

UFF – Universidade Federal Fluminense
Graduação em Produção Cultural

Mariana Leite Silva

De Bedrock a Springfield: Representação nos Desenhos Animados do Horário Nobre

Niterói – RJ
2016

Mariana Leite Silva

De Bedrock a Springfield: Representação nos Desenhos Animados do Horário Nobre

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal
Fluminense – UFF, como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharel em Produção Cultural, sob
orientação da Prof^a. Dr^a.Ariane
Holzbach

Niterói – RJ
2016

S586 Silva, Mariana Leite.

De Bedrock a Springfield : representação nos desenhos animados do horário nobre / Mariana Leite Silva. – 2016.

55 f. : il.

Orientadora: Ariane Diniz Holzbach.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural)
Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2016.

Bibliografia: f. 53-54.

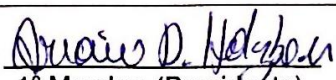
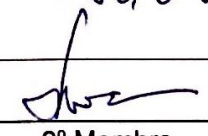
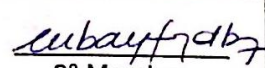
1. Desenho animado. 2. Cultura. 3. Televisão. 4. Os Flintstones (Desenho animado). 6. Os Simpsons (Desenho animado). I. Holzbach, Ariane Diniz. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.



ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO	
Nome do Candidato: MARIANA LEITE SILVA	Matrícula: 212.033.079
Título do Trabalho: "DE BEDROCK A SPRINGFIELD: REPRESENTAÇÃO NOS DESENHOS ANIMADOS DO HORÁRIO NOBRE"	
Orientador: Drª. Ariane Holzbach	
Categoria: Monográfica	Data da Apresentação: 28/07/2016

BANCA EXAMINADORA
1º Membro (Presidente): Drª. Ariane Holzbach
2º Membro: Dr. Luiz Augusto Rodrigues
3º Membro: Drª. Marina Bay Frydberg

AVALIAÇÃO:
Análise / Comentário A banca destacou o ótimo desenvolvimento e estrutura da monografia, assim como sua escrita. Resaltou-se as contribuições do trabalho para os estudos sobre cinema, televisão e animação. Sugere-se o aprofundamento das reflexões e a desenvolvimento em futuros estudos de pós-graduação.
Nota Final (média dos três integrantes da Banca Examinadora): 10,0 (DEZ)
ASSINATURAS   
1º Membro (Presidente) 2º Membro 3º Membro

Dedicatória

A Deus e aos meus pais,
por não terem me deixado desistir

Agradecimentos

Agradeço a minha orientadora, por ter aceitado fazer esta viagem pelo mundo dos desenhos animados comigo, e aos membros da banca, por terem sido excelentes mestres durante os quatro anos de minha formação.

Resumo

A consolidação da televisão como um meio de comunicação de massa, em meados do século XX, abriu novas oportunidades para o desenvolvimento dos desenhos animados. Tendo isso em vista, este trabalho tratará da relação entre desenho animado e cultura televisiva, considerando especialmente o surgimento e a popularização dos desenhos que chegaram ao horário nobre da grade televisiva. A proposta é fazer uma análise comparativa entre as animações Os Flintstones e Os Simpsons, na tentativa de descobrir de que maneira suas narrativas trabalham questões em torno da representação do público ao qual se destinam e as estratégias desenvolvidas para que se consolidassem no horário nobre. Além disso, a proposta visa também a desenvolver uma reflexão sobre o papel dos desenhos animados percebidos como um produto infantil e a conexão que criam com o público adulto.

Palavras-chave: desenho animado – cultura televisiva – produto infantil – horário nobre – Os Flintstones – Os Simpsons – público adulto

Abstract

The consolidation of television as a massive mean of communication, in mid-20th century, opened new opportunities for the development of animated programs. With this in sight, this paper will deal with the relation between animated program and television culture, especially considering the emergence and the popularization of the animations that reached the television prime-time. The proposal is to make a comparative analysis between the animations The Flintstones and The Simpsons, in an attempt to discover in what manner their narratives deal with matters around the representation of their intended audience and the strategies developed for their consolidation on prime-time. Furthermore, the proposal also aims at developing a reflection about the role of animated programs understood as children's product and the connection they create with the adult audience.

Key-words: animated programs – television culture – children's product – prime-time
– The Flintstones – The Simpsons – adult audience

Lista de Ilustrações

Figura 1 - Da esquerda para a direita: Cartaz Branca de Neve (1937); Cartaz Pinóquio (1940); Cartaz Fantasia (1940); Cartaz Dumbo (1941); Cartaz Bambi (1942).....	22
Figura 2 - Alguns personagens criados por Hanna-Barbera.	26
Figura 3 - Da esquerda para a direita: Os Flintstones; Propaganda de Os Flintstones no Brasil em 1962, na parte de baixo o cartaz destaca o sucesso do programa nos Estados Unidos e na França.	29
Figura 4 - Da esquerda para a direita: Wilma aspirando a casa com um mamute; Wilma e Betty passando roupa com o bico de um passarinho; O carro dos Flintstones; Fred cortando a grama com um dinossauro.	37
Figura 5 - Os Simpsons em The Tracey Ullman Show / Os Simpsons atualmente...	40
Figura 6 - Da esquerda para a direita: A família Simpson sentada do sofá para assistir televisão; Homer estrangulando o Bart; Marge vendendo pretzels; Homer dormindo do trabalho..	41

Figura 7 - Da esquerda para a direita: Cena de "The Flintstone Flyer", Fred finge estar doente para não ir à ópera; Cena de "Baby Barney", Barney finge ser um bêbe para o tio de Fred.44

Figura 8 - Da esquerda para a direita: Cena de "There's No Disgrace Like Home", Os Simpsons voltando da casa do Sr. Burns; Cena de "Please Homer, Don't Hammer 'Em...", Marge trabalhando enquanto Homer não faz nada.46

Figura 9 - Da esquerda para a direita: Propaganda dos cigarros Winston; Homer bebendo cerveja.....48

Figura 10 – Frame de abertura do episódio "Marge vs. the Monorail" (14/01/1993). Os Simpsons chegam em casa mas não podem se sentar no sofá, pois o mesmo já está ocupado pelos Flintstones..50

Sumário

Introdução	13
1 – Animação: O Desenvolvimento de uma Nova Linguagem	16
1.1 – Como os Desenhos Animados Chegaram à Televisão	16
1.2 – A Estética “Clássica” da Disney.....	21
1.3 – As produções de Hanna-Barbera	24
2 – Animação para Adulto ou para Criança?.....	27
2.1 – Desenhos Animados no Horário Nobre	27
2.2 – Desenhos Animados não são para Adultos: A consolidação da animação como um gênero infantil.....	29
2.3 – O Retorno ao <i>Prime-Time</i>	32
3 – Do Clássico ao Irônico: Um Estudo de Caso Sobre Os Flintstones e Os Simpsons.....	36
3.1 – Os Flintstones.....	36
3.2 – Os Simpsons	39
3.3 – Uma Breve Comparação	43
3.4 – Violência e Mau Comportamento na Televisão - “Isto não é apropriado para os nossos filhos”	47

Conclusão	51
Referências	53
Livros e Trabalhos Acadêmicos.....	53
Páginas da Internet.....	54
Anexo	55

Introdução

A quantidade inegavelmente alta de produtos midiáticos estadunidenses distribuídos para vários países consolidou ideias do *American Way of Life* em diversos lugares, inclusive no Brasil, e estes ideais tratam principalmente de questões relacionadas à vida familiar e ao consumo. Com os desenhos animados não foi diferente, como não houve muitas produções brasileiras do gênero no século XX, as emissoras televisivas importavam a maioria dos programas dos Estados Unidos, levando ao público um conteúdo que ia além do fator entretenimento.

Estudos sobre desenhos animados na televisão estadunidense realizados por Carol Sabile e Mark Harrison (2003) revelam que os programas de maior sucesso eram comédias que se centravam na vida familiar. Tais produções ofereciam apelo não só ao público infantil, mas possuíam elementos que conseguiam também deixar os públicos jovem e adulto interessados. Além disso, especialmente a partir de 1990, alguns desenhos animados desenvolveram-se de forma a ironizar o consumo e a influência da mídia na vida cotidiana e também utilizaram o humor como uma ferramenta para contrapor estereótipos e mitos, especialmente a respeito do ideal de núcleo familiar muito aparente em animações e *sitcons*¹ dos anos 1950/1960.

Tendo essas questões em vista, a proposta deste trabalho é demonstrar como os desenhos animados se desenvolveram ao ponto de conseguirem ser inseridos e permanecerem no horário nobre, desmistificando a crença de que

¹ A palavra Sitcom vem de "situation comedy", ou situação cômica, e as séries derivadas deste estilo apresentam situações do dia-a-dia de forma cômica. As primeiras sitcons surgiram como programas de rádio e, apesar da televisão ter veiculado programas humorísticos antes disso, as sitcons como conhecemos só foram adaptadas para o gênero televisivo por volta de 1940.

animação é um produto de consumo primariamente infantil. Além disso, estudaremos como o desenvolvimento de assuntos como família, consumo e violência, impactaram no sucesso dos desenhos mais populares.

Para tanto, o trabalho divide-se em três capítulos. No primeiro, abordaremos o desenvolvimento da linguagem dos desenhos animados, especificamente para a televisão e veremos um breve histórico dos desenhos animados, até chegarmos à ascensão da animação ao *prime-time*² na grade da televisão estadunidense.

No segundo capítulo daremos ênfase à chamada fase televisiva, nos problemas que os programas animados passaram para continuarem no horário nobre, nas estratégias usadas para fazê-los ter sucesso e na consolidação dos desenhos na televisão como conteúdo de consumo majoritário do público infantil. Esta parte do trabalho também tratará sobre consumo de desenhos animados e da cultura da televisão a cabo e sua importância no desenvolvimento de programas de animação para outros nichos que não o infantil.

No terceiro capítulo, finalmente, faremos uma análise comparativa entre as animações Os Simpsons e Os Flintstones, contextualizando-as e destacando as semelhanças e diferenças de cada uma, assim como a relevância da estruturação do núcleo familiar para o sucesso de tais programas. Os Flintstones (1960-66), particularmente, foi o primeiro desenho animado centrado nos mesmos personagens e cenários a chegar ao horário nobre na televisão estadunidense. O programa conta com núcleos familiares e segue o estilo de *family sitcom*, muito popular nas séries desse país.

² O Prime-Time (horário nobre em português) corresponde ao horário de maior audiência na televisão. Nos Estados Unidos, assim como no Brasil, o prime-time é entre 19:00 e 23:00.

De acordo com Keith Booker (2006), vários desenhos animados tentaram se firmar no horário nobre, mas nenhum obteve sucesso. Com o fim do seriado Os Flintstones em 1966, os produtores decidiram que os desenhos não deveriam estar na televisão durante a semana à noite, e sim aos sábados de manhã especificamente para o público infantil. Este imaginário permaneceu até 1989, quando a animação Os Simpsons, outro programa que segue o formato de *family sitcom*, estreou no *prime-time* da emissora Fox, onde permanece até hoje.

Estes desenhos foram escolhidos por terem, respectivamente, introduzido e consolidado a permanência dos desenhos animados no *prime-time*, além de servirem como inspiração para outros programas do gênero.

1 – Animação: O Desenvolvimento de uma Nova Linguagem

Este capítulo tem como objetivo contar brevemente a história da animação. Para tanto, analisaremos o desenvolvimento dos desenhos animados tendo em vista duas de suas três fases, de acordo com Harrison e Stabile (2003): cinematográfica e televisiva, assim como as influências e contribuições de dois estúdios de animação muito importantes para o desenvolvimento da linguagem da animação no século XX: Disney e Hanna-Barbera.

1.1 – Como os Desenhos Animados Chegaram à Televisão

De acordo com Stabile e Harrison (2003), a história da animação pode ser cronologicamente dividida em três épocas: cinematográfica, televisiva e digital. O surgimento do cinema, ainda no século XIX, trouxe o potencial para o desenvolvimento de novas tecnologias. Tanto no final do século XIX como no início do XX foram criadas diversas técnicas para se produzir imagens em movimento que um pouco mais tarde seriam a base para as primeiras animações. Para os mesmos autores, Frenchman Emile Cohl foi o primeiro animador e o primeiro curta de animação teria sido *Fantasmagorie*, exibido no Théâtre du Gymnase, França, em 17 de agosto de 1908. As animações eram exibidas antes do filme e serviam com uma forma de entreter o público que ia ao cinema. Em geral eram feitas para as massas, não para uma audiência de uma faixa-etária específica. Para Gabriel Cohn (1973):

[...] o termo massa designa uma coletividade de grande extensão, heterogênea quanto à origem social e geográfica dos seus membros e desestruturada socialmente. Isto é, trata-se de um coletivo, contíguo ou à distância, de indivíduos indiferenciados quanto às normas de comportamento, valores e posições sociais, pelo menos naquilo que diz respeito a uma situação determinada. (CONH, 1973, p.17).

Contudo, o que havia surgido como mais uma forma de arte rapidamente tornou-se um produto comercial. Em 1916, nos Estados Unidos, surgiu a International Film Service (IFS), produtora criada para transformar em animação as tirinhas mais bem-sucedidas do sindicato Hearst. A IFS fechou as portas dois anos depois, mas suas criações já eram um indício de que o mercado das animações estava se modificando. Outros estúdios de animação também se estabeleceram nos Estados Unidos durante mesma época, como o Fleischer Studio, aberto em 1921 que trouxe a vida a personagens como Betty Boop e Popeye e o Pat Sullivan Studios que abriu em 1915 e ficou conhecido pelos curtas do Gato Félix. Destaca-se que O Gato Félix foi o primeiro personagem de animação a dar lucro com a venda de brinquedos e produtos paralelos.

Por serem exibidos antes do filme principal, os curtas de animação não eram exatamente rentáveis, mas utilizados como forma de atrair os clientes para uma rede de cinema e afastar a concorrência.

[...] Ao longo dos anos de 1930 e 1940, curtas-metragens de animação eram uma parte vital da maioria das vendas de bilheteria, com os estúdios produzindo seus próprios curtas (destacando Warner Brothers e MGM) ou distribuindo cartoons de produtoras independentes (como Disney ou Walter Lantz). Este sistema floresceu devido a integração vertical do sistema de estúdios, que garantia a exibição de curtas de animação em redes de teatro que pertenciam aos estúdios ou por meio de práticas que proibiam a compra ou exibição de cartoons por outros teatros sem a aquisição de pacotes que incluíam o filme principal. (MITTELL, 2003, p.35)³

³ [...]Throughout the 1930s and 1940s, animated film shorts were a vital part of most film bills, with studios providing their own shorts (notably Warner Brothers and MGM) or distributing cartoons from independent producers (like Disney or Walter Lantz). This system flourished due to the vertical integration of the studio system, which guaranteed exhibition of animated shorts in studio-owned theater chains or through block-booking practices including cartoons within packages of feature films. (MITTELL, 2003, p. 35)

Com a chegada do cinema sonoro, no final da década de 1930, as animações acompanharam a evolução e surgiram vários desenhos musicados. Entre os curtas metragens musicados os que mais se destacaram foram os do estúdio Disney.

Mesmo com sucesso do “estilo Disney” e dos longas-metragens feitos pelo estúdio, como a Branca de Neve (1937) e Fátasia (1940), a produção de curtas de animação para o cinema continuou, mas a maioria dos produtos ainda não era a atração principal. Com a influência crescente da televisão como um meio de comunicação, a animação estava prestes a entrar em uma nova era.

Muitos estudiosos sobre desenhos animados na televisão preferem focar nos anos de 1990, pois foi quando as animações de fato se consolidaram no *prime-time* e ganharam força na programação das redes de televisão a cabo. Mittell (2003) explica, todavia, que em 1950, quando a integração do cinema com a animação pré-filme foi proibida pela Suprema Corte dos Estados Unidos de acordo com a lei antitruste⁴, os desenhos animados perderam o espaço que tinham na tela grande, com exceção dos longas-metragens. Era apenas lógico que a animação fosse para a televisão, embora não tenha sido fácil se adequar a esse novo meio durante as primeiras décadas.

Depois de 1950, muitos estúdios fecharam o setor de animação e pararam de produzir curtas, como a Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) e a Warner Brothers, devido ao alto custo de produção. Até mesmo a Disney interrompeu a produção de curtas por um breve período por volta de 1960, apesar de ter sido praticamente o único

⁴ Lei que proíbe exclusividade de distribuição. No caso Estados Unidos x Paramount (1948), foi decidido que os estúdios não poderiam mais ter o monopólio da fabricação e distribuição de filmes, as empresas não poderiam mais ter estúdios de produção e possuírem salas de exibição ao mesmo tempo, o que diminuiu o lucro dos grandes estúdios abrindo espaço para pequenas produtoras. Como consequência a venda tanto de filmes, quanto de animações, ficou mais cara e a produção diminuiu.

estúdio que conseguiu ter lucros com a venda de animações antigas para a televisão durante os primeiros anos.

Ao observarem a estratégia da Disney, muitas empresas perceberam que era melhor reciclar e vender curtas antigos (mesmo que com algumas alterações) para a televisão ao invés de produzir novos materiais. Com isso, a maioria dos programas de animação que foram para a televisão no início eram na verdade produtos que tinham sido originariamente criados para o cinema, como Tom e Jerry e Popeye. Contudo, como demonstra Mittell, nem todo o conteúdo de animação que foi para a televisão eram curtas antigos. Na década de 1950 surgiu uma técnica chamada de “animação limitada”, que reduzia os movimentos dos personagens, a quantidade de desenhos a serem feitos e, por consequência, o custo de produção. Esta técnica foi muito usada por estúdios como United Productions of America (UPA) e Hanna-Barbera, mas considerada de baixa qualidade por produtoras como Disney e Warner, que prezavam pela estética dos desenhos.

Em 1947 nasceu o conceito de Indústria Cultural dos percursores da escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer (1985). A teoria trata em como as formas de produção industrial padronizam os bens de consumo cultural e homogeneízam o público, tornando-os espectadores passivos. Já era possível enxergar esse “modo de produção” na época da fase cinematográfica do estúdio Disney, e com o advento da televisão, esta “padronização” é um dos aspectos das produções da UPA e da Hanna-Barbera. Contudo, outro teórico também ligado à escola de Frankfurt, Walter Benjamin (1978), exaltou a produção para as massas para o âmbito audiovisual não muito tempo depois de seus antecessores, pois isto significaria que mais pessoas teriam maior acesso aos bens culturais. De certa forma, a televisão aberta

proporcionou maior visibilidade para os programas de animação por eles não estarem mais limitados à hegemonia dos grandes estúdios e salas de exibição.

Neste novo contexto as animações passaram a ter um apelo maior ao público infantil, pois já nessa época as emissoras acreditavam que as crianças não se incomodavam com a repetição e as reprises. Além disso, os desenhos animados não são mais uma introdução para algum outro programa ou uma forma de divertimento durante o intervalo; os desenhos são organizados em blocos de trinta minutos e fazem parte da programação principal.

Com esta nova perspectiva em vista, os desenhos animados ainda não estavam prontos para entrarem no *prime-time*, pois a programação não iria despertar o interesse do público que assistia à televisão naquele horário. Foi preciso décadas para adequar um desenho animado no horário nobre.

Apesar desta categorização – Fase Cinematográfica e Fase Televisiva – uma fase não acaba para que outra comece, elas coexistem e se complementam. Muitas séries de animação dão origem a filmes (como exemplo temos a série de animação Os Simpsons e também Os Simpsons – O Filme), o que mostra que a época cinematográfica não só não se esgotou como complementa um produto da televisão. Já a Fase Digital modificou a referência na forma como as animações são feitas, pois agora existem técnicas computadorizadas que eliminam a maior parte do trabalho manual de se desenhar o mesmo quadro várias vezes para criar a ilusão de movimento. A Fase Digital transpassa as duas outras (cinematográfica e televisiva), aumentando a capacidade de produção e a qualidade dos produtos, mas a animação digital não se limita apenas a esses dois suportes de exibição, podendo existir também em computadores, dispositivos móveis e na internet.

1.2 – A Estética “Clássica” da Disney

A Walt Disney Company começou com a produção de curtas de animação para o cinema em 1923. A primeira produção foi *Alice's Wonderland* (1923), da série *Alice in Cartoonland*, na qual a personagem principal era interpretada por uma atriz e o mundo com o qual ela interagia era criado a partir de animações.

Walt Disney havia começado sua carreira no ramo de animações como um empregado da Kansas City Film Ad Company. Disney pediu demissão em 1921 e formou a Laugh-O-Gram films que, aproximando-se do sucesso, levou-o ao seu êxodo em Hollywood em 1923. A série que ele havia começado no Kansas, *Alice in Cartoonland*, virou um sucesso e o dinheiro arrecadado com o programa serviu de caixa para futuros empreendimentos. A Disney Studios estava prestes a se tornar imensamente influente, definindo tanto o formato quanto à indústria de animação de maneiras que ainda continuam a reverberar. (HARRISON; STABILE, 2003, p. 5)⁵

Em 1929 nasceu Mickey Mouse, um dos personagens mais conhecidos atualmente e um marco na história da Disney e dos desenhos animados. As animações do Mickey foram as primeiras a serem exibidas com som sincronizado.

Em 1932 o estúdio começou a fazer desenhos animados coloridos, o que levou a produção do primeiro filme de longa-metragem de animação. *A Branca de Neve e os Sete Anões*, lançado em 1937 o filme demorou três anos para ficar pronto e desencadeou a produção de outros longas, como *Pinóquio* (1940), *Fantasia* (1940), *Dumbo* (1941) e *Bambi* (1942).

⁵ Walt Disney had started his animation career as an employee of the Kansas City Film Ad Company. Resigning in 1921, Disney formed Laugh-O-Gram films which, nearing insolvency, led to his Hollywood exodus in 1923. The series that he had begun in Kansas, *Alice in Cartoonland*, turned out to be a success and served to bankroll future endeavors. Disney Studios was to become immensely influential, shaping both the form and industry in ways that continue to reverberate. (HARRISON; STABILE, 2003, p. 5).

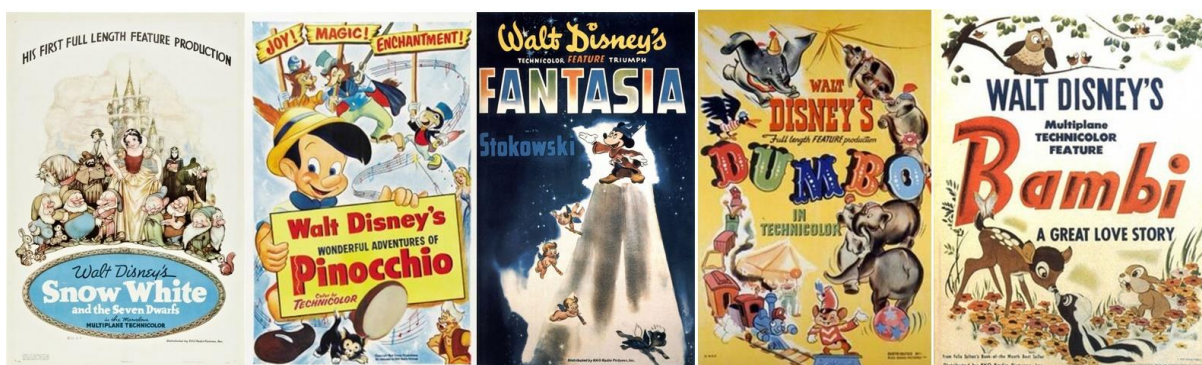


Figura 1 - Da esquerda para a direita: Cartaz Branca de Neve (1937); Cartaz Pinóquio (1940); Cartaz Fantasia (1940); Cartaz Dumbo (1941); Cartaz Bambi (1942). Fontes: <<https://goo.gl/sGWYOv>> <<http://movieposters2.com/images/639190-b.jpg>> <<https://goo.gl/Rycrau>> <<https://goo.gl/MHNmHz>> <<https://goo.gl/DTOvpJ>> Acesso 03 jul. 2016.

Os estúdios Disney industrializaram todo o processo de criação das animações. Eram utilizadas folhas transparentes para fazer os desenhos, o que permitia desenhar o cenário apenas uma vez e redesenhar os personagens de acordo com o necessário a fim de criar os movimentos. Apesar de a tecnologia das folhas transparentes usadas para fazer os desenhos não ser algo inédito mesmo naquela época e nem uma invenção da Disney, foi este o estúdio que a consolidou na produção industrial no ramo de animações. Além disso, havia uma separação para construção da história: um grupo desenvolvia a arte enquanto outro ficava responsável pelos roteiros.

A Disney adotou uma estética minimalista para os seus desenhos, o que diferenciava seus produtos dos demais e ainda era economicamente eficiente, pois sua arte era extremamente popular e carregada de ideologias e valores dos Estados Unidos, para Wells:

[...] A estética da Disney carregava consigo conotações claras de um “estado da arte” que aparentemente era inultrapassável, e que era, e ainda continua, incorporado na memória popular como um modelo de ilustração que combina uma

arte auto evidente com algo popular, quase Republicano e uma sensibilidade meio Americana. [...] (WELLS, 2003, p. 18).⁶

De acordo com Wells (2003), no contexto da época (1950-60) a Disney percebeu que era preciso adaptar seus produtos à emergência da televisão como um meio de comunicação influente, mas o foco já não era o processo artístico de fazer animações, e sim interesses comerciais. Em 1954 foi inaugurado o parque de entretenimento Disneylândia, que servia basicamente como um catálogo dos produtos Disney. A ideia de Walt Disney era criar um lugar onde toda a família pudesse ir e se divertir. As estratégias dos estúdios foram muito bem sucedidas economicamente e o estilo dos desenhos, assim como uma mistura equilibrada de ilusão e verossimilhança, concederam à Disney o título de “animação clássica”.

No final de 1950, o canal BBC pôs ao ar a primeira produção da Disney feita para a televisão, *One Hour in Wonderland*. A primeira série de televisão seria *Disneyland*, lançada em 1954 no canal ABC. A Disney tornou-se uma marca mundialmente famosa, seus produtos não se limitam à animação e incluem filmes em *live-action*, redes de televisão (ABC, Disney Channel, ESPN, A+E Networks e Freeform) e parques temáticos (atualmente a companhia possui quatorze parques ao redor do mundo). A empresa também comprou estúdios importantes como Pixar (2006), Marvel Entertainment Inc. (2009) e Lucasfilm (2012) e suas produções estendem-se a teatros, rádio, música, publicidade e mídia online.

⁶ [...]The Disney aesthetic carried with it clear connotations of a “state-of-the-art” achievement that was seemingly unsurpassable, and which was, and remains, embedded in the popular memory as one of the key illustrations of a conflation of self-evident artistry with a populist, folk, quasi-Republican, middle-American sensibility.[...] (WELLS, 2003, p.18).

Com foco no público infantil, a marca investiu em propaganda e desenvolveu produtos carregados com sua ideologia cristã e estadunidense, que, apesar de venderem bem em diversos países, raramente exaltam a pluralidade cultural.

1.3 – As produções de Hanna-Barbera

William Hanna e Joseph Barbera, trabalhavam com a criação de desenhos animados para a MGM. A Hanna-Barbera (HB), uma produtora de cartoons, foi criada em 1944, mas só começou a produzir para a televisão em 1957, ano em que a MGM fechou o setor de animações.

A Hanna-Barbera trabalhava com o conceito de “animação limitada” ou “animação reduzida”, que já era utilizado pela UPA. Esta técnica priorizava os diálogos enquanto fazia o inverso com os desenhos, nas palavras de Paul Wells a animação limitada é:

[...] essencialmente a redução da animação à sua forma mais essencial: pouca animação, sem coreografias complexas, ciclos e movimentos repetitivos, repertório de expressões e gestos limitados, foco no diálogo, design básico, e formas gráficas simples. (WELLS, 2003, p. 17)⁷

Essa técnica incomodou muitos animadores e os fez questionar a qualidade do que estava sendo produzido. Segundo estes princípios, Hanna-Barbera não poderia competir com a estética clássica da Disney ou da Warner Brothers, diretores

⁷ [...] essentially the reduction of animation to its most essentialist form: little animation, no complex choreography, repeated cycles of movement, a small repertoire of expressions and gestures, stress on dialogue, basic design, and simple graphic forms. (WELLS, 2003, p. 17).

de animação como Chuck Jones⁸ chegaram a dizer que as animações limitadas eram apenas “rádio ilustrado”.

Contudo, a simplicidade dos desenhos provou ser eficiente e versátil para o mundo da animação e os estúdios HB conseguiram obter sucesso muito rápido com seus produtos. A produtora investiu nas vozes dos personagens e em bons roteiros, que foi o que atraiu espectadores de todas as idades. Além disso, ao atraírem a atenção dos sindicatos⁹ e ao terceirizarem a distribuição dos seus produtos, os programas ganharam um alcance ainda maior.

[...] Eles colocaram na sequência de Ruff and Reddy um programa distribuído pelo sindicato que pertencia a Kellogg's, Huckleberry Hound datando de 1958 (1958-62). Enquanto Kellogg's estava certamente mirando no público infantil ao exibir o programa no horário anterior ao prime-time, considerado lucrativo, o programa transcendeu seu público-alvo. Uma pesquisa sugeriu que mais de 40% da audiência de Huckleberry Hound eram adultos, enquanto outro artigo descrevia diariamente Huckleberry Hound observando rituais em um bar de Seattle (“The Blue-Blooded Hound Who's in the Black” 1959, “Satire from the Animal Kingdom” 1960). O próximo programa de Hanna-Barbera também associado ao sindicato foi igualmente popular entre o público adulto, satirizando pessoas populares da região Oeste dos Estados Unidos com Quick Draw McGraw (1959–62). O sucesso desses programas levaram ao maior boom de cartoons na história da televisão. (MITTELL, 2003, p. 42)¹⁰

No começo dos anos de 1960, as produções de Hanna-Barbera eram exibidas em mais de cem canais de televisão em diversos horários durante o dia.

⁸ Charles Martin "Chuck" Jones. Diretor, produtor, roteirista e cartunista. Trabalhou para a Warner Bros e ficou conhecido por ter participado da criação e direção de curtas como Looney Tunes e Merrie Melodies. (1912-2002)

⁹ Neste contexto sindicato é uma força corporativa que age como um vendedor poderoso em favor do produtor. Normalmente, atrair o interesse de um sindicato e deixa-lo distribuir seu produto é sinônimo de sucesso. (ABBOT, 2012).

¹⁰ [...]They followed Ruff and Reddy with a syndicated program owned by Kellogg's, 1958's Huckleberry Hound (1958–62). While Kellogg's was certainly aiming at a children's audience in lucrative late-afternoon time slots, the show transcended its targeted audience. One report suggested that over 40 percent of Huckleberry's audience were adults, while another article described daily Huckleberry Hound watching rituals in a Seattle bar (“The Blue-Blooded Hound Who's in the Black” 1959, “Satire from the Animal Kingdom” 1960). Hanna-Barbera's next syndicated program was equally popular with adults, satirizing popular westerns with Quick Draw McGraw (1959–62). The breakout success of these programs led to the biggest boom of cartoons in television history. (MITTELL, 2003, p. 42).

Até hoje, os estúdios Hanna-Barbera criaram por volta de 600 personagens, alguns dos cartoons mais conhecidos são: Scooby-Doo, Os Flintstones e Manda-Chuva.

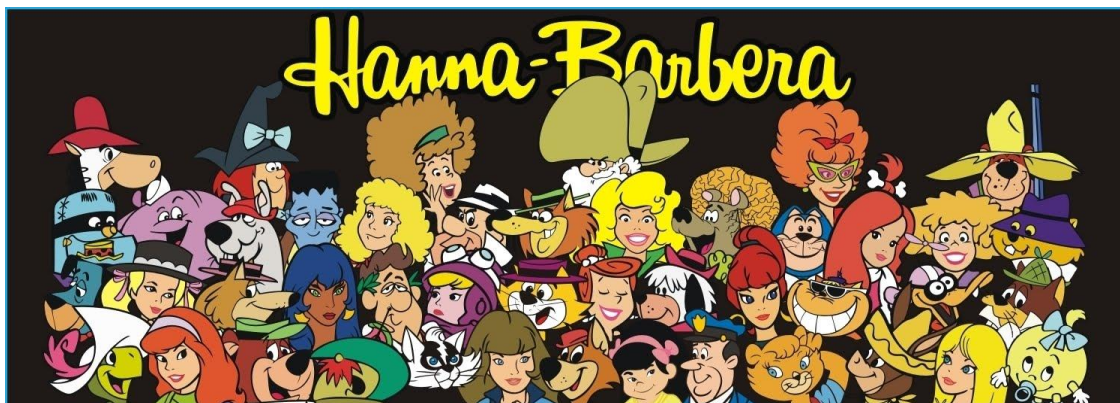


Figura 2 - Alguns personagens criados por Hanna-Barbera. Fonte: <<http://goo.gl/sfM8hF>> Acesso em 03 jul. 2016.

Os diálogos e a arte de Hanna-Barbera possuem um ar de ingenuidade que foi valorizada e até melhorada a partir de 1990, uma vez que tirado o foco da Disney e de seu “classicismo”, os produtores de televisão perceberam que outras estéticas de animação também eram passíveis de terem sucesso e impactarem o mundo dos desenhos animados.

Em 1990, o estúdio foi comprado pela Turner Enterprises, que reunia canais de televisão como CNN, TNT e Cartoon Network. Hoje, a Hanna-Barbera e a Cartoon Network pertencem a Warner Brothers.

2 – Animação para Adulto ou para Criança?

Este capítulo trata da entrada dos desenhos animados no horário nobre, animação como conteúdo exclusivo de fruição da cultura infantil e sobre a importância da rede de televisão a cabo para o desenvolvimento de novos nichos de consumo para os desenhos animados tanto nos Estados Unidos como no Brasil.

2.1 – Desenhos Animados no Horário Nobre

Por volta de 1960 o mundo dos desenhos animados foi transformado pela primeira série de animação criada com foco no público adulto a entrar para o horário nobre da televisão estadunidense.

Os desenhos animados são muito consumidos nos Estados Unidos desde 1930; eles se tornaram parte da cultura estadunidense e com o sucesso dos longas metragens de animação da Disney e dos curtas da Warner Brothers, era evidente que os desenhos não tardariam a integrar o corpo de programas da televisão, o que aconteceu ainda nos anos 1950.

Desde então, os desenhos animados constituem uma parte importante da programação da televisão. Tais programas possuem um elemento lúdico muito forte, mas eles conseguiram sobreviver mesmo sem acatar as normas gerais de programas televisivos por serem direcionados ao público infantil. Como o público alvo em sua maioria eram as crianças, os desenhos animados costumavam ser exibidos nas manhãs de sábado ou durante a tarde, contudo, alguns programas de animação possuíam uma temática adulta, ou pelo menos que mesclava os interesses do público adulto com o infantil.

[...] Os Cartoons, especialmente os programas associados a sindicatos, atraíram boas qualificações tanto com as crianças como com os adultos, e frequentemente eles ganhavam o tempo de exibição no lugar de programação original em live-action. Como uma forma cultural, os cartoons ainda eram entendidos como eles sempre tinham sido na época dos estúdios: como um entretenimento para o público de massas, mas com um apelo particular para as crianças. (MITTELL, 2003, p. 34)¹¹

O primeiro seriado a entrar no *prime-time* da TV estadunidense foi Os Flintstones. Nele podemos ver uma das imagens familiares mais populares nos Estados Unidos na época; os personagens tinham problemas como tentar sobreviver ao capitalismo e adequarem-se ao “*american way of life*”. O programa estreou em 1960, mas este símbolo da cultura popular do país ultrapassou as barreiras do século XX e é muito conhecido na atualidade, não apenas nos Estados Unidos.

O sucesso de Os Flintstones abriu portas para a entrada de vários desenhos animados no *prime-time* na década de 1960, entre eles: *Matty 's Funday Funnies*, *Pernalonga*, *Calvin and the Colonel*, *Manda-Chuva*, *The Alvin Show*, *As Aventuras de Rocky e Bullwinkle*, *Os Jetsons*, e *Jonny Quest*. (BOOKER, 2006).

No Brasil os Flintstones também fizeram sucesso, o programa estreou em 22/01/1962 na TV Tupi, também no horário nobre (às 20h), depois passou a ser exibido em quase todos os canais de televisão aberta e, mais tarde, fez parte da programação dos canais por assinatura.

¹¹ [...] Cartoons, especially as syndicated programs, garnered quite high ratings with both children and adults, and often won their time slots against live-action original programming. As a cultural form, cartoons were still understood as they had been in the era of the studio system: as entertainment for mass audiences, but with particular appeal to children. (MITTELL, 2003, p. 34)



Figura 3 - Da esquerda para a direita: Os Flintstones; Propaganda de Os Flintstones no Brasil em 1962, na parte de baixo o cartaz destaca o sucesso do programa nos Estados Unidos e na França. Fontes: <https://i.ytimg.com/vi/E_U_qiQWuSM/maxresdefault.jpg> <<http://goo.gl/eb1t3i>> Acesso em 12 jul. 2016.

2.2 – Desenhos Animados não são para Adultos: A consolidação da animação como um gênero infantil

Contudo, nenhum dos desenhos citados acima foi bem-sucedido no horário nobre e Os Flintstones foi cancelado em 1966. Apesar das circunstâncias, a maioria deles continuou a ser exibida na televisão, mas apenas durante a tarde ou aos sábados de manhã, agora eles são considerados produtos de consumo quase exclusivamente da cultura infantil, e não mais um programa feito para todos.

[...] Os cartoons desapareceram do prime-time por causa da sua incapacidade de alcançar o público adulto. Apesar de certamente o boom diminuiu por causa dos efeitos típicos da saturação genérica, a indústria interpretou o fracasso como um sinal de que o gênero era inapropriado para adultos. Esta suposição sobre o apelo de audiência direcionado ao público infantil dos desenhos animados ajudaram a definir o formato do gênero pelas próximas décadas. (MITTELL, 2003, p. 47)¹²

¹² [...] Cartoons disappeared from prime time because of their perceived inability to reach adult audiences. Although certainly the boom waned because of the typical effects of generic saturation, the industry took the failure to mean that the genre was inappropriate for adults. This assumption about the audience appeals of animation helped to form the shape of genre for decades to come. (MITTELL, 2003, p. 47).

Produtores de televisão, programadores e donos de emissoras se esforçaram para transformar o conceito dos desenhos. Os roteiros foram reciclados e adaptados para se encaixarem especificamente aos interesses do público infantil, e mesmo as animações que não eram modificadas foram inseridas neste contexto cultural de tal forma que passaram a ser vistas socialmente como programas somente para crianças. Passou-se, então, a acreditar que os desenhos animados não eram apropriados para outro público que não fosse o infantil.

As emissoras vendiam tempo durante o intervalo dos desenhos para empresas fazerem propaganda de produtos infantis principalmente aos sábados de manhã, o que se tornou um grande nicho de marketing, pois os riscos eram pequenos e as chances de lucro eram grandes. Um fato interessante demonstrado por Mittell (2003) é que os empresários preferiam investir em propaganda nos sábados de manhã, mas não porque eles conseguiriam atingir mais crianças, e sim porque eles atingiam menos adultos do que na programação da tarde.

Os programas da Disney e da Hanna-Barbera continuaram a fazer sucesso durante este período, a Disney normalmente com personagens “bem-comportados” e desenhos mais refinados, enquanto Hanna-Barbera continuou com a técnica da “animação limitada” e trouxe muitas referências de Os Flintstones para seus outros desenhos.

O estilo cômico, mas em conexão com ideais de uma sociedade estruturada em valores predominantemente ligados ao consumo, veio a predominar nas narrativas dos desenhos até então. Os protagonistas deste estilo na maioria das vezes aparecem como metidos a espertalhões, mas que nem sempre se dão bem, principalmente se tiverem ancorados em comportamentos não considerados justos de acordo com os padrões vigentes. No final da narrativa, as personagens sempre “aprendem a lição”, o que constitui a ideia do ter final feliz. (ODININO, 2004, p. 51)

O fato de que os personagens “mal comportados” “aprendem a lição no final” é o sinal definitivo de que esses desenhos foram feitos especificamente para o público infantil, onde a história precisa prover uma lição de moral com o intuito de “educar”. Um exemplo de uma animação deste tipo é He-Man, uma produção de Hanna-Barbera que, no final, sempre mostra um personagem que diz o que aprendemos com aquele episódio.

O estilo dos programas infantis caracteriza-se por não abordar temas que retratem a realidade social, como se a criança precisasse ser “protegida” de certos assuntos. Para Odicino a estrutura das animações infantis se dá da seguinte forma:

[...] Seu enredo, para recapitular, basicamente traz: muito humor, a rivalidade entre os personagens, bem e mal muito bem definidos – o bem é retratado pelo belo e o mal pelo feio -, quase sempre apresentam uma personagem central em torno de quem a trama se desenrola e pela qual a criança se identifica, há muita fantasia, não aparecem mortes violentas nem cenas de sexo, há um problema a ser resolvido no final, presença de muito colorido, o masculino e o feminino são demarcados com características muito claras, são de fácil entendimento, possuem o caráter de entretenimento e , é claro, apresentam (quase) sempre um final feliz. (ODININO, 2004, p. 57-58)

A maioria dos desenhos animados desta época seguia a mesma lógica de Os Flintstones, episódios de 30 minutos que descreviam uma história com alguma continuidade. Foi nesta época também que começaram a surgir programas de animação educativos, que possuem como propósito ensinar não apenas “como se comportar”, mas também questões do âmbito escolar. Alguns exemplos são: *Discovery* (ABC, 1962–71), *Exploring* (NBC, 1962–66) e *1, 2, 3–Go!* (NBC, 1961–62). (MITTELL, 2003).

Em março de 1997 o programa Teletubbies foi lançado na emissora britânica BBC, este programa apela exclusivamente ao público infantil, e possui um viés tanto

comercial quanto educativo, visando estimular o contato entre crianças e tecnologia. Especialistas em psicologia preocupam-se que a linguagem do programa possa ser muito infantil e retardar o aprendizado ao invés de aumentá-lo. Uma estratégia de marketing foi pensada desde o início para os Teletubbies, com vários produtos do desenho sendo vendidos no mundo todo. Buckingham (2002) explica que o mercado faz produtos infantis que englobam programas de TV, vídeos, filmes, brinquedos e outros, pois o público infantil é muito grande em quantidade e possui um potencial de consumo proporcional.

Destaca-se aqui que os programas infantis estão entre os mais consumidos no Brasil, em janeiro de 2016, o jornalista Ricardo Feltrin divulgou no site da UOL uma lista dos canais de mais audiência da televisão paga brasileira até àquele momento. O canal Discovery Kids aparece em primeiro lugar, seguido pelo Cartoon Network. Outros canais infantis como Disney Channel, Nickleodeon, Gloob e Boomerang aparecem entre os quinze primeiros colocados, na frente até mesmo da Warner Channel, mostrando a força que o consumo infantil possui até hoje.¹³

2.3 – O Retorno ao *Prime-Time*

Com o advento das redes de televisão a cabo nos Estados Unidos, por volta de 1960, e o número crescente de clientes por volta de 1980/1990, o exílio dos desenhos animados do *prime-time* não demoraria muito a acabar, nas palavras de Booker:

[...] A rápida proliferação de sistemas de televisão a cabo para a entrega de programação estava por esta época começando a fornecer novos lugares

¹³ Fonte: <<http://br.blastingnews.com/tv-famosos/2016/02/ranking-dos-60-canais-mais-assistidos-na-tv-a-cabo-em-janeiro-00799929.html>> Acesso em 12 jul. 2016.

considerados importantes nos quais muitos dos programas de animação que iriam para prime-time com foco no público adulto estavam para aparecer nos próximos anos. (BOOKER, 2006, p. X)¹⁴

Os desenhos animados provaram ser muito valiosos neste contexto, funcionando como um tipo de distinção de canais como Nickelodeon, Comedy Central e Cartoon Network para os demais canais pagos. A animação faz parte de diversos horários da programação e é um componente essencial que distingue a identidade da emissora e também da marca. “Estes programas de animação iriam complementar as marcas das emissoras a cabo, que tinham como alvo audiência de nicho menores, mas mais densas, que não eram atingidas pela televisão aberta.” (SANDLER, 2003, p. 92).¹⁵

A animação *Os Simpsons* foi um dos programas que encontraram seu lugar em um canal da televisão a cabo, assim como em *Os Flintstones*, *Os Simpsons* possuem o formato de uma *family sitcom* e incitou outras séries de animação no mesmo formato a entrarem para o *prime-time*. A FOX Networks hesitou em concordar com o projeto, os executivos sabiam que este era um grande risco, mas ao verem apenas algumas cenas eles sabiam que tinham descoberto uma série de provável sucesso e um nicho de consumo capaz de competir com as outras emissoras. Quando *Os Simpsons* estrearam no horário nobre do canal, em dezembro de 1989, seu sucesso foi imediato. (HILTON-MORROW; MCMAHAN, 2003).

¹⁴ [...] the rapid proliferation of cable systems for the home delivery of television programming was by this time beginning to provide important new venues on which much of the subsequent prime-time and adult-oriented animated programming of the coming years would appear. (BOOKER, 2006, p. X).

¹⁵ [...] These animated programs would complement the brands of these cable networks that target smaller, but denser, niche audiences not served by broadcasters. (SANDLER, 2003, p. 92).

Contudo, os produtores de televisão não tinham se esquecido do fracasso dos desenhos animados no horário nobre nos anos 1960. Muitas emissoras decidiram continuar a produzir programas em *live-action* que possuem um custo de produção mais baixo e eram menos arriscados.

É verdade que também nos anos de 1990 muitos programas de animação tentaram e falharam na “missão” de permanecer no *prime-time* mais do que algumas temporadas. Contudo, em 1997 King of the Hill estreou também na Fox, a série de animação conta sobre o cotidiano da família Hill e durou até 2010, provando que Os Simpsons não são uma exceção, desenhos animados podem ser bem sucedidos no horário nobre.

A televisão a cabo também abriu espaço para animações que não fazem parte do gênero *family sitcom*, como *The Critic*, *Dr. Katz: Professional Therapist*, *Dilbert*, *Home Movies*, *Mission Hill* e *Clerks*, mas nenhum desses programas foi particularmente bem-sucedido.

Para Hiltom-Morrow e McMahan (2003) este foi o segundo “boom” dos desenhos animados no horário nobre, seguindo àquele que começara com Os Flintstones, contudo, existem algumas diferenças entre os dois eventos. No primeiro os programas ficavam ao menos por uma temporada no ar, e ao falharem eram realocados durante a programação dos sábados de manhã, agora o sucesso é medido com base de apenas alguns episódios e as séries não têm segundas chances como programas infantis. Além disso, a primeira tentativa de inserir os desenhos animados no prime-time durou apenas alguns anos, enquanto neste “segundo boom” persistiu por mais tempo devido ao sucesso contínuo de Os Simpsons.

Os Simpsons estrearam na televisão aberta brasileira em 1991, quando a Rede Globo comprou os direitos de exibição do desenho, atualmente o programa é exibido na Record. Na FOX Brasil o desenho ainda é exibido no horário nobre durante quase todos os dias da semana, normalmente intercalado por filmes onde, muitos deles, também são de animação (Como os longas-metragens da série A Era do Gelo).

Em 1997 South Park estreou no canal Comedy Central, uma *sitcom* com conteúdo para adultos que mostra a vida de quatro crianças na cidade fictícia South Park. Apesar do humor negro e das críticas, South Park tornou-se uma das animações mais bem-sucedidas da televisão, provando a importância da televisão a cabo para o desenvolvimento e sucesso dos desenhos animados e inspirando vários outros com o mesmo tipo de humor no início do século XXI .

3 – Do Clássico ao Irônico: Um Estudo de Caso Sobre Os Flintstones e Os Simpsons

Neste capítulo serão analisados dois desenhos animados importantes para a consolidação do gênero no horário nobre da grade de programas da televisão dos Estados Unidos que também já fizeram e/ou ainda fazem parte da programação brasileira. Veremos também como *sitcons* com ideias muito parecidas foram desenvolvidas de maneiras completamente diferentes, o que levou ao sucesso de uma e ao fracasso de outra.

3.1 – Os Flintstones

Nos anos de 1960 os desenhos de Hanna-Barbera estavam fazendo muito sucesso, mas eles eram exibidos antes do *prime-time*, antecipando os programas da noite. Então, John Mitchell¹⁶ pediu à produtora que criasse um programa de meia hora, que utilizasse pessoas animadas ao invés de bichos e possuísse o potencial de ser uma *sitcom* duradoura (MITTELL, 2003). Assim nasceram Os Flintstones, programa que estreou em 30 de setembro de 1960 no canal ABC. Para Booker (2006), Os Flintstones foi inspirado em *The Honeymooners*¹⁷, mas que foi de menos importância para a cultura popular estadunidense do que o desenho animado que se inspirou nela. De acordo com o autor, apesar de um programa chamado *Matty's Funday Funnies* ter sido o primeiro desenho animado a entrar para o *prime-time* da televisão estadunidense, ele não era focado em personagens e cenários específicos.

¹⁶ Ex-Presidente da Columbia Pictures Television.

¹⁷ Uma *sitcom* dos anos 1950 sobre o dia-a-dia de Ralph Kramden e Ed Norton, dois amigos e trabalhadores da classe média, e suas esposas. Em *The Honeymooners* os personagens tentam resistir ao modo de vida consumista, sem sucesso.

A série se passa na cidade fictícia de Bedrock na Pré-História e conta com dois núcleos familiares. O principal é formado pelo casal Wilma e Fred Flintstone e, mais tarde, pela filha deles, Pedrita. A segunda família é constituída por Betty e Barney Rubble, que também têm um filho mais tarde (Bambam), eles são os vizinhos e amigos de Fred e Wilma. Wilma e Betty são donas de casa, enquanto Fred e Barney trabalham na pedreira da cidade, mas eles não gostam muito do trabalho que têm (especialmente Fred, que vive tentando arrumar jeitos de ficar rico seja tornando-se um astro do rock ou tentando roubar a herança do tio).

Apesar de a animação situar-se no período pré-histórico, os personagens têm o mesmo desejo de consumir que alguém que vive nos Estados Unidos em 1960. Isto inclui televisão, carros e utensílios domésticos, como triturador de lixo e aspirador de pó, mas estes produtos são adaptados para o contexto pré-histórico, sendo um dos fatores que geram o humor na série. Assim, por exemplo, o aspirador de pó é na verdade um mamute que suga a sujeira com a trompa, o triturador de lixo é um porco que come tudo o que é jogado na pia e assim por diante.



Figura 4 - Da esquerda para a direita: Wilma aspirando a casa com um mamute; Wilma e Betty passando roupa com o bico de um passarinho; O carro dos Flintstones; Fred cortando a grama com um dinossauro. Fontes: <<http://goo.gl/aTq0uS>> <<https://goo.gl/icpi95>> <<http://goo.gl/0uvntX>> <<https://goo.gl/clq3qg>>_ Acesso em 06 jul. 2016.

A mistura incongruente do programa entre elementos pré-históricos com tecnologia moderna – Os Flintstones nunca ouviram falar de sapatos, mas eles têm uma televisão, um telefone e um carro – pode ser bem engraçado, mas isto também tem uma função séria. Ao colocar o que é essencial no estilo de vida Americano dos anos de 1960 para a idade da pedra, onde esses elementos parecem engraçados e fora do lugar, Os Flintstones criaram um senso contínuo de estranhamento que permite que o espectador veja a sua própria sociedade, na

qual eles possam simplesmente achar que é a forma natural de uma sociedade ser, de outro modo, lembrar a eles do quão esquisito e relativamente novo é seu estilo de vida tecnológico (BOOKER, 2006, p. 3)¹⁸.

Estas imagens representam a forma de consumir dos Flintstones. A tecnologia é adaptada para o contexto da idade da pedra, mas mesmo assim ela está presente. O automóvel, em especial, é uma tecnologia relativamente nova para 1960, e na série ele é movido pela própria força humana (apesar dos personagens serem capazes de percorrer distâncias maiores com ele), mostrando que aqui o carro existe para mostrar a ideia do consumo, porque possuir um carro garante algum status social na época, e não porque ele tem alguma função muito importante de locomoção.

De todos os produtos tecnológicos de consumo, o que mais se destaca é a televisão, não por ser um dos aparelhos adaptados que causam humor, mas por ser algo quase indispensável na casa de uma família de classe média da década de 1960 e, por consequência, indispensável para Fred e Barney.

A amizade entre os dois personagens masculinos é muito importante para o desenvolvimento da série, mas apesar de Fred ter uma personalidade mais forte e ser o líder do grupo, às vezes é Barney quem resolve o problema e ajuda o amigo, mostrando que ele é mais inteligente do que aparenta ser.

¹⁸ The show's incongruous mixture of prehistoric elements with modern technology—the Flintstones have never heard of shoes, but have a television, a telephone, and a car—can be quite amusing, but it also serves a serious function. By transplanting what is essentially a 1960s American lifestyle into the Stone Age, where its various elements seem humorously out of place, *The Flintstones* creates a continuous sense of estrangement that allows the show's viewers to see their own society, which they might otherwise simply take for granted as the natural way for a society to be, in new ways, reminding them of how unusual and relatively new their affluent, high-tech way of life really is. (BOOKER, 2006, p.3)

As relações conjugais também são essenciais em Os Flintstones. Wilma e Betty são muito dedicadas aos seus maridos e à vida familiar e seguem o modelo idealizado de donas de casa dos anos de 1950. Durante a terceira e a quarta temporadas, respectivamente, Wilma e Betty se tornam mães, o que não só aumentou a audiência do programa como adicionou uma nova dimensão na vida familiar dos personagens.

Contudo, as relações familiares não são sempre perfeitas, principalmente porque as figuras masculinas não têm um salário muito bom e às vezes sentem que não conseguem arcar com as reponsabilidades de sustentarem a família, o que gerou uma série de episódios onde eles tentam ganhar dinheiro de outras formas. Por exemplo, em “The Hit Songwriter” (15/09/1961), Fred e Barney tentam ganhar dinheiro escrevendo músicas para cantor Hoagy Carmichael.

3.2 – Os Simpsons

Os Simpsons foram criados por Matt Groening em 1987 e começaram como vinhetas de aproximadamente dois minutos que passavam entre as trocas de cenas e quadros de um programa de comédia na Fox chamado *The Tracey Ullman Show*, que começou também em 1987 e teve três temporadas. Eles são uma família disfuncional em forma de animação e provavelmente é a família mais importante na história da televisão estadunidense. As pequenas aparições em *The Tracey Ullman Show* tiveram bons propósitos, pois deram aos produtores a chance de “[...]”

desenvolver seus personagens e refinar seu estilo distinto de animação antes do programa começar como uma entidade independente” (BOOKER, 2006, p. 47).¹⁹

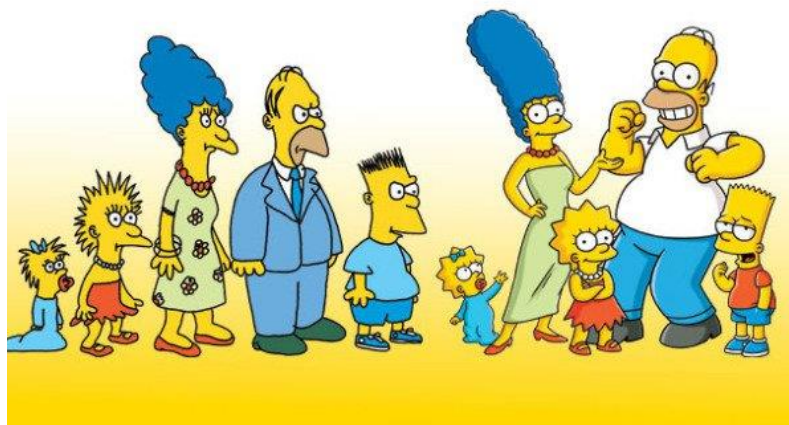


Figura 5 - Os Simpsons em The Tracey Ullman Show / Os Simpsons atualmente. Fonte: <<http://goo.gl/JNlmrR>> Acesso em 12 jul. 2016.

O programa gira em torno da família Simpson. Homer é a “estrela do show”; ele é preguiçoso, “burro” e pouco dedicado a cuidar da família (frequentemente estrangula o filho Bart, negligencia as filhas e ignora os conselhos da esposa Marge), apesar de amá-los. Homer trabalha como técnico de segurança na usina nuclear da cidade e normalmente causa problemas quase catastróficos, mas que se resolvem no final de cada episódio. Ele detesta trabalhar e sempre procura soluções absurdas para ficar rico e/ou faltar ao trabalho sem que ninguém perceba.

Marge é a personagem que mantém a família unida; ela é uma dona de casa que cuida dos filhos e apoia o marido mesmo quando ele não merece. Contudo, muitas vezes Marge se sente sufocada e procura atividades fora do âmbito familiar, como trabalhar ou sair com um grupo de amigas, mas normalmente as coisas dão errado (na maioria das vezes não é culpa dela, é culpa de Homer ou da sociedade,

¹⁹ [...] develop their characters and refine their distinctive animation style before the show began as a separate entity (BOOKER, 2006, p. 47).

que em geral não aceita sua inserção no mercado de trabalho) e ela percebe que o que quer mesmo é ficar em casa e assumir suas responsabilidades de mãe e esposa.

Homer e Marge têm três filhos: Bart é o mais velho e sempre arruma confusão, Lisa é a inteligência e a consciência da família e Maggie é o bebê, ela não tem muito destaque no programa por ter movimentos e falas limitadas, mas em muitos episódios prova ser a mais esperta de todos. Os personagens não envelhecem no decorrer das temporadas, o que funciona muito bem para o programa.



Figura 6 - Da esquerda para a direita: A família Simpson sentada do sofá para assistir televisão; Homer estrangulando o Bart; Marge vendendo pretzels; Homer dormindo do trabalho. Fontes: <<http://goo.gl/1vDq75>> <<http://goo.gl/5FF8W8>> <<http://goo.gl/gnjWyc>> <<https://goo.gl/45rr44>> Acesso em 06 jul. 2016.

Na primeira imagem vemos o último frame da abertura da série, que é quando todos chegam em casa e se sentam para assistirem juntos à televisão. A cada episódio os produtores brincam com esta cena, mas este é o momento em que eles se unem para passarem um tempo juntos no final do dia, mostrando a “importância” do aparelho para a vida familiar, e, principalmente, para o estilo de vida Ocidental dos anos de 1990.

A segunda figura é uma das últimas cenas de Os Simpsons – O Filme, na qual eles estão tentando reconstruir a casa quando Homer acidentalmente prega a calça junto com a telha, fazendo Bart rir e zombar dele. É nesta hora que Homer diz

“seu zé ruela” e o estrangula, esta mesma situação ocorre com frequência durante a série, inclusive na frente de Marge e das outras crianças, mas ninguém se interessa em ajudar o menino.

A imagem seguinte foi retirada do episódio "The Twisted World of Marge Simpson" (19/01/1997), no qual Marge compra uma franquia de Pretzels, mas quando os negócios não dão certo, Homer a ajuda e até contrata os bandidos da cidade para se livrarem da concorrência. O interessante é que no começo deste episódio Homer diz “Porque você precisa ganhar dinheiro? Enquanto eu for capaz de trabalhar essa família não terá com que se preocupar”. Logo após ele machuca o olho com um cachorro quente e fala “Ligue para o meu serviço e diga que eu não vou trabalhar amanhã”, mostrando ao mesmo tempo sua vontade de ser o homem da casa que sustenta a família e seu desinteresse em trabalhar.

A última figura é a representação perfeita de como Homer negligencia seu trabalho. Nela o vemos de cueca dormindo em frente aos painéis de controle que servem de mesa para seus donuts e refrigerante enquanto seu chefe, o Senhor Burns, o observa. Vinte sete temporadas se passaram e Homer continua trabalhando na usina nuclear, apesar de ter sido demitido algumas vezes.

Existem inúmeros personagens secundários no programa e diversas participações especiais que aumentam com o passar das temporadas, mas o foco é sempre no núcleo familiar. No final de cada episódio, não importa o quanto eles erraram ou o quanto deixaram os outros preocupados ou loucos, eles conseguem sempre resolver os problemas juntos, mostrando que nenhuma outra relação é tão forte como os laços familiares.

Os Simpsons moram no subúrbio de Springfield e possuem um estilo de vida voltado para o consumo e para a televisão, tanto que a vinheta de abertura do programa é a família toda correndo para casa para assistirem à televisão juntos, satirizando a vida da classe média suburbana assim como ícones da cultura popular estadunidense, da qual eles afinal fazem parte. Temas como política e religião também fazem parte da gama de assuntos ironizados no programa.

O Simpsons também apresenta conteúdos violentos, o que o tornou alvo de críticas e, muitas vezes, tido como um produto “sem classe” e impróprio para crianças ou para a família assistir junta, tópico trabalhado por Diane Alters (2003) e que será explorado mais a fundo na análise abaixo. Mesmo assim, Os Simpsons se tornou o programa de animação e a *sitcom* mais bem-sucedida e duradoura no *prime-time* da televisão, principalmente por causa da rede de televisão a cabo, que abriu oportunidades para programas que tinham um tipo de humor mais satírico e apelativo ao público adulto.

3.3 – Uma Breve Comparação

Ao colocar os dois programas apresentados acima em perspectiva, podemos perceber que eles possuem formatos de *family sitcom* muito parecidos, e autores como Booker (2006) até ressaltam o fato de que Os Simpsons foram inspirados em Os Flintstones, mas os programas foram executados de formas bem diferentes.

Em Os Flintstones, percebemos uma clara influência dos *sitcons* dos anos 1950 (Como *Leave It to Beaver* e *The Donna Reed Show*, mas principalmente o programa *The Honeymooners*, expresso no subcapítulo sobre Os Flintstones), o que

significa que eles foram construídos de forma a serem uma família tradicional do subúrbio, apesar de Fred e Barney frequentemente tomarem decisões que desagradam suas esposas, como no episódio “The Flintstone Flyer” (30/09/1960), no qual Fred finge estar passando mal para ir jogar boliche com Barney ao invés de levar sua esposa à Ópera. Wilma e Betty descobrem tudo e brigam com os maridos, que fogem delas em um carro voador inventado por Barney. Fred também costuma ser muito ranzinza quando alguém se atreve a atrapalhar seus planos, sejam eles jogar boliche, dormir ou assistir à televisão.

Em alguns episódios ele é propenso a tomar algumas decisões estúpidas, por exemplo, em “Baby Barney” (09/11/1962), Fred quer ficar rico e tenta ganhar a herança de seu tio Tex Flintstone, dizendo para o tio que ele e Wilma têm um bebê chamado “Pequeno Tex”. Contudo, Tex Flintstone decide visitar seu sobrinho, então Fred pede para que Barney finja ser o bebê, o que obviamente não dá certo.



Figura 7 - Da esquerda para a direita: Cena de "The Flintstone Flyer", Fred finge estar doente para não ir à ópera; Cena de "Baby Barney", Barney finge ser um bebê para o tio de Fred. Fontes: <<https://goo.gl/qTm9q8>> <<http://goo.gl/py8Rlv>> Acesso em 12 jul. 2016.

Estas situações fazem o humor da série, contudo, mesmo que Fred arrume alguns problemas, ele continua a ser o tipo de homem que se espera que ele seja: Uma figura masculina forte que trabalha para sustentar a família e raramente reconhece os esforços da mulher.

Já Os Simpsons são menos convencionais. Homer tem um talento único para fazer besteiras e a família toda aparenta ter problemas de comportamento, apesar de perceberem isto à vezes e tentarem consertar o problema. Em "There's No Disgrace Like Home" (28/01/1990), Homer fica deprimido quando sua família se comporta mal em um piquenique na casa do Sr. Burns e dizem para ele que sua família é a pior da cidade, então quando ele assiste a um comercial sobre um terapeuta que promete ajudar famílias problemáticas ou garante o reembolso do dobro do valor da consulta, Homer vende sua amada televisão em prol de tentar ajudar a família, mas eles destroem o consultório do terapeuta que lhes paga o reembolso só para se livrar dos Simpsons.

Homer não aparece como uma figura masculina tão forte quanto Fred, ele se preocupa com a família, mas não ao ponto de se esforçar no trabalho para sustentá-los bem (ele é raramente demitido, mas sempre consegue o emprego de volta, independentemente do quanto cometa erros) e, apesar de quase não demonstrar, ele ama Marge e tenta ajudá-la sempre que não está muito ocupado consigo mesmo.

O papel das mulheres nos dois programas, apesar de parecerem os mesmos, são bem diferentes. Às vezes Wilma expressa seu desejo de trabalhar fora, mas como Fred é contra, ela fica em casa e parece não se importar com isso, sempre que ela tem alguma oportunidade de fazer algo diferente ela se contenta de que aquela vida não é para ela. Enquanto Marge, apesar de igualmente dedicada, aparenta ter mais necessidade de fazer coisas novas, e até salva o Homer dos seus problemas em muitas ocasiões.

No episódio “Please Homer, Don't Hammer 'Em...” (24/09/2006), Marge começa a ler livros de carpintaria e descobre que tem talento; ela tenta oferecer seus trabalhos para a cidade, mas como eles são machistas, ninguém aceita que esse tipo de trabalho seja feito por uma mulher. Marge pede para que Homer a ajude, então ela fica escondida para que o marido se apresente como carpinteiro para o cliente e, quando este vai embora, Marge faz o trabalho. Homer é convidado para consertar a montanha-russa da cidade, mas Marge cansa de não receber créditos pelo seu trabalho e se recusa a ajudar. Como Homer é orgulhoso ele aceita o trabalho mesmo assim, arriscando sua vida em uma tentativa de continuar com a mentira, mas Marge conserta a montanha-russa no último instante e salva Homer.



Figura 8 - Da esquerda para a direita: Cena de "There's No Disgrace Like Home", Os Simpsons voltando da casa do Sr. Burns; Cena de "Please Homer, Don't Hammer 'Em...", Marge trabalhando enquanto Homer não faz nada. Fontes: <<https://goo.gl/iaawc0>> <<https://goo.gl/k1CYNH>> Acesso em 12 jul. 2016.

Ao se verem frente a um problema com seus maridos, Wilma prefere brigar e bater, enquanto Marge se mostra propícia a abandonar Homer caso ele não resolva a situação, mesmo que ela sempre volte para ele depois.

3.4 – Violência e Mau Comportamento na Televisão - “Isto não é apropriado para os nossos filhos”

Violência é um tema que abrange os dois universos e sempre esteve presente na televisão. Como foi apontado acima, Wilma bate em Fred caso haja alguma desavença entre os dois e Fred muitas vezes chama Barney de “idiota”, mas esses fatores não parecem ter afastado o público, apenas geraram humor que agradou tanto ao público adulto quanto ao infantil.

Já em Os Simpsons, as cenas violentas ganharam uma importância maior. Bart sofre bullying na escola, Homer estrangula Bart, Lisa e Bart costumam se agredir fisicamente durante as brigas, sem mencionar os xingamentos e palavrões. Estes são alguns dos elementos que fazem com que o programa aparente ser direcionado a um público mais maduro do que o infantil.

Em contrapartida, no próprio programa dos Simpsons, as crianças assistem a um desenho animado chamado “Comichão e Coçadinha”, uma paródia mais violenta de Tom e Jerry. Marge chega a lutar contra a exibição do programa em “Itchy & Scratchy & Marge” (20/12/1990) por achar que ele estava influenciando o comportamento do bebê Maggie, contudo, Marge percebe que estava sendo hipócrita ao exigir um programa livre de violência e tudo volta ao normal. Além disso, “Comichão e Coçadinha” é um dos programas favoritos da inteligente Lisa, e assisti-lo não afeta nem seu comportamento nem sua “inteligência”, insinuando que assistir a programas violentos não deixa ninguém mais “estúpido”.

Uma pesquisa realizada por Diane Alters (2003) aponta que a violência é um grande fator que influencia na opinião dos pais sobre o programa. A pesquisa de Alters baseia-se na teoria de Bourdieu sobre campos e classes, onde duas famílias

são entrevistadas a respeito de Os Simpsons e as respostas de cada um deles correspondem aos seus capitais culturais e a classe social na qual estão inseridas. Contudo, o mais interessante a ser observado na pesquisa para este trabalho é o fato de que as mães consideram os comportamentos dos personagens inapropriados e por isso não deixam seus filhos assistirem.

É verdade que Homer fica bêbado com frequência e até mesmo as crianças já experimentaram a famosa cerveja Duff em alguns episódios. A marca existe de verdade desde 2004, mas não é licenciada pela Fox, pois o criador da série não queria que a cerveja fosse fabricada com medo de encorajar as crianças a consumirem álcool. Enquanto isso, em Os Flintstones, os personagens apareciam fumando constantemente e faziam propaganda dos cigarros Winston, mesmo que esta propaganda fosse voltada para o público adulto que assistia ao programa durante o horário nobre, o desenho também atraía o público infantil, mas não vemos mães falando que seus filhos não podem assistir a Os Flintstones porque os personagens fumam.



Figura 9 - Da esquerda para a direita: Propaganda dos cigarros Winston; Homer bebendo cerveja. Fontes: <<http://goo.gl/DPBFJe>> <<http://goo.gl/RvmFu2>> Acesso em 12 jul. 2016.

No discurso de alguns entrevistados por Alters (2003) aparece ainda outra preocupação que não está relacionada à violência e aos maus modos dos personagens. A entrevistada Sharon Hartman disse que eles zombam da classe média estadunidense e que o programa é repleto de estereótipos desrespeitosos.

[...] A barriga gorda de cerveja do Homer, seu trabalho subalterno na usina nuclear, seu casamento com Marge enquanto eles ainda estavam no colegial. Até mesmo a dieta deles zomba da classe trabalhadora, é uma fantasia do Elvis: costeletas de porco, purê de batatas, e o café da manhã de Homer depois da Igreja consistindo em waffle com recheio de caramelo embrulhado em uma barra de manteiga com um palito de dente (“Homer the Heretic” 8 de outubro de 1992). (ALTERS, 2003, p. 168).²⁰

Exagero ou não, aparentemente ninguém reclama da barriga de Fred Flintstone ou diz que o “Brontossaurobúrguer” com “Cactus-Cola” e as “Costelas de Brontossauro” são ofensivos à cultura da classe média estadunidense ou um estereótipo rude. Fato é que Os Flintstones também tinham seus modos de ironizar a classe trabalhadora e a cultura do consumo, mas eles fracassaram por não terem saído da zona de conforto, o que dissipou o interesse do público adulto levando à sua queda do *prime-time*.

Apesar das diversas críticas, Os Simpsons conseguiram se manter por vinte e sete temporadas até hoje no horário nobre, e a vigésima oitava já está em produção. O programa adotou um gênero que já era utilizado desde os primórdios da televisão e conseguiu reinventá-lo com um tipo de humor que pode até ser considerado desrespeitoso, mas que foi capaz de consolidar audiência.

²⁰ [...] Homer’s beer belly, his low-level security job at the nuclear power plant, his marriage to Marge while they were still at high school. Even their diet is mock working class, pure fantasy Elvis: pork chops, mashed potatoes, and Homer’s stay-home-from-church breakfast of a caramel-filled waffle wrapped around a stick of butter on a toothpick (“Homer the Heretic,” 8 October 1992). (ALTERS, 2003, p. 168).

É importante lembrar que Os Flintstones, de certa maneira, foi um programa experimental por ser a primeira animação a tentar obter espaço no *prime-time*, e é graças a este “experimento” que desenhos como Os Simpsons fazem sucesso hoje em dia.



Figura 10 – Frame de abertura do episódio “Marge vs. the Monorail” (14/01/1993). Os Simpsons chegam em casa mas não podem se sentar no sofá, pois o mesmo já está ocupado pelos Flintstones. Fonte: <<http://goo.gl/wQfzol>> Acesso em 12 jul. 2016.

Conclusão

Com certo tom de nostalgia, foram abordados neste trabalho assuntos relacionados aos desenhos animados e como os programas de animação nasceram e se desenvolveram até integrarem parte da programação do horário nobre. Revemos as contribuições da Disney para o mercado infantil e de Hanna-Barbera para a inserção dos desenhos no *prime-time*, assim como a importância da rede de televisão a cabo como um “lugar” alternativo para o desenvolvimento de outros formatos de animação.

Com isto concluímos que o público infantil constitui um nicho de consumo grande e importante, tanto para as animações quanto para produtos paralelos das mesmas. Também foi possível concluir que desenhos animados não são apenas para crianças, existem outros nichos de consumo que também podem ser muito lucrativos, tudo depende de como o programa visa atrair o público.

Além disso, vimos no caso Os Flintstones x Os Simpsons que a animação mais bem-sucedida no *prime-time* é aquela que, apesar das críticas, sai do senso comum e conquista uma parcela relevante do público adulto, estabelecendo-se como um programa diferenciado capaz de competir contra a programação de outras emissoras de televisão.

Os canais de televisão a cabo representam maior liberdade para a criação de programas, principalmente de animação, permitindo que produções que possuem um tipo de “humor negro” satisfaçam a um público específico, atraindo a audiência que não encontra este tipo de programação em outras emissoras.

Acredito que este trabalho tenha conseguido explorar o território da animação nos Estados Unidos e mostrar que esses acontecimentos não foram eventos isolados, eles também aconteceram no Brasil, mesmo que alguns anos depois. Muitos programas de origens estrangeiras fazem parte da programação da televisão brasileira até hoje, tanto dos canais por assinatura quanto os abertos, e constituem uma parcela importante da mesma.

Referências

Livros e Trabalhos Acadêmicos

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ALTERS, Diane F. “*We hardly watch that rude, crude show*”: Class and taste in The Simpsons. In: HARRISON, Mark; STABILE, Carol A. *Prime Time Animation: Television animation and American culture*. New York: Routledge, 2003.

BENJAMIN, Walter. *A Obra de Arte na Época da Reprodutibilidade Técnica*. In: LIMA, Luiz C. *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

BOOKER, M. Keith. *Drawn to television: prime-time animation from The Flintstones to Family guy*. Connecticut: Praeger Publishers, 2006.

BUCKINGHAM, David. *Child-centred television: Teletubbies and the Educational Imperative*. Leicester University Press, 2002.

CONH, Gabriel. *Sociologia da Comunicação: Teoria e Ideologia*. São Paulo: Pioneira, 1973.

HARRISON, Mark; STABILE, Carol A. *Prime Time Animation: Television animation and American culture*. New York: Routledge, 2003.

HILTON-MORROW, Wendy; MCMAHAN, David T. *The Flintstones to Futurama: Networks and prime time animation*. In HARRISON, Mark; STABILE, Carol A. *Prime Time Animation: Television animation and American culture*. New York: Routledge, 2003.

MITTEL, Jason. *The great saturday morning exile: Scheduling cartoons on television's periphery in the 1960s*. In HARRISON, Mark; STABILE, Carol A. *Prime Time Animation: Television animation and American culture*. New York: Routledge, 2003.

ODININO, Juliana de Paula Queiroz. *Imaginário Infantil e Desenho Animado no Cenário da Mundialização da Culturas*. São Paulo, 2004. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Universidade Estadual de Campinas, 2004.

SANDLER, Kevin S. *Synergy Nirvana: Brand equity, television animation, and Cartoon Network*. In HARRISON, Mark; STABILE, Carol A. *Prime Time Animation: Television animation and American culture*. New York: Routledge, 2003.

WELLS, Paul. *"Smarter than the average art form": Animation in the television era*. In HARRISON, Mark; STABILE, Carol A. *Prime Time Animation: Television animation and American culture*. New York: Routledge, 2003.

Páginas da Internet

ABBOTT, Bill. Cartoon Syndication. 07 de novembro de 2012. Disponível em <<https://billabbottcartoons.com/2012/11/07/cartoon-syndication/>> Acesso em 10 jul. 2016.

SILVA, Carlos Rogério. RANKING DOS 60 CANAIS MAIS ASSISTIDOS NA TV A CABO EM JANEIRO. 21 de fevereiro de 2016. <<http://br.blastingnews.com/tv-famosos/2016/02/ranking-dos-60-canalais-mais-assistidos-na-tv-a-cabo-em-janeiro-00799929.html>> Acesso em 12 jul. 2016.

Anexo



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE MONOGRAFIA

Niterói, 28/07/2016

Eu, **MARIANA LEITE SILVA**, CPF 134.847.977-97 formando(a) do curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, autorizo a divulgação do conteúdo da monografia (texto integral e/ou fragmentos, respeitada a autoria) intitulada “**DE BEDROCK A SPRINGFIELD: RERESSENTAÇÃO NOS DESENHOS ANIMADOS DO HORÁRIO NOBRE**” defendida nesta data, em bibliotecas e sítios de divulgação de resultados científicos e acadêmicos. Para tal, comprometo-me a entregar a presente monografia em versão digital, em PDF.

Mariana Leite Silva

MARIANA LEITE SILVA