

RESUMO

KUHL, Letícia Carrilho. **Relações entre consumo infantil, mídia e animação infantil, em estudo: Branca de Neve e os Sete Anões**. 2013. 30f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Pedagogia) – Universidade Estadual de Maringá, 2013.

A mídia está cada vez mais presente no dia-a-dia da criança, e por esse motivo acaba interferindo em sua formação, por meio de suas propagandas e filmes de animação incentivando a consumir determinados produtos. Tendo como base esse pressuposto, o Trabalho de Conclusão de Curso, o TCC, em questão tem por objetivo discorrer sobre o consumismo infantil deflagrado nos meios de comunicação - mais especificamente a televisão por meio de propagandas e filmes infantis. A metodologia utilizada se ampara na pesquisa de cunho bibliográfico. Para tanto, temos como fonte para a pesquisa em questão o documentário “Criança, a alma do Negócio”, dirigido Estrela Renner, em 2008, que encena sobre o consumismo infantil, e o filme de animação: “Branca de Neve e os sete anões”, uma produção *Disney*, lançado em 1937. Os aspectos teóricos-metodológicos se amparam em autores como Bauman (2007), Postman (1999), posto que abordam a sociedade do consumo e a infância. E as pesquisas de Bento (2009), e por fim, Montigneaux (2003) que aborda a relação do personagem de filme de animação com o consumismo de produtos licenciados. As considerações finais enfatizam o que o consumismo infantil é ocasionado e ou incentivado pela mídia, que por suas propagandas e animações atraem a atenção do consumidor para determinados produtos. Esse por sua vez se sente atraído por produtos que são destinados as crianças, que contêm atributos que o faz consumir, como exemplo temos produtos relacionados as imagens de personagens infantis, como no caso de estudo a “Branca de Neve”.

Palavras-chave: Educação. Infância. Consumismo. Mídia.