

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ICSA – INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DECSO – DEP. DE CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO E SERVIÇO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

Ana Rafaela da Silva

Os Simpsons:

Representações sociais do Brasil na série norte-americana

Mariana
2017

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ICSA – INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DECSO – DEP. DE CIÊNCIAS SOCIAIS, JORNALISMO E SERVIÇO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

Ana Rafaela da Silva

Os Simpsons:

Representações sociais do Brasil na série norte-americana

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Claudio Rodrigues Coração

Mariana

2017

Catálogo na fonte: Bibliotecário: Essevalter de Sousa - CRB6a. - 1407 - essevalter@sisbin.ufop.br

S586s Silva, Ana Rafaela da

Os Simpsons: Representações sociais do Brasil na série norte-americana [recurso eletrônico] / Ana Rafaela da Silva.-Mariana, MG, 2017.

1 DVD; 4 3/4 pol.+ 1 monografia (46 f.).

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Ouro Preto, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social, DECSO/ICSA/UFOP

1. Simpsons (Programa de televisão) - \$v Teses. 2. Televisão - Programas - Teses. 3. MEM. 4. Televisão - Minisséries - Teses. 5. Monografia. I.Coração, Cláudio Rodrigues. II.Universidade Federal de Ouro Preto - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas - Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social. III.Versão impressa. IV. Título.

CDU: Ed. 2007 -- 654.19
: 15
: 1417372

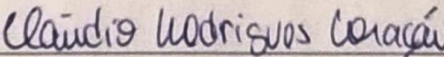
Ana Rafaela da Silva

Curso de Jornalismo – UFOP

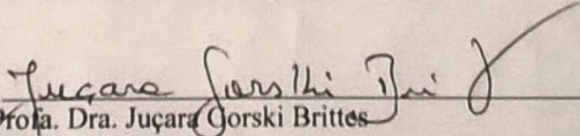
OS SIMPSONS:
REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO BRASIL NA SÉRIE NORTE-AMERICANA

Trabalho apresentado ao Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação do Prof. Dr. Claudio Rodrigues Coração.

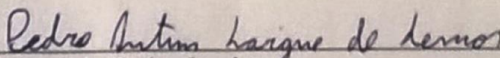
Banca Examinadora:



Prof. Dr. Claudio Rodrigues Coração.



Profa. Dra. Juçara Gorski Brites



Mestrando Pedro Lavigne

Mariana, 09 de março de 2017.

RESUMO

O presente trabalho articula os conceitos de representação, identidade, estigmas e estereótipos com a *comédia de situação Os Simpsons*. Busca compreender como questões sociais brasileiras são tematizadas em dois episódios da série, que têm o Brasil como destino: *Blame It On Lisa* e *You don't have too live like a referee*. O objetivo, portanto, é explorar o discurso sobre o Brasil, criado pelo desenho, relativo a essas quatro categorias de análise. Fazendo isso, estabelece a possibilidade de reflexão sobre o imaginário social brasileiro articulado pelo desenho.

Palavras chave: Simpsons, comédia de situação, representações, estigmas, estereótipos

ABSTRACT

The present work articulates the concepts of representation, identity, stigma and stereotypes with the *SitCom The Simpsons*. It seeks to understand how Brazilian social issues are thematized in two episodes of the series, which have Brazil as a destination: *Blame It On Lisa* and *You do not have too live like a referee*. The goal, therefore, is to explore the discourse on Brazil, created by drawing, relative to these four categories of analysis. Doing so, establishes the possibility of reflection on the Brazilian social imaginary articulated by the drawing.

Keywords: Simpsons, SitCom, representation, stigma, stereotypes

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01 - O órfão Ronaldo corre para o orfanato para se proteger dos macacos.....	28
FIGURA 02 - Companhia de aviação brasileira com símbolo de um macaco.....	29
FIGURA 03 - Favela para turistas.....	30
FIGURA 04 - Ratos coloridos das favelas.....	31
FIGURA 05 - Fast-food do palhaço Krusty na Amazônia.....	32
FIGURA 06 - Fita de espanhol que Bart usou para aprender a falar espanhol no avião.....	33
FIGURA 07 - Fila de conga usada pelos Simpsons como meio de transporte.....	34
FIGURA 08 - Professor de dança.....	35
FIGURA 09 - Lisa lendo um livro com dicas sobre o Brasil.....	36
FIGURA 10 - Delegado brasileiro em Blame It On Lisa.....	37
FIGURA 11 - Programa Telemelões.....	38
FIGURA 12 - A apresentadora Xuxa no programa Clube da Criança.....	38
FIGURA 13 - Modelo Enoli Lara desfilando pela União da Ilha.....	39
FIGURA 14 - Funcionário do hotel comemora gol feito com a mala.....	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	07
1 NARRATIVAS FICCIONAIS SERIADAS.....	09
1.1 <i>Comédia de situação.....</i>	11
2 APRESENTANDO: OS SIMPSONS.....	13
2.1 Personagens.....	16
2.2 O discurso dos <i>Simpsons.....</i>	21
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DE ANÁLISE.....	25
4 OS SIMPSONS NO BRASIL: O QUE O DESENHO TEM A DIZER SOBRE NÓS...27	
4.1 Representação e identidade.....	27
4.2 Estigmas e estereótipos.....	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44

INTRODUÇÃO

Estreava, em 1989, no canal FOX da tevê americana, uma série de desenho animado que iria transformar a tevê e a sociedade: *Os Simpsons*. O tema central do desenho é o retrato cotidiano de uma família norte americana, composta por Homer, Marge, Bart, Lisa e Maggie, além de fazer críticas à sociedade, à vida familiar e ao comportamento humano. Por meio da sátira, a série apresenta uma espécie de análise sobre a forma “mediocre” como os norte-americanos – e outros povos – vivem. Agora, em 2017, está no seu vigésimo oitavo ano, o que faz dela a comédia de situação há mais tempo no horário nobre da televisão.

Nos seus 28 anos, *Os Simpsons* é assistido por milhares de telespectadores em diversos países, se afirmando como produto de ficção midiática de grande difusão de conteúdo cultural e social. Tornou-se objeto de discussão por causa da forma de se aproximar do real, usando temas e trazendo os mais variados tópicos para serem refletidos.

A proposta do trabalho é analisar representações sociais fundadas em dois episódios do desenho. Para isso, destacou-se aspectos utilizados pela série que se enquadram em nossas categorias de análise, colocando em evidência os aspectos culturais, políticos e sociais do Brasil nesses episódios.

Os episódios em questão são: *Blame It On Lisa* (Feitiço de Lisa), 15º da 13ª temporada, exibido em 2002; e *You Don't Have to Live Like a Referee* (Você não tem que viver como um árbitro), 16º da 25ª temporada, exibido em 2014. A escolha de um produto midiático televisivo, sendo ele uma série de desenho animado, foi condizente com o fato de os *Simpsons* ter uma atmosfera de alcance global. De modo geral, ele cumpre o papel de transmitir cultura e formar identidades. Esses dois episódios colocam em destaque conceitos estereotipados do Brasil: a definição do país do futebol e do samba e de uma sociedade marcada por violência e corrupção.

Com base nisso, o estudo, então, pretende examinar o que caracteriza a série por meio dos episódios selecionados, na tentativa de compreender a visão da sociedade norte-americana sobre o país: como os temas brasileiros são pautados na mídia exterior, como as questões sociais brasileiras são interpretadas em outros lugares do mundo.

A narrativa seriada é o tema do *capítulo um*. Vamos fazer um breve contexto sobre essa categoria de produção seriada, seguindo para sua relação com o público, e continuando por sua associação com a criação de identidade como produto da indústria cultural. E também percorrer e categorizar o gênero comédia de situação, em que o tipo de produção dos *Simpsons* se enquadra.

Seguindo para o *capítulo dois*, apresentamos para o leitor o que é o desenho, quando e por quem foi criado, seu impacto social. Descrevemos também os principais personagens da série, visto que eles tem importante função de atuar como agentes sociais dos temas que a série trata. Por último, falamos sobre o discurso dos *Simpsons*; suas principais características e estratégias narrativas.

Já no *capítulo três*, usamos como método de investigação a análise de conteúdo. O *capítulo quatro* explora, portanto, dentro dos episódios, as hipóteses levantadas pelo trabalho, pesquisando os códigos que denotam as nossas categorias de análises, que são identidade, estigmas e estereótipos e representações sociais.

1 NARRATIVAS FICCIONAIS SERIADAS

O formato de serialidade aflora como uma alternativa para que a televisão esteja no ar todos os dias, ininterruptamente, tornando-se um “fenômeno midiático que cotidianamente se repete, construindo paradigmas de comportamento e reiterando modelos narrativos que migram de uma história para outra.” (TESCHE, 2004, p. 137). Silva (2014) trata essa nova forma de narrativa como algo ligado à necessidade de uma programação contínua e um espaço de manifestação artística.

O formato de narrativa seriada, segundo Eco (1989) agrupa gêneros diferentes, desde a novela até comédias de situações. As estruturas das narrativas são compostas de quatro elementos fundamentais: foco, espaço, tempo e personagem. Esses quatro elementos interligados definem o contexto da história. O foco determinará o ponto de vista; o espaço é a ambientalização da narrativa; o tempo determina a época da qual o roteiro trata; e os personagens exercem a função de atores sociais. Bulhões (2009) discorre sobre a atuação desses elementos no processo de identificação do público com as produções:

Ainda no universo televisivo, a marca do reconhecimento é nítida em um desenho animado como Os Simpsons. Ao retratar o dia a dia da vida familiar americana, as várias situações cômicas da série nos convidam à identificação de nossas mediocridades cotidianas. Aliás, a própria vinheta de abertura de Os Simpsons remete ao processo de reconhecimento: nosso hábito de assistir à televisão em família é espelhado na imagem dos membros da família Simpson correndo para o sofá para assistir a mais um episódio da série (BULHÕES, 2009, p. 115).

A serialidade faz um contrato cíclico com o telespectador. A história a ser contada é dividida em diversos episódios e personagens, levando o público a acompanhar a jornada e o desfecho dos fatos. Ele é formado por dois tipos de conflitos: os centrais e os secundários, cujos desdobramentos ao longo dos episódios, em um sistema de repetição, agrupa personagens e locais, criando identificações.

No cenário televisivo, as narrativas são direcionadas, quase sempre, a um público alvo específico, para garantir sua fidelidade e sucesso do contrato entre imagem e telespectador. Para Franzão (2009):

Dentro da narrativa televisiva, a construção do enunciado pelo enunciador TV em sua intencionalidade requer escolhas composicionais adequadas às possíveis ligações intertextuais que se queira estabelecidas pelo público alvo daquela peça midiática, para que este mesmo público aceite as relações de sentido que são propostas como válidas e se disponha a consumir a enunciação narrativa que ora se desenrola (FRANZÃO, 2009, p.25).

Dentro desse modelo narrativo, Silva estabelece três condições para a série ser uma forma de manifestação dessas novas dinâmicas esportivas, como uma experiência

predominantemente nacional e corrente. Ele explica essas condições de *forma*, *contexto* e *consumo*:

[...] a primeira condição é a que chamamos de *forma*, e está ligada tanto ao desenvolvimento de novos modelos narrativos, quanto à permanência e à reconfiguração de modelos clássicos, ligados a gêneros estabelecidos como a sitcom, o melodrama e o policial. A segunda condição está relacionada ao *contexto* tecnológico em torno do digital e da internet, que impulsionou a circulação das séries em nível global, para além do modelo tradicional de circulação televisiva. A terceira condição se refere ao *consumo* desses programas, seja na dimensão espectral do público, através de comunidades de fãs e de estratégias de engajamento, seja na criação de espaços noticiosos e críticos, vinculados ou não a veículos oficiais de comunicação como grandes jornais e revistas, focados nas séries de televisão (SILVA, 2014, p. 243).

Para que exista identificação de quem assiste à série, a linguagem televisiva se apropria de questões cotidianas e os personagens assumem, portanto, funções que podemos identificar no nosso dia a dia. Por isso, “o cotidiano vivido pelas personagens, na tela, deve agregar elementos da realidade contemporânea dos telespectadores, dando-lhes centralidade e capacidade de agendamento das discussões sobre a mídia” (TESCHE, 2004, p. 134).

O público das narrativas seriadas é, nesse sentido, assíduo, por se reconhecer em representações naturais. Além disso, o roteiro midiático, de modo geral, constrói contextos convergentes com o ambiente social e cultural. Marcelo Bulhões discute a ficção midiática como uma ampliação da nossa rotina.

De fato, a ficção midiática é um campo poderoso de captação e inserção de nossa subjetividade. Quando desfrutamos um filme, uma animação televisiva ou um game, ‘nos enxergamos’ ou nos reconhecemos simbolicamente na tela. Assim, a narrativa ficcional oferece-se como uma extensão espacial de nossa vida diária (BULHÕES, 2009, p. 105).

Para retomar um conjunto de elementos a cada novo episódio e introduzir novos, a estrutura das narrativas segue um ritmo padronizado e regular. Com isso, criam-se elos de reconhecimento junto ao público, a partir de uma unidade relativa, que permite a quem não viu o episódio anterior entender o que está acontecendo. Geralmente no primeiro episódio da série, os personagens e a trama central são apresentados ao público de modo esquemático. Essas características vão ser mantidas no decorrer de toda a história e funcionar como um sistema de acumulação. O desenvolvimento narrativo segue, segundo Calebrese (1992), uma repetição mecânica, de uma forma mais ou menos involuntária, em uma estética de repetição.

O tema central vai ser mantido durante todos os episódios, porém a ênfase pode ser alterada em cada um. Alguns capítulos podem ser destinados a histórias de personagens secundários, por exemplo. É necessário que os seriados assegurem uma relação sólida com as características dos personagens e o fio condutor central. Fora isso, é preciso que exista uma

variável bem feita de tramas para que um episódio não contradiga o outro, mas que também não se torne repetitivo.

Calabrese afirma que, no que diz respeito às repetições, um dos parâmetros de percepção do idêntico é o que se nota como diferente. Por serem feitas para durar um tempo maior, em alguns casos duram vários anos, as séries são divididas em capítulos e temporadas; os capítulos seguem uma sequência narrativa de acordo com a temporada em questão. A série consegue formar várias combinações possíveis para um mesmo tema e ter vários encadeamentos.

De acordo com Eco, “Na série, o leitor acredita que desfruta da novidade da história enquanto, de fato, distrai-se seguindo um esquema narrativo constante e fica satisfeito ao encontrar um personagem conhecido, com seus tiques, suas frases feitas, suas técnicas para solucionar problemas” (ECO, 1989, p.123). O lugar comum dentro da série mantém o espectador fiel ao programa e se torna fundamental na fruição.

Ao vincular em seu contexto informações sobre cultura, sociedade e valores sociais, e gerar representações sociais, elas produzem sentido e expressam a realidade de uma coletividade. Muitas vezes as produções são equivocadas e suscetíveis de duplo sentido, colocando o telespectador entre a substituição e o reconhecimento. Para Bulhões, “A fruição midiática é, no final das contas, uma moeda de duas caras que, quando lançada, nos faz ver uma imagem ambígua e desfocada: somos convidados ao mesmo tempo à substituição e ao reconhecimento” (BULHÕES, 2009, p.121).

1.1 Comédia de situação

Nos Estados Unidos existe uma vasta gama de programas, no formato de *comédia de situação*, que fazem grande sucesso, entre eles *Friends*, *Simpsons*, *The Big Bang Theory* e *How I met your mother*. Já no Brasil, podemos citar *A Grande Família*, *Tapas e Beijos*, *Os Normais*, *Toma lá, da cá* e *Pé na cova*.

Comédia de situação é uma série televisiva que faz chiste com situações do dia-a-dia, a palavra vem do inglês “*situation comedy*”. Os primeiros programas do gênero surgiram na rádio e migraram para a tevê na década de 1940. Elas podem ou não ser caracterizadas com o *saco de risada*, também conhecido como um artifício que aciona risadas previamente gravadas ao fundo de cada piada, como é o caso de *Toma lá, da cá*.

O gênero, de um modo geral, não possui situações dramáticas e complexas como outros formatos de séries, “na *sitcom*, a marca é a leveza na abordagem dos temas” (MESSA, 2006, p.3), é uma crônica do cotidiano. Além disso, os capítulos têm duração menor, em torno

de 20 minutos e a estrutura argumentativa agrega elementos como ironia, ambiguidade e crítica.

A principal característica do gênero é fazer humor com situações habituais, evidenciando falhas, deslizes, acasos etc, e buscando a identificação dos telespectadores. Por isso, têm como temas ambientes universais, como hospital e condomínio, ou uma profissão específica.

A graça, o riso fácil, é consequência de um texto bem escrito e personagens bem elaborados dentro de um contexto bem apresentado. As sitcoms, retratando o cotidiano de uma família típica de uma sociedade, trazem drama, humor, aventura, ficção e todas as demais abordagens imagináveis, mas acabam, também, assumindo a obrigação de fazer rir. De forma satírica, ele diz a verdade sobre questões sociais, políticas e familiares de uma determinada cultura (FURQUIM, 1999, p. 8).

Alguns elementos que tecem os *scripts* compreendem temas como atividades políticas e econômicas, relações familiares e comportamento. Diferentemente das séries, que podem se desenvolver em vários temas - sobrenaturais, fantasia, guerra - o foco de uma *comédia de situação* é em situações usuais vividas pelos personagens. Toda *comédia de situação* tem um elenco fixo de personagens e, devido a isso, o público, que se identifica com eles, é fiel e pontual. Elas, ainda têm jargões e piadas internas que são incorporados pelos fãs. O D’ooh de Homer Simpson, por exemplo, foi incorporado ao Dicionário de Oxford. E Bart se transformou em um ícone.

Slogans como “Incompetente com todo o orgulho”, “Eu sou Bart Simpson - Quem diabos é você?” e “Não esquenta, cara” em bonés e camisetas foram vestidos com orgulho por fãs que procuravam criar uma imagem rebelde para si próprios (KESLOWITZ, 2007, p.52).

Os episódios têm uma estrutura independente e trabalham diversas situações distintas, mostrando aspectos precisos dos personagens. O que permite explorar as mais variadas temáticas, com grande opções de temas e sub-temas. Dessa forma, as *comédias de situação* problematizam diferentes assuntos, conforme Machado expõe:

A cada emissão é uma história completa e autônoma, com começo, meio e fim, e o que se repete no episódio seguinte são apenas os mesmos personagens principais e uma mesma situação narrativa. Nesse caso, temos um protótipo básico que se multiplica em variantes diversas ao longo da existência do programa (MACHADO, 2005, p. 84).

Assim, a *comédia de situação*, como diz Galvão (2009), faz com que “determinada sociedade ria dela mesma devido aos exageros das situações, fazendo com que, através do riso, reflita sobre seus anseios, modos de vida, preconceitos”, caracterizando-se não apenas como um programa de entretenimento, mas como dispositivo de críticas à sociedade.

2 APRESENTANDO: OS SIMPSONS

Os Simpsons é uma família amarela, de quatro dedos, que nunca envelhece. Eles interpretam o cotidiano familiar da classe média branca norte-americana vivendo situações da realidade social. “Enfocam uma família, mas as questões com que essa família se depara refletem nossa realidade” (KESLOWITZ, 2007, p. 95). Eles são: Homer, o pai, que é inspetor na usina nuclear local; Marge, a mãe que luta pelo bem da casa; Bart, o rebelde de 10 anos; Lisa, a inteligente vegetariana; e Maggie, que apenas chupa sua chupeta. O criador da série, Matt Groening, nomeou *Os Simpsons* com os nomes dos seus parentes. Homer é o nome do seu pai; Marge o da sua mãe; Lisa e Maggie são os nomes das suas irmãs; e ele seria o próprio Bart.

Os Simpsons começaram mesmo nos 15 minutos que eu tive antes de conhecer Jim Brooks e apresentar minhas ideias. Eu ia fazer os personagens de *Life in Hell* em desenho animado, mas, no último instante, tive medo e achei que tudo poderia dar errado. Estragaria meus personagens e teria de voltar à minha tira cômica. Então, inventei novos personagens, ali, na hora. Por isso, receberam os nomes de membros da minha família. Não estava me sentindo muito criativo naqueles 15 minutos. Então, usei os nomes da minha família.¹

O desenho conta as aventuras vividas em uma cidade fictícia chamada Springfield, “qualquer lugar, nos Estados Unidos, lar da fraude, do Colégio Eleitoral e de todas as coisas americanas. Representa tudo que há de certo e errado nos Estados Unidos” (KESLOWITZ, 2007, p.16). A série aborda diversas questões, como política, religião, capitalismo, obesidade, vegetarianismo, fama, séries e filmes americanos, entre outros temas. “Com o passar dos anos, o programa abordou muitas questões sérias: a segurança envolvendo a energia nuclear, ambientalismo, imigração, direitos de homossexuais, mulheres nas forças armadas e assim por diante” (CANTOR, 2013, p. 154).

Para interpretar as questões abordadas pela série, existe um grande número de personagens com funções sociais, que criam uma atmosfera mais real do que uma animação “comum”. Para Cantor, a série tem um cenário humano mais próximo do real do que outras produções audiovisuais.

Os Simpsons aborda temas humanos reais que todos podem reconhecer, e, por isso mesmo, acaba sendo em muitos aspectos menos “desenho” que muitos outros programas de televisão. Seus personagens animados são mais humanos, mais plausíveis que muitos seres humanos supostamente reais em muitas comédias de situação. Acima de tudo, a série criou uma comunidade humana acreditável (CANTOR, 2013, p. 155).

¹ GROENING, Matt. **O ‘Making of’ dos Simpsons: A primeira família da América.** Informações especiais. *Os Simpsons*. 1ª temporada.

Os Simpsons espelha as contínuas mudanças da sociedade e incorpora elementos da cultura *pop*². Keslowitz exemplifica o uso de referências pelo desenho:

Os Simpsons, claro, é um programa repleto dessas espécies de referências à cultura popular. Para mencionarmos só um dos episódios em questão: no café da manhã, enquanto Bart fica caçando o distintivo policial em sua caixa de cereais, vemos que o cereal matinal de Lisa é “Jackie-Os.” Provavelmente nem preciso explicar que esse era o apelido de Jacqueline Kennedy Onassis, criado pela imprensa popular – e mesmo a imprensa popular reconhecia Jackie O como uma mulher de distinta beleza, sem falar de seus notáveis contatos, seu poder e influência (KESLOWITZ, 2007, p.96).

A série foi criada em 1987, começando como curtas de cerca de um minuto no show de variedades *The Tracey Ullman Show*. *Os Simpsons* fez tanto sucesso, que em dezembro de 1989, estreou como série independente em um especial de natal no canal FOX, com o episódio *O prêmio de Natal*. Em janeiro de 1990 se tornou uma série regular. Desde então, é a série animada de maior duração da história – com mais de 500 episódios, está na 28ª temporada e tem um filme – e a mais longa *comédia de situação* no horário nobre da televisão.

O desenho foi indicado ao Globo de Ouro como melhor série de humor. Já ganhou 28 prêmios Emmy Awards da Academia de Artes e Ciências da Televisão, 29 prêmios Annie Awards pela Sociedade Internacional de Filmes Animados, cinco Genesis Awards, sete prêmios Environmental Media, um prêmio Peabody que distingue a excelência televisiva e, em 14 de janeiro de 2000, os personagens ganharam uma estrela na calçada da fama de Hollywood. Está no Guinness Book como a série há mais tempo no ar e com o maior número de participações especiais. O site de busca, Google, anunciou a série como um dos campeões de audiência na internet mundial em 2002.

Os Simpsons é o programa mais assistido nos EUA, além de ser traduzido para 45 idiomas, em mais de 100 países. Todo esse sucesso desencadeado pela série refletiu em diversos setores, tornando-a um fenômeno midiático de grande influência social. Para exemplificar, *Os Simpsons* é uma das marcas mais vendidas, movimentando grande parte da economia em diversos lugares do mundo. O clube de futebol do Brasil, Corinthians, e a 20th Century Fox International oficializaram uma parceria para a vinculação do clube aos personagens do desenho animado. Com isso, o time se torna o quinto no mundo a assinar um

² “O termo ‘cultura pop’ porta uma ambiguidade fundamental. Por um lado, sublinha aspectos tais como volatilidade, transitoriedade e ‘contaminação’ dos produtos culturais pela lógica efêmera do mercado e do consumo massivo e espetacularizado; por outro, traduz a estrutura de sentimentos da modernidade, exercendo profunda influência no (s) modo (s) como as pessoas experimentam o mundo ao seu redor. Nesse sentido, pode-se afirmar que a cultura pop tem óbvias e múltiplas implicações estéticas, sublinhadas por questões de gosto e valor” (SÁ; CARREIRO; FERRAZ, 2015, p. 9).

contrato com a FOX, que já havia fechado com Barcelona (Espanha), Boca Juniors (Argentina), Chelsea (Inglaterra) e Zenit (Rússia). No entanto, o Corinthians será o primeiro a licenciar produtos com a imagem de Homer, Marge, Bart, Lisa e Meggie.

Além dos times de futebol, a loja Riachuelo lançou uma coleção especial, baseada na série, em comemoração ao aniversário de 25 anos do desenho animado em 2014. Para o lançamento da linha, a loja recriou parte do universo animado dos Simpsons - montou o Bar do Moe e trouxe o famoso sofá da abertura do desenho.

O seriado também já esteve “presente” em diversos países. Visitou o Brasil duas vezes, além do Japão, Inglaterra, Irlanda, Índia, Marrocos e outros tantos, promovendo discussões sobre interação e diversidade cultural.

Na véspera da estreia da 26ª temporada, Homer deu uma “entrevista” à Reuters, por meio dos roteiristas do programa, e falou sobre sua vinda ao Brasil. Em uma das perguntas respondidas, Homer disse: “Gostaria de ir ao Brasil uma vez sem que todo mundo tentasse me matar”. Ainda na entrevista, quando perguntado sobre o que ele espera dos seus filhos no futuro, respondeu “Espero que quando o menino for para a cadeia, como certamente irá, que seja por um crime leve. Espero e rezo muito para que Maggie aprenda a falar. E Lisa adoraria ser presidente. Eu adoraria morar na Casa Branca, onde o chef tem que fazer costeletas de porco quando você quiser!”

O êxito do desenho refletiu também em duas pesquisas de opinião realizadas na internet, em 2003, pela BBC. Em uma das pesquisas 40% dos entrevistados votaram em Homer Simpson como o maior americano de todos os tempos, entre personalidades como George Washington, Bob Dylan e Abraham Lincoln. Na outra, Marge Simpson foi apontada como a mãe ideal. Para Keslowitz, “A influência de Os Simpsons concentra-se na força de sua sátira, e tal força é proveniente de seus comentários políticos e sociais” (KESLOWITZ, 2007, p.17). Essa interação comunicativa e receptiva é resultado de um roteiro bem escrito e com sentido de realidade.

Como declarou Matt Groening: ‘Um monte de roteiristas talentosos trabalha na série, metade deles CDFs de Harvard. E quem estuda a semiótica de *Alice através do espelho* ou assiste a cada episódio de *Jornada nas estrelas* tem de tirar proveito dessas informações e colocar tais referências acadêmicas em tudo o que fizer mais tarde na vida (KESLOWITZ, 2007, p.17).

2.1 Personagens

Springfield pode ser o lar de qualquer um, o meu ou o seu. E a maior prova disso é o elenco da série. Eles apresentam características tão reais que podemos reconhecê-los nos nossos vizinhos ou até nas autoridades de nossas cidades. Para Erion e Zeccardi,

Do corrupto prefeito Joe Quimby e do recidivista incorrigível “Cobra” (*Snake*) a figuras fiéis como o Reverendo Lovejoy e Ned Flanders, os extremos morais de Springfield só são limitados pelo número de personagens caminhando em suas ruas. Bart admite que não sabe a diferença entre certo e errado e faz acordo com o diabo tratando-o pelo primeiro nome, enquanto Homer assume um projeto egoísta e impulsivo atrás do outro, tentando até convencer Deus do valor de não ir à igreja para assistir a uma partida de futebol. Enquanto isso, Flanders consulta autoridades religiosas e as Escrituras para lidar com cada problema enfrentado, desde aqueles que dizem respeito à moralidade e ética até as questões de moda e flocos de milhos para o café da manhã (ERION; ZECCARDI, 2013, p. 53).

O excesso de personagens dos *Simpsons*, segundo Keslowitz (2007), “contribuiu para a longevidade da série. Muitos roteiros e tramas concentram-se em personagens que não os próprios Simpsons”. E cada um deles, com sua função social, são suscetíveis de erros.

Cada um deles possui um papel definitivo na comunidade (Moe, o dono do bar; o Cara da Loja de Quadrinhos; Gil, o vendendor). Essas figuras servem para conquistar espectadores de cada esfera: os policiais gargalham das confusões do chefe Wiggum e os vendedores sorriem diante dos inúmeros infortúnios de Gil (KESLOWITZ, 2007, p.83).

É importante frisar que os personagens criam identificação com o público e isso garante um caráter de realidade e credibilidade para o desenho, de modo geral “Os Simpsons nos apresenta caricaturas de nós mesmos, representa indivíduos que – como nós – possuem falhas sérias e qualidades admiráveis” (McMAHON, 2009, p.215).

Os personagens são retratados de forma generalizada e “o caráter de todos os personagens do programa é repleto de contradições devido à própria natureza da série; como diz Burns em “Team Homer”: “Tive uma de minhas características mudanças de coração” (ERION; ZECCARDI, 2013, p. 62). Keslowitz dá exemplos de personagens retratados ao longo da série:

Como exemplo, na esfera política, os roteiristas retratam o prefeito Quimby, cuja voz é notavelmente similar à dos membros da família Kennedy, como conquistador e político corrupto. Outros personagens também são retratados de maneira estereotipada. Um Cara da Loja de Quadrinhos gordo e preguiçoso, um perturbado diretor Skinner, um Martin Prince CDF e um motorista de ônibus drogado, Otto, só para citar alguns exemplos (KESLOWITZ, 2007, p. 106).

Além do elenco fixo, o desenho tem uma infinita população flutuante e várias participações especiais. Centenas de artistas da vida real já passaram por Springfield. Alguns interpretando a si mesmos, outros emprestando a voz para personagens criados sob medida. Já

viraram personagens do desenho celebridades como Mel Gibson, U2, o jogador Ronaldo Fenômeno, George Bush, Lady Gaga, Elizabeth Taylor, Michael Jackson, Aerosmith e Ramones. “Como destacou Michael Solomon, no TV Guide: “Você não é realmente famoso até merecer uma participação em Os Simpsons” (KESLOWITZ, 2007, p. 17).

a) Bart

Bartholomew Jojo Simpson, o Bart, tem dez anos, é o filho mais velho da família *Simpsons* e sempre é estrangulado por Homer quando desrespeita sua autoridade ou apronta alguma coisa. É um menino rebelde, um filho irrecuperável e um irmão implicante. Para Keslowitz, Bart é “o ícone rebelde que definiu uma geração supostamente obcecada em se comportar de modo detestável” (2007, p. 51).

A influência penetrante de Bart ficou clara quando ele foi capa da revista *Time*, em 31 de dezembro de 1990, cujo título era “O Melhor de 1990”. Um Bart surpreso era retratado próximo à legenda “Sim, Bart, até você entrou na lista”. Bart Simpson viria a definir a América e, de muitas maneiras, atuar como símbolo de unificação cultural para diversos povos (KESLOWITZ, 2007, p. 52).

Bart está na quarta série na Escola Primária de Springfield e é um dos piores alunos da sala da Sra. Krabappel, além de ser o pesadelo do diretor Skinner. Ele está sempre andando de skate e usando seu estilingue para perturbar os cidadãos da cidade. Bart também adora quando neva para poder faltar à aula. “Trotos telefônicos. Uma estilingada. Desrespeito pela autoridade. Todas essas são marcas registradas inconfundíveis da personalidade de Bart Simpson” (KESLOWITZ, 2007, p. 52).

Mesmo sendo considerado pouco inteligente e baderneiro, Bart sempre cuida da sua irmã Lisa, já arranjou um romance para sua professora Edna Krabappel e desfez um vinícola francês ilegal. Ele também já teve uma série de TV, com seu ídolo Krusty, localizou e deu nome a um cometa mortal que quase destruiu sua cidade e quase atrapalhou o papel do Fall out Boy no filme *Radioactive Man*. Seu melhor amigo e seguidor fiel, Milhouse, sempre embarca em suas aventuras e já chegou a colocá-lo na lista dos mais procurados da América, no episódio “Lisa's Rival”, da sexta temporada.

b) Homer

Homer Jojo Simpson é o “chefe” da família Simpson. Ele trabalha como inspetor de segurança no setor 7G da Usina Nuclear de Springfield - mesmo não sendo responsável o suficiente para o emprego. Ele já teve, em média, 46 profissões, mas sempre volta para o seu

cargo na usina. Já viajou ao espaço, foi mascote de beisebol, jogou uma partida de boliche perfeita e quase destruiu e salvou Springfield em mais de uma ocasião.

Ele mora em Springfield com a esposa Marge e seus três filhos, Bart, Lisa e Maggie - apesar de muitas vezes se esquecer o nome de Maggie ou, até mesmo, que ela existe.

Homer é bem desajeitado e costuma fazer coisas estúpidas com frequência. Sempre termina o seu dia tomando cerveja no Bar do Moe, com seus amigos Barney Gumble, Lenny Leonard e Carl Carlson. É um homem de exageros. Muito preguiçoso, adora *donuts* e fica o maior tempo possível na frente da televisão, além de dormir o máximo que pode.

Não é preciso uma observação astuta para se perceber que Homer está longe de ser um homem moderado. Ele não só não é virtuoso quanto aos apetites físicos, mas é extremamente vicioso, o que se observa de modo particular em seu consumo de comida e de bebida, ainda que não em atividade sexual. Seus desejos o impelem a se empanturrar constantemente, e ele sucumbe de bom grado a esses desejos. Por exemplo em “Homer’s Enemy”, ele se deliciou comendo metade de um sanduíche que pertencia a seu colega de trabalho temporário Frank Grimes - ou “Grimey” - embora na lancheira estivesse marcado claramente o nome dele (HALWANI, 2013, p. 22).

Apesar de todos os defeitos, Homer se mostra, diversas vezes, um marido e pai atencioso. Em algumas ocasiões, já trabalhou em dois empregos para conseguir atingir as expectativas de sua família e atender todos os seus desejos.

Homer tem um caráter instável. Em alguns momentos, já fez demonstrações afáveis e em outro disse: “Se prestar atenção, algum dia você poderá conseguir o que nós Simpsons sonhamos há gerações: Passar a perna em alguém”. Para Halawani,

Homer Simpson não passa no teste, se for avaliado moralmente. Isso se nota particularmente quando nos concentramos em seu caráter, em vez de em seus atos (embora ele não brilhe muito também na segunda categoria). Mas, de alguma forma, existe algo eticamente admirável a respeito de Homer (HALAWANI, 2013, p. 19).

c) Maggie

Maggie Simpson é o membro mais novo da família. Ela não sabe andar e nem falar, apenas engatinha e chupa sua chupeta - sempre expressa seus pensamentos pela forma como chupa a chupeta e com os olhos. “E por meio da sua “chupação de chupeta”, ela consegue às vezes dizer tudo sem pronunciar uma única palavra” (KESLOWITZ, 2007, p. 80). Vendo o mundo pelos olhos de Maggie percebemos que ela está sempre atenta, observando tudo e a todos ao redor.

Em alguns episódios da série, Maggie se mostra muito inteligente e esperta. Além de já ter liderado um grupo de bebês para fugir da creche e disparar uma arma contra o chefe do seu pai, Mrs. Burns, ela teve outros grandes feitos.

Por exemplo, ela salvou a vida de Homer em pelo menos duas ocasiões diferentes: disparou contra mafiosos e salvou Homer quando este se afogava no oceano. Além disso, tocou a “Dança da Fada do Açúcar”, de Tchaikovsky, em seu xilofone de brinquedo (KESLOWITZ, 2007, p. 80).

Mas Maggie não contempla Homer como pai modelo, “em determinado episódio, Maggie não faz questão de ser identificada como membro da família Simpson até que Marge apareça e ela engatinhe em sua direção. (Homer também havia pedido a Maggie que fosse em sua direção, o que ela não fez.)” (KESLOWITZ, 2007, p.48). Mas, apesar de não confiar em sua capacidade de pai, Maggie tem um amor e respeito especial por Homer, como diz Keslowitz:

Ela pode não confiar completamente em Homer (é meio difícil confiar num homem de inteligência inferior), mas certamente tem um amor especial por ele. No episódio “A primeira palavra de Lisa”, Maggie emitiu sua primeira e única palavra: “papai”. Ao referir-se a Homer como “papai”, ela demonstra um grau especial de respeito por ele nunca antes visto, já que Bart geralmente se refere ao pai como “Homer”. (Curiosamente, Lisa conseguia pronunciar “Bart”, “David Hasselhoff” e “Homer”, mas não dizia “papai” quando bebê.) (KESLOWITZ, 2007, p. 49).

d) Lisa

Elisabeth Marie Simpson é a filha do meio. Com oito anos, Lisa é uma intelectual precoce, com um conhecimento vasto em diversos assuntos, e, talvez por isso, com dificuldades de se relacionar com os moradores de Springfield e, principalmente, com a família Simpson. Como bem evidencia Keslowitz:

Não que Lisa seja extraordinária. Ela é, de fato, como todos os outros intelectuais, uma pessoa notável com necessidades e desejos, que anseia por ser aceita e se associar tanto aos mais velhos quanto aos seus colegas. Mas não se pode negar que há algo de especial - e único - na precoce Lisa Simpson que parece impedi-la de se enquadrar com o restante do clã dos Simpsons” (KESLOWITZ, 2007, p. 74).

Lisa está em destaque em Springfield por ter características que não se aplicam aos demais membros da cidade. Ela “É extraordinariamente esperta (uma orgulhosa associada da Mensa), ativista de esquerda e raramente é dissuadida de falar o que pensa (apareceu inúmeras vezes no *Smartline* de Kent Brockman)” (KESLOWITZ, 2007, p. 74).

Além disso, é vegetariana e naturalista, sempre preocupada com questões ambientais. Defende os direitos humanos, causas sociais e direitos dos animais. Lisa toca saxofone, busca o sucesso e sonha em ser presidente dos EUA.

Ela é feminista e sempre luta pelos direitos das mulheres. No episódio “Lisa e a boneca falante” ela instiga os fabricantes da Malibu Stacy a retratar as mulheres como seres além de objetos sexuais. Ela “enxerga a necessidade de mudança em sua sociedade e está

disposta a assumir a responsabilidade de liderar a criação de uma nova boneca que se comprometa a retratar as mulheres de maneira mais positiva e significativa” (KESLOWITZ, 2007, p. 75).

Mas, mesmo sendo uma intelectual com QI acima da média, Lisa apresenta diversos traços da sua raiz Simpsoniana. Ela adora o desenho animado “Os duendzinhos felizes”, que não seria o desenho mais apropriado para entreter uma pessoa do nível intelectual de Lisa. E aprendeu a gostar do desenho “Comichão e Coçadinha”, porque passou muito tempo com Bart.

Obviamente, os roteiristas de *Os Simpsons* retrataram Lisa de duas maneiras bem diferentes, talvez até contraditórias. Por um lado, é uma garota de oito anos lutando para manter a cabeça acima da água na piscina cheia de idiotas de sua cidade. Por outro, é uma defensora política, vegetariana, leitora ávida da revista *Cético Mirim* e, como já foi dito, membro da instituição acadêmica Mensa (KESLOWITZ, 2007, p. 76).

e) Marge

Marjorie Simpson, Marge, é esposa de Homer e mãe de Bart, Lisa e Maggie. A maior parte do tempo de Marge é gasto com sua família. “Trabalha incansavelmente para prestar serviços específicos a cada membro da família” (KESLOWITZ, 2007, p.68), cuidando da casa e da bebê Maggie, ajudando Lisa e defendendo Bart do Homer.

Uma mãe e esposa dedicada, Marge se mantém sempre atenta aos problemas da família tentando resolvê-los. Ela é amada e necessária e zela para que permaneçam unidos e “Essa não é uma tarefa fácil: Homer não se veste sozinho. O endiabrado Bart é obcecado por causar destruição. A precoce Lisa está sempre questionando tudo, cultivando um objetivo distante” (KESLOWITZ, 2007, p.72).

Para cuidar da sua família com membros tão peculiares, Marge tem que se manter em uma posição firme sobre questões morais. “Marge destaca-se como uma extraordinária e notável pedra de toque da moralidade. Para resolver seus dilemas morais, Marge simplesmente deixa a razão guiar sua conduta, chegando a um admirável equilíbrio entre os extremos” (ERION; ZECCARDI, 2013, p. 53).

[...] quando um novo Krusty superexcitado enfrenta sua “Última Tentação” e incita membros da plateia a queimar o dinheiro, Homer pede a Marge que lhe dê todo o dinheiro que ela tiver na bolsa. Em vez de perder tempo com argumentos inúteis, Marge dá o dinheiro a Lisa, mandando-a correr para a casa e enterrá-lo no quintal (ERION; ZECCARDI, 2013, p. 56).

Mas Marge não é apenas uma dona de casa. Ela é extremamente corajosa e já fez grandes feitos. Como no episódio “Ela era minha namorada”, da décima sexta temporada,

quando Lisa fica encurralada perto de um vulcão em erupção. Marge arrisca a própria vida, ultrapassa as fileiras policiais e salva a vida de Lisa. Além desse, já realizou muitas outras ações:

Primeiro, ela é, sem dúvida, uma mulher corajosa. Desmontando uma fábrica clandestina de jeans em sua garagem em “The Springfield Connection”, fugindo dos fanáticos de culto em “The Joy of Sect”, ou enfrentando o sobrenatural em “Treehouse of Horror”, Marge raramente perde a coragem (ERION; ZECCARDI, 2013, p. 55).

E, além disso, Marge é uma mulher desejável e atraente para os homens de Springfield. Ela já foi cortejada em diversas situações e por diversos homens diferentes, até mesmo por amigos de Homer.

Em vários outros episódios, outros homens tentam roubar Marge de Homer. Em “Uma vida turbulenta”, o instrutor de boliche de Marge, Jaques tenta cortejá-la. O parceiro de Marge no baile do colegial, Artie Ziff, chega a oferecer US\$ 1 milhão a Homer pela oportunidade de passar uma noite com Marge (“Uma proposta não muito decente”). Até mesmo o amigo de Homer, Moe, tenta conquistá-la (KESLOWITZ, 2007, p. 68).

2.2 O discurso dos *Simpsons*

Os discursos são construções sociais produzidas para provocar efeitos. A partir dessa premissa, os desenhos animados reproduzem, por meio de uma linguagem lúdica e imagens coloridas, questões cotidianas, trazendo à tona reflexões do mundo real. Para McMahon, a “comédia é benéfica porque permite o exame de assuntos sérios, mas frequentemente desconfortáveis, em um fórum mais confortável, [...] meio útil de abordar esses assuntos delicados porque dissolve um pouco a tensão que os cerca” (MCMAHON, 2013, p. 216).

Os desenhos, como produtos midiáticos, influem na formação de “sentido de mundo” através da sua fala. Esse discurso, composto de verossimilhanças, busca refletir o espaço em que vivemos e ajudar a pensar sobre a sociedade a qual fazemos parte, através do riso, da comicidade. As séries animadas têm códigos próprios com imagens, cores e sons. Com esses recursos de linguagem, conseguem marcar o sentimento comum e humano, e difundir representações sociais.

Por meio da intertextualidade, da paródia e da sátira, abrange públicos diferenciados, com diferentes tipos de seleções implícitas. As crianças, por exemplo, decodificam códigos mais simples, como a imagem, o som e a cor. Já o público adulto consegue captar as mensagens críticas. De acordo com Umberto Eco (2003), é possível identificar em obras narrativas, códigos direcionados às crianças e aos adultos. Alguns códigos são destinados

exclusivamente a determinados públicos e selecionam, desse modo, espectadores específicos. Outros são tão “óbvios” que podem ser compartilhados por todos.

As animações desencadeiam uma série de padrões culturais embutidos. Há uma penetração de um conjunto de estímulos – visuais e sonoros – criados para difundir conceitos implícitos. Podemos dizer que são combinadas as expressões de diversos meios de comunicação para criar uma narrativa própria. Por meio da paródia, os desenhos criam o “efeito metalinguístico (a linguagem que fala sobre outra linguagem), e, (...) não apenas uma paródia de textos alheios (intertextualidade) como uma paródia dos próprios textos (intratextualidade)” (SANT’ANNA, 2003, p. 8).

Assim, fazem menção a diferentes suportes – cinema, televisão, diferentes situações de vida e atores sociais. Na série *Os Simpsons*, há a incorporação ao desenho de diversos astros da música, líderes da política dos Estados Unidos, atletas do futebol mundial, personagens de outros desenhos animados, astros de filmes etc.

Os Simpsons, segundo Keslowitz (2007), é um programa que busca constantemente a verdade na vida, ao subverter figuras de autoridade e instituições corruptas e criar sua incomparável combinação de ideias para a sociedade.

Portanto, apropria-se de um discurso crítico e irônico para tratar de questões do cotidiano e seus significados sociais e culturais se valem da sátira e da paródia para examinar humanidades e desumanidades. A sátira do desenho se opõe, muitas vezes, aos costumes e ideias da cultura norte-americana, para criticar e ridicularizar e, em alguns momentos, o comportamento da sociedade é desvendado. Knight (2009) explica a ironia na paródia:

A paródia descreve uma relação entre dois textos, o próprio texto parodístico e o texto-alvo parodiado. A paródia é uma prática autoconsciente, na verdade, autoreflexiva, que envolve a intenção do artista ou autor na codificação, e a atividade interpretativa do público em decodificar. A intenção do artista é necessária porque a paródia envolve “repetição com diferença” – repetição denotando o reconhecimento de precedentes históricos no mundo da arte, e diferença marcando as mudanças, variações ou exame irônico aos quais aquele precedente histórico é submetido. A atividade interpretativa do público também é necessária para reconhecer o texto-alvo e, assim, estabelecer a relação entre o parodístico e o parodiado (KNIGHT, 2009, p. 99-100).

A linguagem da série em forma de paródia – como intertextualidade e intratextualidade – faz releituras engraçadas da cultura estadunidense e de outras culturas. Apesar de o núcleo girar em torno da cultura norte-americana, a série ultrapassa as fronteiras e representa questões universais rotineiras. Eles já visitaram quase todos os estados americanos e vários países do mundo.

Basta lembrar que, ao findarem os créditos de abertura, os membros da família se espremem ao redor da televisão para ver o mundo; e que os créditos finais do programa também se valem da ligação intratextual de sentido com a telinha, pois aparecem na tela da TV, mas não de um aparelho qualquer, é a televisão da sala de estar da casa dos Simpsons, a mesma que apareceu na abertura. Os telespectadores são transportados dessa maneira para dentro do universo “simpsonian”, ou seja, estão assistindo TV com Os Simpsons, estão vendo o mundo com e pelos olhos dos personagens (FRANZÃO, 2009, p. 37).

Com um humor ácido, oferece uma nova maneira de repensar o sistema ao qual estamos condicionados e enxergar a realidade com outros olhos. Assim, fundamenta uma opinião sobre o mundo de seus telespectadores. “Os Simpsons teria como objetivo expor a hipocrisia, a pretensão, a comercialização excessiva, a violência gratuita e outros elementos que caracterizam a sociedade moderna, e sugerir que existe alguma coisa melhor” (WALLACE, 2009, p. 224). Em consonância, Franzão afirma que:

(...) vemos que, em seu texto parodístico, Os Simpsons é ao mesmo tempo não só um programa sobre a família americana “ideal”, constituída por pai, mãe e filhos que vivem em relativa harmonia numa casa própria e ampla, mas também a sátira desse conceito ao comunicar na telinha as imperfeições da família Simpson, as quais estão presentes em qualquer família de classe média de um país ocidental capitalista. Ao reunir valores universais da família ocidental em geral num trabalho intertextual entre conceitos fundantes, tais como relações entre pais e filhos; escola e sociedade; empregados e patrões; governo e cidadãos; opção sexual; e relacionamento pessoal (FRANZÃO, 2009, p. 36).

Os Simpsons se tornou um fenômeno midiático e examina o *corpus* social, pautando a mídia, comentando o costumeiro, “Não estou me referindo a notícias relatadas em programas da TV ou a cabo - refiro-me a notícias relatadas em *Os Simpsons*. [...] *Os Simpsons* também é especialista em reportar (e satirizar) acontecimentos dos noticiários” (KESLOWITZ, 2007, p. 105-106). McMahon acrescenta que “a série não apenas transmite importantes verdades e incita a consideração de questões fundamentais, ela apresenta essas verdades a um grande número de pessoas, fazendo com que elas reflitam mais profundamente sobre tais questões” (2013, p 218).

A característica de desenho animado, com linguagem lúdica, que dá prazer e diverte as pessoas, funciona como uma válvula de escape para sua crítica. Nesse sentido Keslowitz discorre:

Como o produtor e roteirista David Mirkin observou: Se as pessoas visse [o humor dos Simpsons] com atores reais, ficariam bem mais ofendidas, mas um desenho faz com que seja gracioso. As pessoas não percebem como *Os Simpsons* é sombrio porque o desenho é vivamente colorido e tem aparência feliz. É assim que nos safamos (KESLOWITZ, 2007, p. 108).

E, esse pode ser o segredo do sucesso de *Os Simpsons*. O fato de ser um desenho e ter um teor de comicidade facilita a reflexão de temas sérios. Nesse contexto, Keslowitz percebe que:

O brilhantismo do programa se deve a sua habilidade de manter o tom divertido, enquanto explora algumas das questões políticas, sociais e filosóficas mais importantes e complexas da sociedade contemporânea. A popularidade de programas como *Os Simpsons* se deve a sua capacidade de nos forçar a pensar por nós mesmos e não aceitar cegamente tudo que ouvimos na TV ou nos jornais. A sociedade deseja a verdade, e onde a sociedade mais procura a verdade, tendem a se manifestar questões polêmicas e perturbadoras (KESLOWITZ, 2007, p. 19).

Com essas considerações, podemos compreender a forma da série *Os Simpson* de retratar as sociedades e a crítica à realidade.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DE ANÁLISE

Percorrendo a trajetória do desenho, podemos compreender o fenômeno do humor que baseia a ficção para ressignificar o próprio contexto social. Esse fenômeno, enquadrado no gênero *comédia de situação*, utiliza o discurso crítico para retratar o cotidiano, satirizando os costumes, para trazer à tona reflexões as mais diversas.

Como produto midiático de alcance global, importante na percepção e no entendimento da construção do imaginário social, faz-se necessário analisar e discutir as representações criadas e distribuídas para o público que o assiste. Para identificar o processo de construção de conceito pelo desenho, o trabalho propõe a análise de dois episódios em que a série vem ao Brasil. Os episódios selecionados são, *Blame It On Lisa*, episódio 15 da 13ª temporada, e *You Don't Have Live Like A Referee*, episódio 16 da 25ª temporada.

Para a análise, baseamo-nos na fundamentação da Análise de Conteúdo. “A Análise de Conteúdo (AC), em concepção ampla, se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (FONSECA JÚNIOR, 2006, p. 281).

A partir desse conceito de Fonseca Júnior, o trabalho faz uma contextualização de símbolos que foram usados para formar o conteúdo representativo da série sobre o Brasil.

(...) o analista trabalha com *índices* cuidadosamente postos em evidência, tirando partido do tratamento das mensagens que manipula para *inferir* (deduzir de maneira lógica) conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação (BARDIN, apud FONSECA JUNIOR, 2006, p. 284).

Para colocar os índices em evidências, seguimos a visão de Krippendorff, sobre as três características fundamentais da análise de conteúdo:

(a) orientação fundamentalmente empírica, exploratória, vinculada a fenômenos reais e de finalidade preditiva; (b) transcendência das noções normais de conteúdo, envolvendo as ideias de mensagem, canal, comunicação e sistema; (c) metodologia própria, que permite ao investigador programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com independência de resultados (apud FONSECA JUNIOR, 2006, p. 286).

Na primeira fase, empírica e exploratória, fizemos um levantamento sobre a série norte-americana *Os Simpsons*. Abordamos as características particulares usadas pelo desenho para construir o seu discurso, os seus personagens e o seu lugar. Ainda nessa primeira parte, descrevemos os personagens da família Simpson, que são o principal recurso usado para criar as representações feitas pela animação.

Na segunda parte, pesquisamos de que forma o produto midiático é veiculado, já que essa é uma parte essencial para entender o percurso que o desenho faz, qual o acesso que ele tem, qual o público que ele atinge. Assim, tentamos compreender a construção do discurso dentro das narrativas seriadas, com foco nas *comédias de situação*.

Para auxiliar nos diagnósticos, amparamo-nos de diversos referenciais teóricos que ajudaram a compreender e aplicar os conceitos que abordamos na nossa análise - identidade, representação, estigma e estereótipo.

Terminada a fase de exploração, organizamos a nossa análise nas três fases citadas por Fonseca Junior (2006):

(1) Pré-análise: consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando sistematizar as ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, contempladas num plano de análise; **(2) Exploração do material:** refere-se à análise propriamente dita, envolvendo operações de codificação em função de regras previamente formuladas. [...] **(3) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação:** os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos (FONSECA JUNIOR, 2006, p. 290).

Começando com a pré-análise, baseamo-nos nas características da análise de conteúdo, já elencadas, para dar início à segunda fase. Então, na exploração do material, iniciamos assistindo à série para captar as peculiaridades da estrutura argumentativa do desenho. E os episódios selecionados como objeto de estudo foram demandados; as categorias de análise que selecionamos para aplicar na observação foram evidenciadas.

4 SIMPSONS NO BRASIL: O QUE O DESENHO TEM A DIZER SOBRE NÓS

4.1 Representação e identidade

O desenho *Os Simpsons* já visitou quase todos os estados norte-americanos e vários países pelo mundo. No episódio *Blame It On Lisa* (15º da 13ª temporada), exibido em 31 de março de 2002, a família amarela vem ao Brasil pela primeira vez. Na segunda vez, em *You don't have too live like a referee* (16º da 25ª temporada), exibido em 30 de março de 2014, Homer desembarca no Brasil, junto com sua família, para ser árbitro da Copa do Mundo de Futebol. Os episódios, em especial *Blame It on Lisa*, mostram um país marcado por sequestro, sexualidade, pobreza, futebol, carnaval, favela e corrupção.

Depois da exibição de *Blame It On Lisa* e da repercussão do episódio, em *You don't have too live like a referee*, notamos diversos diálogos irônicos entre os dois episódios. O desenho reafirmou algumas críticas e respondeu ao descontentamento do povo brasileiro em várias cenas.

Em tempos em que os meios midiáticos estão cada vez mais abrangentes, e sua influência passa a ser marcante para a difusão de aspectos culturais, sociais e políticos, *Os Simpsons* aparece como um importante produto para a percepção do Brasil e dos brasileiros nesses dois episódios. O desenho exerce uma influência nacional e internacional na construção e na proliferação de quatro aspectos importantes: identidade, representação, estigmas e estereótipos. E partindo dessa noção, vamos construir a nossa análise sobre as características apresentadas nos episódios, que nos ajudarão a compreender a relação entre o desenho, os episódios e o Brasil.

O desenho apresenta desde os primeiros momentos do episódio *Blame It on Lisa*, vários aspectos de como o mundo globalizado dissemina o contato entre culturas e interfere na interação de meios sociais diferentes, criando identificações. Nesse primeiro episódio, a família vem ao Brasil para procurar por um órfão, chamado Ronaldo, que Lisa estava apadrinhando. Eles faziam contato através de cartas quando ele ficou sem dar notícias, ela então tentou contatá-lo pelo telefone e foi informada de que Ronaldo estava desaparecido.

Lisa havia recebido uma fita cassete, enviada pelo orfanato, quando fez a primeira doação, e coloca para assistir com a família. Nesse primeiro contato entre *Os Simpsons* e o Brasil, já visualizamos uma cidade pobre e selvagem. No vídeo, Ronaldo aparece em frente ao orfanato, com paredes quebradas e as janelas remendadas com pedaços de madeira. Ele diz que com a generosidade de Lisa conseguiu comprar bons sapatos para durar muitos carnavais e uma porta para impedir que os macacos o peguem, como vemos na imagem a seguir.



Figura 1 – O órfão Ronaldo corre para o orfanato para se proteger dos macacos.

As imagens que são apresentadas na fita sobre o Ronaldo, e como ele vive, despertam um sentimento de pena na família que decide ir ao país para encontrá-lo. Já nesse primeiro momento entre *Os Simpsons* e o Brasil, o desenho apresenta um país imerso em problemas sociais, selvagem e uma supervalorização do carnaval, já que Ronaldo usa o dinheiro que recebe de doações para comprar um sapato para “muitos carnavais”.

Na segunda visita da família, em 2014, alguns traços desse país selvagem continuam marcados no desenho. O avião em que *Os Simpsons* embarcam para vir à Copa do Mundo de Futebol tem a imagem de um macaco na parte traseira, como símbolo da companhia de aviação “Air Brasilia”.



Imagem 2 – Companhia de aviação brasileira com símbolo de um macaco.

Muitos brasileiros não se reconheceram nessas representações que *Os Simpsons* criaram do Brasil. O então presidente do Brasil em 2002, Fernando Henrique Cardoso e a empresa de turismo Riotur ficaram incomodados com as imagens do país no episódio *Blame It On Lisa* e pediram desculpas dos produtores do desenho. O episódio foi censurado na programação da televisão aberta brasileira, e só foi transmitido em canais pagos.

As representações abrangem os múltiplos aspectos da vida social, através da troca, da interação e da situação comunicacional que compreende a forma como o indivíduo e a sociedade se relacionam. França (2004) define representações como simbolizações vinculadas aos processos de socialização, como um conjunto de ideias desenvolvidas por uma sociedade que são mostradas em formas de signos, imagens, formas ou conteúdos de pensamento.

As simbolizações mostradas nas representações fazem um caminho entre a emissão e a recepção do público. Entender essa simbolização é subjetivo, já que a assimilação da mesma depende de diversos fatores, como o lugar social e cultural que você ocupa em relação a essa retratação. No que se refere a essa subjetividade, França discorre sobre a interpretação das representações:

Quando falamos de representação, não falamos de algo claro, objetivo e identificável, mas, ao contrário, de um fenômeno que, na sua dupla natureza (instauração de sentido, inscrição material), sofre permanentes alterações tanto na sua dimensão simbólica quanto nas suas formas concretas de manifestação (aparição sensível) (FRANÇA, 2004, p.18).

As representações feitas nos episódios dos *Simpsons* são a forma como a cultura brasileira é interpretada no imaginário dos norte-americanos. O fenômeno das representações não são reproduções dos fatos de forma concreta, mas da forma como foi interpretado. Um fato recebe diferente perspectiva de acordo com a nossa forma de inclusão. França pontua

que, as representações “portanto, existem ‘processadas’ por filtros cognitivos dos indivíduos e no contexto de suas experiências e relações, elas existem dentro e enquanto práticas comunicativas” (FRANÇA, 2004, p.22).

Outra representação apresentada pelo desenho no episódio *Blame It On Lisa* foram as favelas do Rio de Janeiro. Durante a busca por Ronaldo, *Os Simpsons* chegam às favelas e Marge fica encantada: “Que bairro mais charmoso”. Lisa logo explica que o governo pintou as casas de cores alegres para não ofender os turistas, como podemos ver na imagem:



Imagem 3 – Favela para turistas.

A fala de Lisa deixa clara a preocupação do governo em tornar mais agradável o visual da favela para os turistas, enquanto as imagens de casas quebradas e lixos nas ruas mostram o descaso com a população que vive ali.

Outro ponto que reforça a preocupação com os turistas e o descaso com os moradores são os ratos pintados que aparecem correndo pelas ruas. Os ratos são conhecidos como animais sujos, temíveis e transmissores de doenças. Essa representação simbólica enfatiza como os problemas não foram resolvidos, apenas foram “mascarados”.



Imagem 4 – Ratos coloridos das favelas.

O Brasil dos *Simpsons*, em *Blame It On Lisa*, se resume a apenas dois lugares: O Rio de Janeiro e a Amazônia. Logo quando saem da favela, Homer e Bart pegam um táxi não licenciado e o motorista sequestra Homer. Em seguida, ele é levado para o cativeiro, que fica na região Amazônica. O desenho passa a impressão de que os dois lugares são muito próximos, porém eles ficam em uma distância de mais de 4.000 Km.

Esse simbolismo Rio-Amazônia mostra que, para os norte-americanos, apenas esses dois locais são conhecidos no resto do mundo. Portanto, a identidade do Brasil é construída no imaginário social internacional a partir de uma produção midiática restrita, que não condiz com o real tamanho do país.

Já no episódio *You don't have too live like a referee* aparece outras cidades brasileiras como cenário do desenho. Os *Simpsons* desembarcam em São Paulo e passam por Recife, Manaus e Brasília.

A caminho do cativeiro, o sequestrador fala para Homer aproveitar e olhar bem a Amazônia, pois os brasileiros estão queimando ela toda. Aqui o desenho faz uma crítica ao desmatamento crescente na região Amazônica, que cresce consideravelmente a cada ano. No final do episódio *You don't have too live like a referee*, enquanto a família *Simpsons* passeia pelo Rio Amazonas, eles encontram o palhaço Krusty derrubando árvores para construir uma franquía da sua rede de fast-food.



Imagem 5 – Fast-food do palhaço Krusty na Amazônia.

Essas problemáticas cotidianas, apresentadas nos produtos midiáticos, são consequência de uma percepção dos indivíduos frisada em três locais sociais: o núcleo familiar, a temporalidade social e a competência cultural. Cada um deles com influência direta na formação de conceitos sociais que interferem diretamente na interpretação dos sujeitos. Essa interpretação transforma-se em parte do processo de construção dos discursos de identidade criados e difundidos.

Esses discursos, propagados pelos meios de comunicação, contribuem para estabelecer as fronteiras simbólicas de vínculo e pertencimento. Elas dependem da maneira como são representadas para esculpir a comunidade: as histórias que são contadas, a cultura, suas peculiaridades. Dentro dessas representações, serão produzidos os significados, que irão nos posicionar como indivíduo, como articula Woodward (2012):

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. (...) A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas (WOODWARD, 2012, p.18).

O processo de identificação nos posiciona no meio social, em que nos identificamos com algo e somos identificados a partir de algo. A identidade é construída na interação com o meio em que vivemos. Martino (2010) considera que a construção da identidade é fruto da relação entre narrativas, que são construídas e divulgadas, para reforçar o vínculo ao qual você pertence. Martino discorre sobre os elementos aos quais os indivíduos se associam:

(...) os discursos fundadores da identidade, especialmente no caso de povos e nações, estão próximos das lendas e dos mitos, construídos e divulgados à exaustão no sentido de reforçar o vínculo com determinada narrativa da qual se possa *fazer parte* associando suas características às dos outros elementos – por identificação

entre o que há de comum entre narrativa de grupo, entre passado e presente, entre qualidades e defeitos, o indivíduo se associa a uma imagem construída pela história, é responsável também por definir quem *não* pertence a isso (MARTINO, 2010, p.58).

Podemos pensar a identidade como uma dinâmica de pertencimento, resultante de um duplo viés entre igualdade e desigualdade, ao que eu sou idêntico e ao que sou diferente. Nas relações culturais em que são formados nossos valores, crenças e costumes, criamos nossos laços de pertencimento, ou não, aos grupos sociais. É isso que me faz enxergar e identificar culturas diferentes.

Um país é identificado com base em um conjunto de representações culturais, a interlocução entre duas culturas diferentes e a ocasional representação que aflora com base nesse diálogo. A identidade nacional, portanto, é um conjunto de características que nos permitem distinguir e individualizar uma nação.

Em *Blame It On Lisa*, a identidade nacional assim como a cultura brasileira, é confundida com o universo latino-americano. Dentro do avião, rumo ao Brasil, Bart escuta uma fita para aprender a falar Espanhol e termina comemorando: “Prepare-se, Brasil. Agora eu falo espanhol fluentemente”. Rapidamente Marge corrige o filho: “Muito bem, Bart. Mas no Brasil eles falam português”. Bart representa uma grande parcela da população estadunidense, que considera o espanhol como a língua falada em todos os países da América Latina.



Imagem 6 – Fita de Espanhol que Bart usa para aprender a falar espanhol no avião.

Em *You don't have too live like a referee*, Marge compra um aplicativo para aprender o idioma brasileiro e evitar “confusões no Brasil, como da última vez”. Ao ouvir Marge

repetindo as frases do aplicativo, o piloto se irrita e causa uma turbulência proposital no avião. Ele diz para Marge que “no Brasil se fala o português do Brasil e não de Portugal, tem noção que são países diferentes?!”. O desenho ironiza o fato de a língua falada no Brasil ser confundida.

Quando a família chega ao aeroporto do Rio, Marge lê em seu manual para turista que os brasileiros usam a fila de conga como meio de transporte e que você pode ir a qualquer lugar no Brasil, entrando em uma dessas filas. Homer não perde tempo e logo entra na fila, seguido por Lisa, Bart e Marge, e a fila os leva até o hotel, como na imagem a seguir:



Imagem 7 – Fila de conga usada pelos *Simpsons* como meio de transporte.

A conga, porém, é uma dança popular que teve origem nas ruas de Cuba. Ela consiste em dar chutes para os lados e pequenos saltos para frente e para trás. Conseqüentemente, a dança não é um ritmo típico brasileiro e os brasileiros não usam as filas de conga como meio de transporte para chegar a algum lugar.

Muitos personagens brasileiros que aparecem no desenho falam com sotaque espanhol, usam bigodes e roupas espanholas. Enquanto procuram por Ronaldo, Lisa e Marge chegam até uma escola de dança. Elas são atendidas por um professor grosseiro que usa bigode e roupas usadas em danças espanholas. Quando elas perguntam se Ronaldo poderia estar ali, ele responde que aquela é uma escola de dança, onde inventaram a Lambada e a Macarena.



Imagem 8 – Professor de dança.

Dentro dos processos comunicacionais midiáticos, os conceitos de identidade e representação reafirmam o espaço do indivíduo delimitado pelos códigos culturais. Ao ter nossas características sociais interpretadas sob a perspectiva de outra cultura, assimilamos os valores que são incorporados a nosso respeito e assim interagimos intensamente nesse processo, a partir dos valores de nossa comunidade e das nossas referências culturais.

Esse diálogo proposto pela mídia tem remodelado a relação das pessoas com a “realidade”. *Os Simpsons*, por exemplo, captou aspectos da cultura brasileira e os expôs a um público universal. O fato de o desenho ser exibido em diversos países e para um público diversificado, intensifica a percepção dos estigmas e estereótipos brasileiros.

4.2 Estigmas e estereótipos

Os estigmas e estereótipos são conceitos importantes no processo de construção da identidade nacional e da representação social. São termos que (re) definem marcas construídas e impressas na sociedade. Para Soares, estereótipos podem ser caracterizados como conceitos sólidos que definem determinados grupos sociais, enquanto os estigmas manifestam-se como categorias que irão definir os processos de construção de identidade. A autora articula a relação entre os estereótipos e os estigmas:

Em relação aos estigmas, diríamos que os estereótipos funcionam como reafirmação e manutenção de um sistema já instaurado – por meio daquelas – como diferenciador de grupos determinados. Através dos estereótipos, *encaixamos* as pessoas em uma forma pronta. No caso dos estigmas, trata-se de algo que o

estigmatizado evoca em relação ao Outro, uma marca que ele possui e que, de alguma maneira, faz com que o outro o estigmatize. (...) para alguém ser estigmatizado deve, de alguma forma, aceitar ocupar o lugar ao qual está sendo destinado, ver-se nele, reconhecer-se. (...) o *estigma* é uma cicatriz, uma marca visível (como os “estigmas da varíola”), podendo ser tanto um sinal infamante ou vergonhoso, como um sinal natural do corpo; nos dois casos, assinala uma distinção, isolando e, ao mesmo tempo, reunindo os possuidores de um mesmo atributo. (...) os *estereótipos*, definidos usualmente como “forma compacta obtida pelo processo estereotípico”, uma espécie de clichê (gravação, reprodução) que se torna um lugar-comum, um *chavão* utilizado (...) No caso dos estereótipos, ao identificar determinadas posturas ou comportamentos automaticamente enquadrados as pessoas que as possuem em categorias previamente definidas (SOARES, 2009, p. 2)

Ao transformar os estigmas de uma sociedade em uma narrativa, agregam-se os estereótipos e características generalizadas. Em *Blame It on Lisa*, no avião a caminho para o Brasil, Lisa lê um livro com dicas sobre o Brasil: “Tome somente água de garrafa, não entre em táxi que não seja registrado e lembre-se o inverno deles é durante o nosso verão”.



Imagem 9 – Lisa lendo um livro com dicas sobre o Brasil.

Rapidamente, Homer entende o Brasil como um “país dos opostos”, onde tudo acontece de cabeça para baixo. Nesse momento, o desenho, através da fala de Homer, mostra que a cultura norte-americana interpreta as “marcas” brasileiras como contrárias à sua. O país é visto como um lugar em que tudo acontece de forma avessa aos padrões estadunidenses. Soares diz que os estigmas e os estereótipos “dirigem-se prioritariamente a grupos excluídos ou periféricos em relação à dinâmica social dominante” (SOARES, 2009, p. 1).

Esse conceito de país dos opostos revela, no desenho, um Brasil estigmatizado como um lugar que desafia as “normas” sociais. Um táxi, por exemplo, que deveria ser um meio de

transporte reconhecido e seguro, traz o risco e a incerteza de ser não licenciado e conduzido por pessoas mal intencionadas, como no caso de Homer, que foi sequestrado por um taxista clandestino.

Quando Marge recorreu à polícia para pedir ajuda nas buscas por Ronaldo e por Homer, em *Blame It On Lisa*, o desenho aborda outros dois estereótipos, a violência e o assédio sexual. O delegado que atende Marge, diz que acha que não existe nem menino órfão e nem marido sequestrado, e que ela estava ali apenas para se insinuar para ele. O desenho vincula a violência e ineficiência da segurança no país ao comportamento inadequado da polícia, que além de não levar a sério o pedido de Marge, ainda a assedia sexualmente se insinuando para ela e desmerecendo a sua busca por Homer e Ronaldo.



Imagem 10 – Delegado brasileiro em *Blame It On Lisa*.

Quando está admirando a paisagem de São Paulo, Homer diz “Ah, Brasil, eu não poderia ter medo de você para sempre”. A violência no país é um dos estereótipos mais difundidos e comentados na mídia, em todos os lugares do mundo, e uma das maiores causas que assustam tanto turistas quanto os próprios brasileiros.

As temáticas abordadas são construídas na rotina midiática. Soares diz que o universo midiático está repleto de exemplos de estigmas sociais em programas televisivos de auditório, *reality shows* e programas jornalísticos. Quando Bart vai assistir a um desenho infantil na televisão do hotel, outro estigma brasileiro é abordado. Ele se depara com o programa “Telemelões”, apresentado por mulheres vestidas com roupas sedutoras e assistentes de palco realizando movimentos com apelos sexuais. Em cenas posteriores, Bart define a apresentadora como “A *Stripper* do show infantil”.



Imagem 11 – Programa Telemelões.

Em 1986, a apresentadora Xuxa, comandava o programa “Clube da Criança”, exibido na TV Manchete. Na programação eram feitas brincadeiras e sorteios com as crianças, eram anunciados os desenhos animados exibidos na programação da tevê e eram recebidos convidados para entrevistas. Para apresentar o programa, Xuxa usava roupas semelhantes às que a apresentadora do Telemelões usa, como mostra a imagem:



Imagem 12 – A apresentadora Xuxa no programa Clube da Criança. Reprodução/ via buzzfeed.com.br

Quando volta ao Brasil, 12 anos depois, Bart procura pela mesma atração na programação brasileira. O programa ainda é exibido, e deixa claro como os apelos sexuais em programas infantis é uma marca enraizada na cultura brasileira, apesar desse tipo de

programação estar escassa hoje em dia. Em *You don't have to live like a referee*, em um dos jogos de futebol, uma freira tira a roupa quando aparece sendo filmada no telão.

A conotação sexual no país não é estigmatizado apenas em programas infantis. Ela está presente no carnaval, no culto à beleza física como atrativo e no uso de roupas curtas ou roupa nenhuma. Em 1989, a modelo Enoli Lara foi a primeira mulher a desfilarem nua no sambódromo do Rio de Janeiro pela escola de samba União da Ilha.



Imagem 13 – Modelo Enoli Lara desfilando pela União da Ilha. Reprodução/ via buzzfeed.com.b

O carnaval é mais uma marca social do Brasil. No episódio *Blame It On Lisa*, quando Lisa entra em uma rua onde acontece um desfile de carnaval, ela pergunta: “Que barulho é esse? Essa música irritante, intoxicante, com uma batida que faz você perder todas as inibições?”. Bart logo percebe que é o carnaval e Marge observa que Homer teria adorado a bebedeira e a sexualidade ambíguas do carnaval brasileiro.

Quando Marge tenta sair correndo com as crianças, um bailarino que fazia parte do desfile, fala: “Não tem como fugir do carnaval, porque até correr é um tipo de dança”. O desenho mostra uma festa típica brasileira como um local em que tudo é permitido e que não há como fugir. Em *You don't have too live like a referee*, Homer diz que o Rio de Janeiro é “a cidade mais atrevida desde que São Francisco ficou toda *nerd*”.

Os símbolos sexuais aparecem, ainda, de muitas outras formas nos dois episódios. Quando vão à praia, em *Blame It On Lisa*, procurar pelo órfão Ronaldo, Homer e Bart são informados pelo salva vidas que no Brasil existe uma política sobre o uso de roupas nas praias

e em seguida os dois aparecem usando sungas. Enquanto caminham pela praia, o corpo de Homer causa horror em várias banhistas. E em *You don't have too live like a referee*, um comentarista do jogo de futebol, em que Homer é árbitro, questiona como ele tinha conseguido vestir a bermuda com aquele “popozão”, e o comentarista ao lado responde que “uma equipe de puxadores foi contratada”.

Outro estereótipo da cultura brasileira é a paixão pelo futebol. Uma marca reiterada pelo artigo 4º da Lei Pelé, em que o futebol é visto como “a organização desportiva do país que integra o patrimônio cultural e é considerada de elevado interesse social”. Em *Blame It On Lisa*, quando os *Simpsons* chegam ao hotel, eles se deparam com os funcionários trabalhando como se estivessem em uma partida de futebol. Os funcionários entregam chaves e malas como se estivessem realizando passes com a bola e os manuseiam com chutes e cabeceando-os. Um dos funcionários chega a comemorar um gol quando encaixa uma mala em um carrinho de bagagens.



Imagem 14 – Funcionário do hotel comemora gol feito com a mala.

Em *You don't have too live like a referee*, o desenho traz vários momentos que reforçam a imagem do “País do Futebol”. Quando o comentarista começa a narrar o jogo, ele anuncia o “Poderoso futebol do Brasil”. E no último jogo quando a Alemanha está vencendo o Brasil outro narrador comenta que nunca tinha visto a torcida brasileira tão triste.

Todos esses pontos discutidos pelo desenho são as principais pautas de veículos midiáticos. São características marcadas e reforçadas tanto em nível nacional, como em nível internacional, que caracterizam e identificam os costumes e a cultura brasileira.

Os Simpsons é um desenho que, de forma criativa e inteligente, estimula e sugere ao público refletir sobre realidades importantes que marcam a história de seus países. Assim, o povo pode aproveitar os recursos oferecidos pelo desenho para formarem suas críticas e refletirem sobre a forma como a cultura nacional é representada e identificada no restante do mundo, além de perceber quais “marcas” definem os costumes do país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em dezembro de 1989 surgia *Os Simpsons*: a família de cor amarela, olhos esbugalhados e mãos de 4 dedos. O desenho se tornou um fenômeno global e transformou a história da tevê americana, dando vida a um seriado que veio para expor temas cotidianos com um humor ácido. Hoje eles contam com quase 500 episódios e fãs em mais de 100 países. Esse fenômeno midiático traz para o público um discurso forte que vai muito além de cores, da música e do riso e, por isso, se tornou uma das comédias mais inteligentes nos tempos atuais.

Os Simpsons é um desenho animado que trata de evidenciar os aspectos sociais de diversas culturas de forma crítica e irônica. Seu roteiro conta com textos bem elaborados que agem, muitas vezes, como auto-análise. Logo, seu humor tem uma função social de lidar com problemas de forma delicada, cumprindo eficientemente a proposta de divertir enquanto aborda algumas questões cotidianas e atuais.

Quando eles visitaram o Brasil nos episódios *Blame It On Lisa* e *You Don't Have to Live Like a Referee* mostraram uma simulação da realidade brasileira. Buscamos compreender o país mostrado pelos *Simpsons*, nesses dois episódios, a partir dos conceitos de identidade e representação e analisar os estigmas e estereótipos abordados.

No primeiro episódio, exibido em 2002, *Os Simpsons* abordaram uma série de características da sociedade e da cultura brasileira, com representações que reforçam os estigmas e estereótipos distribuídos pela mídia. A forma que o episódio retrata o Brasil causou incômodo e desconforto para os brasileiros e autoridades do país. A empresa de turismo do Rio de Janeiro - RioTur ameaçou processar a FOX, caso o desenho não pedisse desculpas e o episódio foi censurado na programação da tevê aberta brasileira.

Em 2014, quando volta ao Brasil, o desenho usa o seu discurso irônico para criar diálogos entre os dois episódios. Muitas das críticas e insatisfações manifestadas pelo povo brasileiro são retomadas e "respondidas" nesse episódio. Enquanto em *Blame It On Lisa* o órfão Ronaldo precisa de uma porta para se proteger dos macacos que andam pelas ruas, em *You Don't Have Too Live Like a Referee*, o símbolo da aviação em que *Os Simpsons* viajam, "Air Brasília", é um macaco. Em 2002, Bart aprende espanhol dentro do avião a caminho do Brasil; em 2014, enquanto viajam para o Brasil, Marge diz que está tentando aprender português para "evitar desentendimentos como da última vez" e irrita o piloto que diz que ela está irritando a tripulação e que é muito desrespeitoso quando os turistas tentam aprender o português no avião. Esses e muitos outros diálogos são feitos ao longo do episódio. Em alguns casos, o desenho se retrata em outros ele retoma e enfatiza a crítica feita anteriormente.

Os produtos midiáticos, como *Os Simpsons*, propõem uma nova relação das pessoas com a “realidade”. Ao expor aspectos da cultura brasileira a um público universal, em diversos países, ele reforça a percepção dos estigmas e estereótipos brasileiros. Por isso, o trabalho adotou uma postura perceptiva para compreender como a representação midiática situa o telespectador.

Para construir nossa análise, buscamos conhecer melhor o desenho, sua abrangência, os personagens e, de que forma, ele dialoga com o público. Assim, usando a metodologia da análise de conteúdo, fizemos nossa interpretação da forma como as categorias de análise – representação, identidade, estigma e estereótipo – foram vislumbradas nos episódios selecionados. O trabalho, então, nos proporcionou uma nova visão de aspectos da cultura brasileira, a partir do olhar externo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BULHÕES, Marcelo Magalhães. **A ficção na mídia: um curso sobre as narrativas dos meios audiovisuais**. São Paulo: Ática, 2009.
- CALABRESE, Omar. **Neo-Baroque: a sign of the times**. Princeton: Princeton University Press, 1992.
- CANTOR, Paul A. **Os Simpsons: política atomística e a família nuclear**. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2013.
- ECO, Umberto. **A inovação no seriado**. In: *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- ECO, Umberto. **Sobre a literatura**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- ERION, Gerald J.; ZECCARDI, Joseph A. **A motivação moral de Marge**. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2013.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. **Análise de conteúdo**. In: *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Representações, mediações e práticas comunicativas**. In: *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Aparecida, SP: Ideias e Letras, 2004.
- FRANZÃO, Cláudia Regina da Silva. **A intertextualidade geradora de sentido no gênero Desenho Animado de Núcleo Familiar “Os Simpsons”**. Bauru: Universidade do Estado de São Paulo, 2009.
- FURQUIM, Fernanda. **Sitcom: definição e história**. Porto Alegre: FCF, 1999.
- GALVÃO, Danielle Pini. **Os nerds ganham poder e invadem a TV**. In: *Intr@ciência. Revista Científica*, pág. 34-48. 2009.
- GOMES, Luciana Andrade; SANTOS, Laura Torres S. dos. **O Double Coding na Animação: A Construção do Desenho Animado Contemporâneo para Adultos e Crianças**. In: *Inovcom - Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação*. São Paulo: UNIMAR, 2007. Disponível em: <<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/755f791e770edccf14e0bf902dde74dc.pdf>>. Acesso em 08 de nov de 2014.
- GROENING, Matt. **O ‘Making of’ dos Simpsons: A primeira família da América**. Informações especiais. *Os Simpsons*. 1ª temporada.
- HALWANI, Haja. **Homer e Aristóteles**. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2013.
- KESLOWITZ, Steven. **A sabedoria dos Simpsons – O que nossa família favorita diz sobre a vida, o amor e a busca do donut perfeito**. Rio de Janeiro: Prestígio, 2007.

- KNIGHT, Deborah. **Paródia popular: Os Simpsons e o filme policial**. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2013.
- MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. 4ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação e identidade: quem você pensa que é?**. São Paulo: Paulus, 2010.
- MCMAHON, Jennifer L. **A função da ficção: o valor heurístico de Homer**. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2013.
- MESSA, Márcia Rejane. **A cultura desconectada: sitcom e séries norte-americanas no contexto brasileiro**. Disponível em <http://s3.amazonaws.com/lcp/alaic-telenovela_y_ficcion/myfiles/A%20cultura%20desconectada_6.pdf> Acesso em: 03 de Abr de 2016.
- SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério. **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.
- SANT'ANNA, Affonso Romano de. **Paródia, Paráfrase e Cia**. São Paulo: Ática, 2003.
- SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 27, p. 241-252, jun. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>.
- SOARES, Rosana de Lima. **De palavras e imagens: estigmas sociais em discursos audiovisuais**. *Revista E-Compós*, Brasília, v.12, n.1, p. 1-23, jan/abr 2009.
- TESCHE, Adayr M. **A vingança da mímesis: historicidade e mediação da cultura na narrativa seriada televisiva**. In: *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. 2004.
- WALLACE, Lames M. **Um marxista (Karl, não Groucho) em Springfield**. In: *Os Simpsons e a filosofia*. São Paulo: Madras, 2013.
- WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.