó Juju: Tem que comer legumes pra crescer forte igualzinho seus irmãos, ó. Tudo legume da minha horta, bem. Cenoura, a cebola, tomate.

(IRMÃO DO JOREL, 2018, Episódio 01 Temporada 3).

Conseguiram dar vida aos alimentos, os transformando em personagens carismáticos que acabam ganhando não só o Irmão do Jorel, como o público. Isso é feito com o objetivo de que as crianças se identifiquem com o personagem principal, se conectando com a história e nesse caso podendo influenciar na alimentação do telespectador.

São crianças e heróis que vão a escola, recebem bronca dos pais, ficam de castigo, desobedecem, reclamam por carinho e atenção e burlam as leis dos adultos. Mas, ao mesmo tempo são crianças e heróis capazes de grandes feitos, como salvar a cidade de inimigos poderosos, criar maquinarias e aparatos eletrônicos que permitem comunicações interplanetárias. (SOUZA, 2013, p. 75).

A utilização do *rap* durante o episódio é interessante principalmente pra conseguir transmitir as informações de uma forma mais lúdica, chamando a atenção dos telespectadores, entretendo e ensinando ao mesmo tempo. Além de que a utilização do rap continua popularizando o estilo musical e fixando na mente das crianças as mensagens passadas.

Vovó Juju: Onde já se viu toda essa palhaçada? Legume, fruta, não é comida congelada. Somos todos diferentes. Isso é muito lindo. É pra mostrar os dentes pra ficar sorrindo.

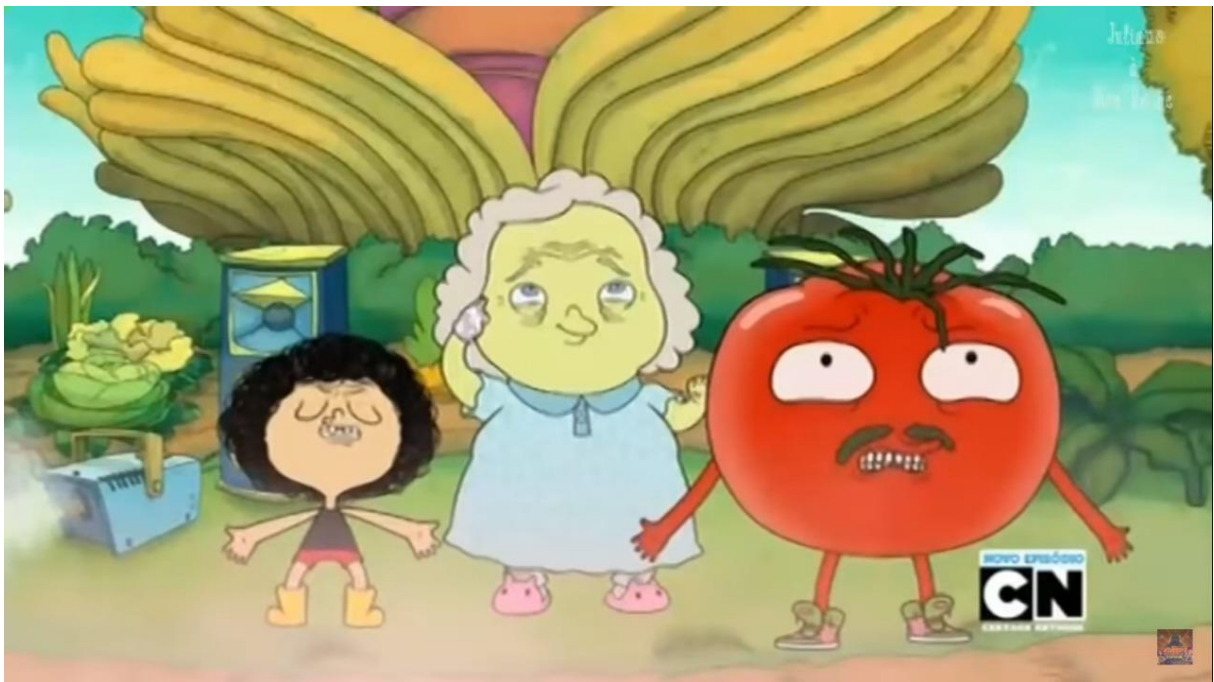
Irmão do Jorel: Papo sério, que cês tão achando? Essa briga nem faz sentido biologicamente falando!

Vovó Juju: Batata é só legume no ditado popular. Na verdade é um tubérculo, ou preciso desenhar?

Batata: Ah?

Vovó Juju: Abacaxi, bota a mão na consciência, você não é fruto. É infrutescência. (IRMÃO DO JOREL, 2018, Episódio 01 Temporada 3).

FIGURA 34 – IRMÃO DO JOREL, VOVÓ JUJU E O TOMATE CANTANDO



FONTE: Printscreen do episódio “Jardim da Pesada” no Youtube (2018).

Conforme Alexandre Felipe Fiuza e Iolanda Macedo (2013), o rap é um gênero musical derivado do hip hop. É um gênero que se tornou muito popular no Brasil, principalmente em áreas mais periféricas. Músicas de rap são normalmente criadas com o objetivo de contar/transmitir uma história, ou um acontecimento, em forma de rimas. Não é a primeira vez que há um rapper presente em um episódio de Irmão do Jorel, na segunda temporada episódio 11, há a participação do rapper Emicida

fazendo a voz de um personagem que é rapper também e enfrenta a vovó Juju em uma batalha. Criolo, rapper paulista, faz a voz do Tomate, que é um dos personagens centrais do episódio e canta algumas das músicas. Fiuza e Macedo discorrem sobre a forma que o rap afeta a educação informal, deixando clara a importância do mesmo para desenvolvimento de uma cultura popular, ou educativa.

O conhecimento escolar não constitui a única fonte de educação para os alunos, porventura nem mesmo a mais importante. Os jovens aprendem, para o bem e para o mal, por meio da cultura popular, especialmente pela música, por intermédio dos pais e estruturas familiares e, talvez, mais importante, através dos seus pares. (ARONOWITZ apud FIUZA e MACEDO, 2013, p. 20).

Esses episódios pedagógicos de Irmão do Jorel são interessantes pois ajudam a transmitir importantes mensagens de uma forma mais informal e divertida ao telespectador. Ao contrário da escola que foca frequentemente em um ensino formal e esquematizado, raramente fugindo do comum, a utilização de um gênero musical e da abordagem de um assunto tão importante para as crianças, fazem essa temática ser ainda mais relevante.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho foi realizado para analisar as principais temáticas abordadas na animação Irmão do Jorel, e ressaltar a sua importância atualmente. Visto que essas temáticas estão presentes durante todas as temporadas da animação, notou-se que a utilização desta “fórmula” contribuiu para o sucesso da mesma no Brasil e na América Latina. Os temas que foram apresentados nesta pesquisa reforçam a importância da produção audiovisual animada brasileira, e a necessidade de investimento na área, pois há mercado para consumir essa demanda.

O mercado de animação brasileiro é muito restrito, precisa-se de investimento desde a produção, com a capacitação de profissionais dentro deste meio até no momento da veiculação e divulgação, com patrocinadores e coprodutores que auxiliem na divulgação dos desenhos. No Brasil, nos últimos anos houve vários programas que auxiliaram o crescimento das produções, e estimava-se que as produções de mais animações seriam feitas, tanto para televisão quanto para o cinema. Uma dessas leis que acabaram foi a 12.485/2011²¹, que após 4 anos de tramitação entrou em vigor em 2011 pela presidenta Dilma Roussef, auxiliando a produção de Irmão do Jorel. Com a lei tramitando, o *Cartoon Network* se adiantou na busca de uma produção brasileira, o que resultou no *pitching* em que o Irmão do Jorel foi escolhido. Além de Irmão do Jorel já ter ganhado e sido indicado a vários prêmios internacionais, se tornou muito popular por todo o país atraindo a atenção e mostrando a possibilidade da criação de animações brasileiras de qualidade.

Infelizmente, com a gestão do atual presidente da república Jair Bolsonaro, houve vários cortes e entre os mais prejudicados está a Ancine, que além de sofrer censuras, teve cortes significativos que acabaram com vários programas de patrocínio a novas produções brasileiras, incluindo animações. Com este atraso, e a falta de investimento, provavelmente haverá um grande atraso na evolução das animações brasileiras.

Uma questão que poderia ser melhor abordada futuramente a partir dos resultados desta pesquisa, seria a visão do público sobre a animação. Uma pesquisa

²¹ Conforme o site da Ancine, a lei 12.485/2011 “estabelece um novo marco legal para a tv por assinatura no Brasil e garante a presença da produção audiovisual brasileira na maioria dos canais.” (ANCINE, 2011).

com o público consumidor de Irmão do Jorel, de faixas etárias diferentes, que buscasse analisar a influência que a animação tem no conhecimento e criação dos telespectadores. Esta pesquisa poderia resultar em dados que evidenciam a importância para os indivíduos das temáticas abordadas na animação bem como analisar que outras temáticas poderiam ser abordadas e como público percebe esses temas nas narrativas.

REFERÊNCIAS

Alan Cholodenko. **A Animação do Cinema**. Galáxia, São Paulo, n. 34, p. 28, jan./abr. 2017. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gal/n34/1519-311X-gal-34-0020.pdf>>. Acesso em: 29 mai. 2019.

ALQUETE, Turla; MURTA, Angela S.; ARAÚJO, Arthur C. **Peixonauta e Meu Amigãozão: uma abordagem semiótica do desenho animado brasileiro**. Cidi 2013, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 1-2, mai. 2014. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/cidi/CIDI-77.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

AMINO APPS. **Juliano Enrico**. Disponível em: https://aminoapps.com/c/comics-portugues/page/item/juliano-enrico/v7Q4_DPFWINBEMLwX2WR1rN7KX8B48jj7o. Acesso em: 17 nov. 2019.

ANCINE. **Sancionada Lei 12.485, que regula mercado de TV por assinatura no Brasil**. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/sancionada-lei-12485-que-regula-mercado-de-tv-por-assinatura-no-brasil>. Acesso em: 20 nov. 2019.

ANDRADE, Leilane Lima Sena De; SCARELI, Giovana; ESTRELA, Laura Ramos. **AS ANIMAÇÕES NO PROCESSO EDUCATIVO: UM PANORAMA DA HISTÓRIA DA ANIMAÇÃO NO BRASIL**. 6º colóquio internacional "educação e contemporaneidade", São Cristovão, set. 2012. Disponível em: <http://educonse.com.br/2012/eixo_08/pdf/52.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2019.

ANIMATION: THE WHOLE STORY BY HOWARD BECKERMAN. Straight from Howard Beckerman. Disponível em: <<http://howardbeckerman.com>>. Acesso em: 29 mai. 2019.

ARROBA NERD. **Cinemark e Cartoon Network levam a animação Irmão do Jorel com exclusividade aos cinemas**. Disponível em: <http://www.arrobanerd.com.br/cinemark-e-cartoon-network-levam-a-animacao-irmao-do-jorel-com-exclusividade-aos-cinemas/>. Acesso em: 17 nov. 2019.

ASSIS, C. G. G. D. **Fatias do espaço: criação de uma bíblia de produção de uma série animada para o canal de TV Cartoon Network**, Florianópolis, p. 1-97, dez./2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/177147>. Acesso em: 6 nov. 2019.

ATHAYDE, MARCO ANTÔNIO SOUZA DE. **Cinema de Animação no Brasil – História e Indústria Moderna**. UNB, Brasília, jun. 2013. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/7430>>. Acesso em: 05 jun. 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 1. ed. Lisboa - Portugal: Edições 70, 1977. p. 95-132.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2003. 516 p.

BELTRÁN, Luis Ramiro; CARDONA, Elizabeth Fox De. **Comunicação dominada: Os Estados Unidos e os meios de comunicação da América Latina**. 8 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. 150 p.

BLOG A BOINA. **Zé Carioca: A trajetória do mais brasileiro dos personagens de Walt Disney**. Disponível em: <https://blogaboina.com.br/editorias/variedades/ze-carioca-75-a-trajetoria-do-mais-brasileiro-dos-personagens-de-walt-disney/>. Acesso em: 17 nov. 2019.

BLOG MANÍACOS POR FILME. **Turma da Mônica em Uma Aventura no Tempo – Uma Aventura Muito, Mas Muito Engraçada da Turma da Mônica**. Disponível em: <https://maniacosporfilme.wordpress.com/2012/04/22/turma-da-monica-em-uma-aventura-no-tempo-uma-aventura-muito-mas-muito-engracada-da-turma-da-monica/>. Acesso em: 17 nov. 2019.

CASTRO, JRB. **As manifestações culturais no contexto das festas juninas espetacularizadas da cidade de Cachoeira, no Recôncavo baiano**. In: BARTHEDELOIZY, F., and SERPA, A., orgs. *Visões do Brasil: estudos culturais em Geografia* [online]. Salvador: EDUFBA; Edições L'Harmattan, 2012, pp. 113-126. ISBN 978-85-232-1238-4. Available from SciELO Books.

CASTRO, JRB. **Da casa à praça pública: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, 342p. ISBN 978-85-232-1172-1. Available from SciELO Books

CINEPOP. **'Turma da Mônica 2: Lições': Sequência ganha título e data de estreia**. Disponível em: <https://cinepop.com.br/turma-da-monica-2-lico-es-sequencia-ganha-titulo-e-data-de-estreia-218928>. Acesso em: 6 nov. 2019.

CRIANÇA E CONSUMO. **Plano de ação para prevenção da obesidade em crianças e adolescentes**. Disponível em: <http://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2014/02/CD53-9-p1.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2019.

CRIANÇA E CONSUMO. **Publicidade e obesidade andam juntos**. Disponível em: <http://criancaeconsumo.org.br/noticias/opas-lanca-o-plano-de-acao-para-prevencao-da-obesidade-em-criancas-e-adolescentes/>. Acesso em: 11 nov. 2019.

CRIANÇA E CONSUMO. **Publicidade Infantil na TV Paga – Monitoramento 2019**. Disponível em: <http://criancaeconsumo.org.br/biblioteca/publicidade-infantil-na-tv-paga-monitoramento-2019/>. Acesso em: 11 nov. 2019.

DAVIS, Claudia; NUNES, Marina M. R.; NUNES, Cesar A. A. **Metacognição e sucesso escolar: articulando teoria e prática**. Cadernos de pesquisa, São paulo, v. 35, n. 125, p. 205-230, mai./ago. 2005.

DISNEY WIKI. **Séries de antologia da Walt Disney**. Disponível em: https://disney.fandom.com/pt-br/wiki/Séries_de_antologia_da_Walt_Disney. Acesso em: 17 nov. 2019.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2005. p. 280-304.

DURAN, Erika Rodrigues Simoes. **A linguagem da animação como instrumental de ensino**. Maxwell, Rio de Janeiro, n.11, p. 42, out. 2010.

FARIA, Mônica Lima De. **História e narrativa das animações nipônicas: algumas características dos animês**. Pontifícia universidade católica do rio grande do sul – pucrs, Rio grande do sul, 2008.

FIUZA, Alexandre Felipe; MACEDO, Iolanda. **A educação informal e o rap como agente educativo**. EccoS, São Paulo, n. 31, p. 17-32, ago./2013. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71529334002>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

FIXABLE. **Hermano de Jorel**. Disponível em: <https://mx.flixable.com/title/81030444/>. Acesso em: 17 nov. 2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. **TV Quase, do 'Choque de Cultura', conquista público com humor absurdo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/04/tv-quase-do-choque-de-cultura-conquista-publico-com-humor-absurdo.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2019.

FOSSATTI, Carolina Lanner. **Cinema de animação: uma trajetória marcada por inovações**. 7º encontro nacional de história da mídia, Fortaleza, n.11, ago. 2009.

GALINDO, Daniel; ASSOLINI, Pablo José. **Eatertainment: a divertida publicidade que alimenta o público infantil**. XI Congresso Latinoamericano de investigadores de la Comunicación, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-15, out./2008. Disponível em: <<http://www.danielgalindo.ppg.br/Eatertainment%20a%20divertida%20publicidade%20que%20alimenta%20o%20publico%20infantil%20.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

MARSHALL MCLUHAN. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 17 ed. São Paulo: Cultrix, 1964. 407 p.

MCDONALD'S BRASIL. **McLanche Feliz**. Disponível em: <https://www.mcdonalds.com.br/cardapio/mclanche-feliz>. Acesso em: 13 nov. 2019.

MÍRIAM DE MATOS ALMEIDA, M. **Simone de Beauvoir: uma luz em nosso caminho**. Cadernos Pagu, n. 12, p. 145-156, 20 maio 2015.

MORAES, W. F. D. L; ORAGUI, T. M. F. **Educomunicação: Desenho animado e arte teatral como meios para educação ambiental e formal**. Intercom: subtítulo da revista, Campina Grande - PB, v. 1, n. 1, p. 1-9, nov./2013. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/lista_area_IJ06.htm. Acesso em: 15 nov. 2019.

NESTERIUK, Sérgio. **Dramaturgia de série de animação**. 1 ed. São Paulo: ANIMATV, 2011. 297 p.

NESTERIUK, Sérgio. **Indústria Animada**. Filme Cultura: Aonde vamos com tanta animação, Rio de Janeiro, v. 60, Número, p. 10-15, ago./2013. Disponível em: <http://revista.cultura.gov.br/wp-content/uploads/2017/06/Filme-Cultura-n.60.pdf>. Acesso em: 6 nov. 2019.

O TEMPO. **Série 'Irmão do Jorel' conquista a audiência de crianças e adultos**. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/diversao/serie-irmao-do-jorel-conquista-a-audiencia-de-criancas-e-adultos-1.2175880>. Acesso em: 21 set. 2019.

OMELETE. **Irmão do Jorel | Após sucesso, especial nos cinemas terá exibição extra**. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/series-tv/irmao-do-jorel-apos-sucesso-especial-nos-cinemas-tera-exibicao-extra>. Acesso em: 21 set. 2019.

OPAS/OMS BRASIL. **Obesidade entre crianças e adolescentes aumentou dez vezes em quatro décadas, revela novo estudo do Imperial College London e da OMS**. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5527:obesidade-entre-criancas-e-adolescentes-aumentou-dez-vezes-em-quatro-decadas-revela-novo-estudo-do-imperial-college-london-e-da-oms&Itemid=820. Acesso em: 13 nov. 2019.

PAULO, Inajara Barbosa. **Lendo o Pernalonga: a construção imagética do inimigo japonês em Bugs bunny nips the nips (1944)**. Anais da XI Semana de História UFES, Curitiba - Paraná, v. 1, n. 1, p. 1-12, dez./2018. Disponível em: <http://ojs2.ufes.br/?journal=semanadehistoria&page=article&op=view&path%5B%5D=23095>. Acesso em: 5 nov. 2019.

PIPOCAS CLUB. **Sucesso de público, especial de 'Irmão do Jorel' ganha exibição extra no próximo final de semana**. Disponível em: <http://pipocasclub.com.br/2019/03/28/irmao-do-jorel-exibicao-extra-cinemas/>. Acesso em: 21 set. 2019.

RASCUNHO UFF. **O processo criativo em séries de animação brasileiras: o autor no cartoon do século XXI**. Disponível em: <http://www.rascunho.uff.br/ojs/index.php/rascunho/article/view/98>. Acesso em: 24 mai. 2019.

RODRIGUEZ, L. D. M. **Estratégia de manipulação das massas: o desenho animado como arma de guerra**. Intercom, Belém - PA, v. 1, n. 1, p. 1-15, mai./2014. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/norte2014/resumos/R39-0983-1.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2019.

SALES, G. M. A. **Folhetins: uma prática de leitura no século XIX**. Entrelaces, Belém - PA, v. 1, n. 1, p. 44-56, ago./2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/242547960_Folhetins_uma_pratica_de_leitura_no_seculo_XIX_1. Acesso em: 5 nov. 2019.

SANTOS, S. F. D; SALLES, Adilson Dias. **Antropologia de uma academia de musculação: um olhar sobre o corpo e um espaço de representação social.** Revista Brasileira de Educação Física e Esporte, São Paulo, v. 23, n. 2, p. 87-102, jun./2009. Disponível em: <<http://www.periodicos.usp.br/rbefe/article/view/16713/18426>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

SIMÕES, Leiliane Hardoim; NOLASCO, Edgard César. **Will Eisner: o espírito das histórias em quadrinhos.** REVELL, Mato Grosso do Sul, v. 1, n. 1, p. 66-75, abr./2010. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5915408>>. Acesso em: 5 nov. 2019.

SOUZA, K. R. D. **Desenhos animados e educomunicação: as brincadeiras das crianças e a prática pedagógica da educação infantil.** Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis - SC, v. 1, n. 1, p. 17-242, mar./2013. Disponível em: <<http://tede.udesc.br/handle/tede/2458>>. Acesso em: 15 nov. 2019.
TURISMO IG. **Pula a fogueira ia ia.** Disponível em: https://turismo.ig.com.br/saojoao/noticias/2008/06/24/pula_a_fogueira_iaia_1386169.html. Acesso em: 10 nov. 2019.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. **Fábrica de personagens: a escritura dos desenhos animados de hanna-barbera.** Intercom – sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação, São Paulo, p. 9, mai. 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/r24-0107-1.pdf>>. Acesso em: 29 mai. 2019.

YOUTUBE. **Yuki Show III // Irmão do Jorel.** Disponível em: <https://youtu.be/VWgdl52NI-I>. Acesso em: 17 nov. 2019.