

“Cansei de ser bela, eu quero o real”: feminilidades, masculinidades e consumo no filme infantil *Encanto* (2021)¹

Igor Lacerda²
Ana Teresa Gotardo³

Resumo:

Este artigo analisa os significados atribuídos a feminilidades e masculinidades, explorando sua relação com o espaço e o impacto dos filmes infantis nos processos de consumo. Para isso, investigaremos o filme *Encanto* (2021), dirigido por Byron Howard e Jared Bush, distribuído pela *Walt Disney Studios* em cinemas e plataformas de *streaming*. Seguindo a metodologia de Aumont e Marie (2004), buscamos uma análise racionalizada dos fenômenos observados no filme, visando sua produção de conhecimento e interpretação. Revelamos, portanto, que as representações no filme promovem discussões sobre questões de gênero, contribuindo com uma visão inclusiva das relações entre diferentes sexos e identidades. Além disso, evidenciamos que os filmes infantis influenciam não só o consumo, mas padrões sociais, identidades, status e valores culturais.

Palavras-Chave: Consumo; Animações infantis; Feminilidade; Masculinidades; Espaço.

Introdução

Décadas de produções audiovisuais dos estúdios *Disney* têm contribuído para a construção e a normatização de formas de ser e de lugares para meninas e meninos ocuparem. As “princesas” e os “príncipes” estavam nas telas definindo comportamentos desejáveis, bons e corretos, exercidos em espaços seguros/privados, no caso das princesas/meninas, e inseguros/públicos, no caso dos príncipes/meninos (MACHIDA; MENDONÇA, 2020). A definição de comportamentos ideais não estava só nas telas, mas fora delas, por meio de diversos artefatos da cultura e uma grande maquinaria de consumos de produtos, serviços e espaços relacionados a eles (FRANCO *et al.*, 2017).

Essas representações estadunidenses que constroem valores morais e éticos não surgem apenas do desejo de seus criadores, mas também como estratégia de manutenção de poderes. Um exemplo foi a atuação do Birô Interamericano, a partir da década de 1940, que tinha por objetivo “promover a cooperação interamericana e a solidariedade hemisférica, mas que

¹ Trabalho apresentado na modalidade Comunicações Livres atividade integrante do XVIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

O título deste trabalho foi livremente traduzido da música *What Else Can I Do?* de Lin-Manuel Miranda.

THE MUSIC JOURNAL BRAZIL. Trilha sonora de “Encanto” conta com canções originais de Lin-Manuel Miranda. **Entretê – Terra**, [s.l.]. 19 nov. 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/musica/trilha-sonora-de-encanto-conta-com-cancoes-originais-de-lin-manuel-miranda.a649f770222e18a73be42cdc02901e217n0oeyqh.html>. Acesso em: 11 mar. 2024.

² Doutorando e Mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: igorlacerdasa@gmail.com.

³ Doutora e Mestre em Comunicação pela UERJ. Relações Públicas na Unifesp. E-mail: aninhate@gmail.com.

reforçava, na prática, a necessidade de proteção da posição internacional americana e a de enfrentar os desafios do Eixo” (AMÂNCIO, 2000, p. 53), e para o qual *Walt Disney* desenvolve papel central no âmbito das ações de comunicação a partir da construção da imagem de uma “sociedade ideal”, com seus espaços desejados e formas de ser. Mitchel (1996) ressalta que, desde essa época e até o fim da Guerra Fria, a *Disney* desempenhou papel fundamental na consolidação dos valores dominantes, mesmo reacionários, da cultura dos Estados Unidos, tendo um público formado sobretudo por crianças e jovens.

O reconhecimento do impacto dos estúdios *Disney* na formação de identidades é evidente em várias áreas, como Psicologia e Educação (TOMAZ, 2016). Esses estudos observam mudanças nas representações de feminilidades e masculinidades em filmes infantis, considerando suas interseccionalidades. Segundo Tomaz (2016), atualmente, há a inclusão de princesas negras, trabalhadoras e autossuficientes, bem como príncipes que não são apenas guerreiros, mas demonstram emoções e recebem afeto, não sendo exclusivamente salvadores de suas amadas. Nos filmes mais recentes da *Disney*, portanto, as figuras tradicionais de princesas e príncipes são substituídas, o que altera as narrativas clássicas e reflete uma evolução na forma como a empresa de entretenimento aborda as relações de gênero.

Encanto (2021) ilustra bem as transformações mencionadas por Tomaz (2016), pois conta a história de três gerações de uma família colombiana que teve sua vila invadida e foi obrigada a migrar para outra região com sua comunidade e, entre múltiplas violências e perdas, ganharam o que chamam de “milagre”. Alma (*abuela*) era uma jovem mãe de recém-nascidos trigêmeos que viu seu marido ser assassinado, sendo contemplada, logo em após esse acontecimento, pelo primeiro milagre: uma vela mágica que não apaga, atribui dons encantados a membros da família, faz nascer uma cidade protegida de quaisquer interações e ameaças externas, além de dar vida à casa da família, que expressa sentimentos e ações.

Dentre seus trigêmeos, Pepa tem o poder de influenciar o clima com suas emoções: sua felicidade traz dias ensolarados, enquanto suas angústias, aflições e nervosismos podem desencadear eventos climáticos intensos. Bruno tem o dom da previsão do futuro, porém, sua habilidade é frequentemente vista com pessimismo, como se suas previsões determinassem os eventos, em vez de apenas apontar possibilidades. Julieta possui o dom da cura através de suas *arepas*. Ela é a mais ponderada entre os irmãos, assumindo papéis de mediadora e tranquilizadora, frequentemente associados à sua maternidade.

Na terceira geração, encontramos os filhos de Pepa e seu marido Félix: Dolores, Camilo e Antônio. Dolores tem audição superaguda, captando diálogos próximos e até de pessoas em

outras partes da cidade. Camilo assume a aparência de outras pessoas para ajudá-las e trazer sorrisos. Antônio se comunica com os animais, vendo-os como grandes amigos e aliados.

O outro grupo da terceira geração é composto pelas filhas de Julieta e Agustín: Isabela, Luiza e Mirabel. Isabela tem o dom da "perfeição", fazendo plantas crescerem e flores desabrocharem, adicionando beleza e graça aos espaços. Luiza possui superforça e a utiliza para resolver todos os problemas físicos e estruturais da cidade. Mirabel, a protagonista do filme, não possui nenhum dom mágico, mas tem a habilidade de interagir e sentir a casa como sua *abuela*, uma capacidade única que os outros personagens não possuem.

Com esse contexto em mente, o presente artigo busca compreender os sentidos construídos pelo filme *Encanto* acerca das feminilidades e das masculinidades em sua relação com o espaço, destacando a influência dos filmes infantis no consumo de produtos e serviços. Este filme de animação infantil foi selecionado como objeto de estudo por dois motivos significativos. O primeiro por seu sucesso de público. Entre 25 e 28 de novembro de 2021, *Encanto* liderou as bilheterias nacionais, arrecadando R\$ 4 milhões com 270 mil espectadores⁴, além de ter se tornado o título mais assistido pelos assinantes na plataforma de *streaming Disney+*⁵. O segundo devido às suas desconstruções em relação às feminilidades e às masculinidades hegemônicas (CONNEL; MESSERSCHMIDT, 2013). Reconhecemos, assim, que as rupturas presentes no filme podem impactar na performatividade de gênero (BUTLER, 2003), pois o cinema é um artefato cultural de grande importância e tem posição privilegiada na produção de significados.

Para empreender a análise, buscamos uma construção metodológica que possibilite uma leitura não-dominante e polivalente do *corpus*. Seguindo com Aumont e Marie (2004), explicamos de forma racionalizada os fenômenos observados nos filmes, com vistas à produção do conhecimento e à interpretação, de forma a desconstruir as narrativas sob a luz da perspectiva teórica, buscando identificar os “modos como imagens, figuras e discursos da mídia funcionam dentro da cultura em geral” (KELLNER, 2001, p.77). Consideramos, tal como Rose (2002), que “os meios audiovisuais são um amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas, sequência de cenas e muito mais”; e, tal como Aumont e Marie (2004, p.39), que “não existe um método universal para analisar filmes” e que “a análise de um filme é interminável”.

⁴ ENCANTO supera Eternos e se torna maior bilheteria do Brasil; veja o ranking. **RollingStone**, [s.l.], 29 nov. 2021. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/cinema/encanto-supera-eternos-e-se-torna-maior-bilheteria-do-brasil-veja-ranking/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

⁵ ENCANTO volta a ser o conteúdo mais assistido no disney+; veja a lista atual. **Guia Disney+ Brasil**, [s.l.], 23 jan. 2022. Disponível em: <https://disneyplusbrasil.com.br/encanto-volta-a-ser-o-conteudo-mais-assistido-no-disney-veja-a-lista-atual/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

Corpo-território, território-corpo: uma cidade regida por mulheres

Pensar a cidade e a produção dos espaços por um viés comunicacional requer um esforço crítico, especialmente no que diz respeito ao complexo cenário de produção e exercício de poder que envolve também novas formas de fazer e estar no espaço urbano. Nesse sentido, as diversas formas de compreender o espaço são essenciais para o debate.

Haesbaert (2021, p.163) destaca que, na perspectiva latino-americana, há três linhas de abordagem no debate sobre território. A primeira dialoga com referências europeias e estadunidenses e “propõe o território como o conceito geográfico mais pertinente para analisar as relações espaço-poder, porém ampliando a concepção de poder e dando grande importância à sua dimensão simbólica (as diferentes formas de construção identitária)”. A segunda tem uma abordagem de gênero e destaca o conceito de “corpo-território”, que se origina principalmente de estudos conduzidos por pesquisadoras feministas ou ecofeministas, bem como do movimento indígena. Essas abordagens reconhecem o poder da corporeidade tanto como um objeto de exercício do poder quanto como um sujeito capaz de resistência. Por fim, a terceira abordagem trata o território como “espaço de vida, humano e não-humano” (HAESBAERT, 2021, p.163). Haesbaert (2021), portanto, diz que o corpo não apenas é produzido pelo espaço, mas também o influencia; ele é impregnado por relações de poder e dominação, sendo considerado a “tecnologia política do corpo”.

O filme *Encanto* tem como base de sua narrativa as disputas pelo espaço. Trata-se de uma cidade que nasce no contexto das migrações forçadas na Colômbia em virtude de massacres promovidos pelo conflito armado na região. Segundo Silva e Falcão (2018), a Colômbia é o segundo país no mundo em deslocamentos forçados internos e externos:

A vulnerabilidade de milhares de deslocados em situações de conflito armado e de extrema violência em solo colombiano transforma-os em pessoas ou coletividades à margem de seus próprios territórios. Desprovidos de seus bens materiais, afastados do que lhes é mais caro -seus familiares- esses migrantes forçados levam consigo uma arma valiosa: seu testemunho e sua memória (SILVA; FALCÃO, 2018, p.406).

Em relação à violência que motiva as migrações, Falcão (2014) destaca a importância de se considerar o recorte de gênero, especialmente no que se refere à violência sexual contra mulheres e meninas, que é utilizada como uma arma de guerra no conflito colombiano. Isso se soma a outras formas de violência, incluindo situações de humilhação, tortura e degradação. Nesse sentido, o filme *Encanto* traz para o *mainstream* uma discussão muitas vezes silenciada fora da Colômbia, contribuindo, assim, para a divulgação de um problema histórico que requer

compreensão e debate, visando garantir os direitos humanos. Devido a sua significância, a migração forçada é citada duas vezes no filme por Alma à Mirabel: no início da trama, quando a protagonista ainda era criança, a história é simplificada e focada na inocência e maravilha do milagre; já no desfecho do filme, quando Mirabel era adolescente, a avó narrou com detalhes as dores das violências vivenciadas, tal como trazido por Silva e Falcão (2018).

Encanto é também o nome da cidade que nasce da necessidade de proteção de uma comunidade que fugia de um ataque a seu antigo vilarejo, um “milagre” que surgiu como resposta à dor de uma mulher vítima de diversas violências. A jovem Alma Madrigal, mãe de recém-nascidos trigêmeos, após ter sua vila invadida, saqueada, incendiada, foge com seu marido, Pedro Madrigal, e outros membros de sua comunidade. Em determinado momento, o grupo invasor os encontra e Pedro, na tentativa de proteger sua comunidade, é assassinado. A cena em que Alma se ajoelha em prantos ao lado de seus três bebês é marcada por um momento de transformação. A vela que ela segura se torna mágica, criando Encanto, uma cidade protegida por altas colinas, isolada do mundo exterior e livre de todas as violências, incluindo aquelas originárias de sistemas coloniais de exploração política e econômica (SILVA; FALCÃO, 2018).

O território emerge como proteção, como uma mãe que guarda em seu útero um feto e provê tudo o que é necessário para que ele possa crescer, vir ao mundo e prosperar. A vida do território, que também se estende a uma casa que se mexe, tem sentimentos e se comunica com moradores da cidade, possui uma ligação especial com Alma e com Mirabel. A casita age em conjunto e em suporte às duas, como se fosse extensões de seus braços, pernas e afetos, além de também ser afetada por elas.

O “milagre” que une os corpos ao território (e o território aos corpos) se estende também aos “dons” atribuídos pela vela mágica aos membros da família Madrigal. Dentre os filhos trigêmeos de Alma, Pepa controlava o clima com suas emoções, Bruno podia prever o futuro e Julieta curava as pessoas com a comida. Dentre os netos, Dolores possuía audição sobre-humana, Camilo se transformava em outras pessoas, Antônio falava com os animais, Isabela atribuía beleza e perfeição ao espaço com sua presença e flores, Luiza tinha superforça e Mirabel foi a única a não receber dons na cerimônia realizada durante a infância, um importante rito de instituição⁶ (BOURDIEU, 1992) que mobilizava toda a cidade. Para a *abuela*, todos os

⁶ Bourdieu (1992) ressalta que os ritos possuem eficácia simbólica, transformando a pessoa que é consagrada e instituindo uma diferenciação. Trata-se da atribuição de uma suposta essência, uma competência impõe expectativas e até mesmo um dever de ser alguma coisa e, assim, como ele deve se comportar. Mirabel, ao não ter seu rito cumprido, não se diferencia e, portanto, não se sente parte da família, assim como seus familiares não a reconhecem como parte.

dons deveriam ser usados para servir à comunidade, pois, em sua visão, a existência da cidade dependia desses dons.

Encanto, portanto, pode ser definida como uma cidade utópica, onde seus habitantes prezam pelo coletivo e pelo bem comum. Segundo Lacerda e Gotardo (2022), é o sonho de uma sociedade perfeita e equilibrada no espaço, originada de uma comunidade profundamente feliz e em paz. Este lugar representa um ideal, mas também é considerado algo possível em algum momento da história ou em alguma parte do mundo. Portanto, a utopia é encarada como um lugar para ser explorado ou imaginado, um objetivo a ser alcançado tanto pela gestão urbana quanto pelas pessoas que dão sentido ao espaço (LACERDA; GOTARDO, 2022). A utopia nos apresenta a ideia de uma sociedade governada pela razão e pela comunidade orgânica, onde uma cidade idealizada se torna um objeto de desejo ilimitado.

Nesse sentido, é interessante observar que, enquanto a utopia representa a construção de uma forma de vida ideal para esses corpos deslocados de seu território pela violência, o espaço utópico também pode conter formas de opressão. Alma, ao impor sua visão sobre como a cidade deveria ser organizada e mantida, inadvertidamente limita as subjetividades de suas filhas, seu filho, suas netas e netos às habilidades que possuem, enquanto exclui Mirabel da família devido à sua falta de dom, sob a premissa utilitária de que ela não pode contribuir com a cidade. Isso ganha ainda mais relevância quando consideramos o espaço como um cenário onde o poder é exercido e praticado, muitas vezes reproduzindo um paradigma eurocêntrico dominante. Na perspectiva decolonial, também presente e em negociação na narrativa fílmica, o espaço é entendido por suas dinâmicas relacionais, na experiência vivida, onde as pessoas se constituem e são influenciadas pelo ambiente por meio de suas interações, revelando, assim, o conceito do corpo-território (HAESBAERT, 2021).

Embora haja uma conexão desse espaço-corpo com a visão decolonial, especialmente no que diz respeito ao surgimento da cidade, o mesmo não pode ser afirmado em relação à construção de certos estereótipos do feminino presentes nas personagens, nem à maneira como a avó conduz a vila. Um exemplo disso é a própria Alma, uma mulher que experimentou o amor, casamento, maternidade, enfrentou violências e assumiu a responsabilidade de liderar toda uma comunidade após o milagre ser concedido a ela. No entanto, Alma desempenha uma masculinidade hegemônica na execução de suas funções.

As filhas da Alma apresentam características contrastantes: Pepa é uma mulher com emoções aflorada, que precisa se controlar e tem um marido para ajudá-la no manejo de seus sentimentos; já Julieta é a mulher que destina cuidado a todos com sua comida (as *arepas*) e

tem um marido alérgico que precisa de sua cautela com frequência. Enquanto Julieta é calma, centrada e ponderada, Pepa muda de humor por qualquer motivo e o “tempo fecha” literalmente.

Dentre as netas⁷, Isabela é uma jovem mulher de 21 anos considerada a “filha perfeita”. Ela incorpora uma feminilidade típica das princesas da *Disney*, com seu longo cabelo, porte físico e vestido, mas especialmente no plano familiar imposto a ela de casar e ter filhos. Isabela é a mulher que leva a beleza por onde passa, e as flores que faz nascer representam essa expectativa da feminilidade hegemônica (CONNEL; MESSERSCHMIDT, 2013). Luísa, a “corpulenta”, é uma jovem mulher de 19 anos que “carrega o mundo nas costas”, resolvendo todos os problemas estruturais da casa e da cidade por sua força. Dolores, também uma jovem de 21 anos, é aquela que tudo ouve e tudo sabe, a fofqueira apaixonada que almeja o casamento. Mirabel, uma adolescente de 15 anos, sem dons atribuídos na infância, ao investigar os problemas da *casita* para se sentir pertencente e útil à família, acaba por contribuir para o empoderamento das irmãs, mostrando que elas docilizaram seus corpos (FOUCAULT, 1987) para atender ao sistema político imposto pela *abuela*. Além disso, ela contribui para o retorno do tio Bruno ao núcleo familiar, unindo a todos e “salvando o milagre”. No fim do filme, Mirabel é agraciada com o mesmo dom de sua avó: a condução de Encanto.

Ao longo da narrativa, as filhas de Julieta, Isabel, Luísa e Mirabel, começam a questionar seus papéis na casa e na cidade, assim como o uso de seus dons (ou a falta deles, no caso de Mirabel). Encanto está completamente isolada dos perigos externos, o que abre um leque de possibilidades para explorar novas formas de ser menina ou mulher, mesmo que a *abuela* exerça um poder que tenta manter as limitações impostas a essas mulheres e meninas. Afinal, ela carrega em sua história as dores das violências cometidas contra seu corpo-território e seu território-corpo.

Há uma importante referência no filme aos espaços seguros para as mulheres na cultura moderna ocidental: o quarto. No rito de instituição, cada personagem ganha um quarto adequado para o acolhimento de seu dom. Conhecemos apenas os quartos de Isabela, Mirabel, Bruno e Antônio, o que nos possibilita traçar algumas comparações. Os quartos masculinos são imensos (há uma floresta para Antônio, que fala com os animais, e um labirinto com cavernas e escadas para Bruno, que prevê o futuro com areia). Isabela, embora tenha um dom ligado à natureza, tal como Antônio, possui um espaço limitado – apesar de ser grande em relação ao quarto de Mirabel, é bem menor que os quartos de Antônio e Bruno. Por fim, como a protagonista não foi agraciada com um dom, não possui um quarto especial. Nele, encontramos

⁷ ENCANTO: qual é a idade dos protagonistas. **Disney**, [s.l.], 15 mar. 2022. Disponível em: <https://www.disney.com.br/novidades/encanto-qual-e-a-idade-dos-protagonistas>. Acesso em: 8 mar. 2024.

apenas uma pequena cama de solteiro, um guarda-roupas, uma máquina de costura e uma cômoda.

Para Barbosa (2020), a representação do “ser-menina” no cinema é concebida como um período e, em sua conexão com o espaço, é permeada por interseções de poder que influenciam em espaços restritos. A redução do espaço destinado às mulheres ao longo dos séculos é evidente, especialmente no que diz respeito à sua presença na esfera pública versus a sua associação predominantemente à esfera privada, um fenômeno que se intensificou com a consolidação da família patriarcal burguesa. Nas décadas finais do século XX, o quarto é tido como um refúgio, um lugar de segurança e proteção frente um mundo adulto, doméstico e heteronormativo a ser evitado. Assim, quartos são

Espaços seguros, ou seja, uma subversão daqueles espaços aos quais a mulher é confinada: em busca de fugir desse destino biológico, as meninas se refugiam nos quartos [...] as meninas estão fortemente conectadas à família e ao espaço próximo, carecendo ‘do conhecimento social e expertise que derivam da capacidade de visitar e explorar diferentes partes da cidade sozinhas à maneira dos garotos’. Elas não têm direito à amplitude do espaço ocupado logo cedo pelos meninos: não podem andar pela cidade, flunar, conhecer; não é seguro. Assim, estão ao mesmo tempo protegidas e presas em espaços seguros: casa, escola, clube (BARBOSA, 2020, p.142).

Os quartos masculinos são mundos a serem explorados, mas os femininos são restritos. As personagens, no entanto, lidam com esse espaço de forma distinta: Isabela se refugia de seu “destino biológico” no quarto, tal como destaca Barbosa (2020), mas Mirabel rompe com esse espaço para ocupar a cidade. Inclusive, sai do espaço urbano após a ruína da *casita*, transpassando as colinas que a isolava.

Ainda, dentro do quarto, ocorre processo de se compreender e se aceitar como imperfeita, passando por dentro da casa e terminando na área externa, à vista de toda comunidade. Mirabel visita Isabela em seu quarto para tentar evitar o fim da magia que mantinha a casa em pé. As irmãs, que não se davam bem, começam a discutir e Isabela declara que não quer ser perfeita, não quer se casar e ter filhos. Ela só estava aceitando de forma passiva o destino imposto pela *abuela* para honrar o milagre. Nesse momento, ainda dentro de seu quarto, Isabela faz surgir, sem querer, um cacto. Surpresa ao ver uma planta imperfeita surgir, ela conta com a ajuda da irmã mais nova para escapar da pressão de conformar-se à feminilidade hegemônica, libertando-se do fardo de casar e ter filhos com um homem que não amava. Inclusive, ao fazer essa revelação a irmã, seu vestido lilás transformando-se em vibrante e colorido.

Mirabel, ao contrário, não possuía um quarto encantado como os outros moradores, que tinham quartos personalizados de acordo com seus dons. O dela era apenas um espaço comum. Localizado em posição oposta ao quarto da *abuela*, é como uma prisão que a protagonista rompe

ao decidir compreender o que está afetando a força da magia e da casa que está ruindo. Então, Mirabel passa a ocupar o mundo de Encanto para desvendá-lo, investigando tanto a cidade quanto os quartos de outros personagens. O movimento de Mirabel assemelha-se ao de Isabela, pois ambas abandonam os espaços restritos de seus quartos e entram na esfera pública em busca de ocupar os espaços anteriormente negados e expressar suas subjetividades.

As dinâmicas das masculinidades no filme também transitam entre a reafirmação e a quebra dos estereótipos. Uma observação inicial é que os homens não têm papéis de destaque no filme; são retratados como maridos (inclusive adotam o sobrenome Madrigal) e primos. Eles têm corpos e identidades que não se encaixam na masculinidade hegemônica comumente encontrada em animações infantis, como agressividade, competitividade, falta de habilidade para lidar com as emoções e um desejo constante de salvar ou proteger suas companheiras (CONNEL; MESSERSCHMIDT, 2013).

Assim, temos representações de fragilidade, romantismo, apaixonamento; observa-se também figura do provedor, daquele que dá suporte no controle das emoções, do homem que precisa ser cuidado e é livre para performar qualquer gênero, um vir a ser, uma transformação constante (BUTLER, 2003). Agustín e Félix, esposos de Julieta e Pepa, respectivamente, apresentam tipos de masculinidade que complementam as feminilidades de suas esposas, criando uma dinâmica de contraste que destaca a diversidade de performances de gênero. Félix é retratado como um homem constantemente feliz, contrapondo-se às oscilações de humor de Pepa, enquanto Agustín é mostrado como desajeitado e alérgico, necessitando dos cuidados de sua esposa.

Camilo assume a forma de qualquer pessoa. Com sua aparência andrógina, está próximo ao gênero fluido. Antônio é o personagem mais novo da história, tem cinco anos. Mais do que um modelo de masculinidade, Antônio, por falar com os animais, representa um ideal idílico bíblico da pureza e da infância da humanidade, pois não teria cometido o pecado original (AMÂCIO, 2000). Por fim, Mariano é o modelo mais próximo da masculinidade do príncipe da *Disney*, considerando seu porte físico, ainda que, em alguns momentos, esse corpo seja o foco de alívios cômicos. Ele não é parte da família, mas almeja casar-se com Isabela. No entanto, é rejeitado pela noiva e, posteriormente, escolhido por Dolores. Ele demonstra uma certa urgência em se casar e ter filhos, diferente de Isabela.

Por fim, o homem que tem um papel de mais destaque no filme é Bruno. Um dos filhos trigêmeos da *abuela*, possui o dom de prever o futuro. No entanto, suas previsões eram interpretadas como fontes de males, como se ele fosse responsável pelos problemas que previa. Assim, Bruno se sentia indesejado pela família e era rejeitado por sua mãe, como se seu dom

não tivesse utilidade para a cidade, mas apenas causasse dor e sofrimento. Diante disso, ele optou por se isolar, encontrando refúgio dentro de sua própria casa, preenchendo as rachaduras que surgiam e buscando sentir-se útil conforme as expectativas impostas por Alma.

O nome de Bruno não podia ser mencionado na cidade, pois “seu dom era considerado causa dos problemas e, por isso, ele era silenciado e excluído. Era como se, em sua ausência, as adversidades cessassem. A própria música *We don't talk about Bruno*⁸, pela forma de sua composição, mostra o quanto a menção ao seu nome é difícil de lidar, assim como sua complexidade (LACERDA; GOTARDO, 2022). Observamos, nesse caso, procedimentos externos de exclusões discursivas propostos por Foucault (2000): (1) interdição, conhecida como a “palavra proibida”, revelando uma conexão entre proibições, desejos e poderes; (2) segregação da loucura, referida como a “palavra louca”, que é considerada nula ou atribuída a estranhos poderes premonitórios; e (3) busca pela verdade, também chamada de “palavra mentirosa”, estreitamente relacionada com a vontade de saber. Essa busca pela verdade é sustentada por um sistema histórico e institucional de exclusão opressor, que pode atuar como um sistema de coerção e justifica os dois primeiros procedimentos.

Bruno tem um dom que não pode ser expresso livremente nos espaços, como é permitido aos demais. Seus poderes premonitórios são reprimidos, marcando o primeiro desvio em relação às normas de gênero, já que geralmente se espera que o homem esteja sempre correto. Nas lembranças dos outros personagens, era grande, poderoso e de olhar maléfico, mas, na realidade, era frágil, magro, demonstrava cansaço e solidão.

De acordo com Connel (2013), as masculinidades hegemônicas muitas vezes não refletem a realidade de nenhum homem em particular, mas ainda assim transmitem ideais, fantasias e desejos de um vir a ser. Além disso, a autora ressalta que esses modelos predominantes de masculinidade também influenciam as dinâmicas familiares, onde são tanto reproduzidos quanto questionados à medida que as crianças crescem. Em resumo, o filme navega entre a perpetuação de práticas hegemônicas e a busca por rupturas com modelos que refletem visões coloniais do mundo. O debate aborda questões que vão desde os sistemas que moldam os corpos até as representações de gênero e orientação sexual, os ideais corporais impostos pela *Disney*, os destinos das personagens femininas e as formas como homens e mulheres ocupam espaços na sociedade.

⁸ Essa música ficou no topo da *Billboard Hot 100*, a maior lista de hits estadunidense, por cinco semanas. TRUST, Gary. ‘We Don’t Talk About Bruno,’ From ‘Encanto,’ Leads *Billboard Hot 100* For Fifth Week. *Billboard*, [s.l.], 28 fev. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/chart-beat/we-dont-talk-about-bruno-encanto-hot-100-fifth-week-number-one-1235037107/>. Acesso em: 11 mar. 2022

Os filmes infantis, o consumo nostálgico e a influência das crianças no consumo familiar

Segundo Pinto (2007), o consumo é um fenômeno social complexo, onde as pessoas não só buscam satisfazer suas necessidades básicas, mas também expressar sua identidade e status social. Influenciado por normas, valores e expectativas compartilhadas, o consumo reflete as dinâmicas sociais de uma sociedade. Pinto (2007) também destaca que cada cultura possui suas próprias práticas, rituais e significados de consumo, evidenciando como os objetos são produzidos, trocados e utilizados em diferentes contextos culturais. Além disso, a cultura revela os significados simbólicos atribuídos aos bens e serviços, destacando que o consumo vai além da satisfação de necessidades materiais, servindo também para expressar identidades e aspirações culturais. Assim, o autor revela que as dimensões cultural, social e antropológica estão interligadas e desempenham um papel crucial na compreensão das complexas interações que moldam os padrões de consumo em determinadas sociedades.

Os filmes infantis exercem uma influência poderosa no comportamento de consumo, tanto para crianças quanto para adultos, graças à sua habilidade em contar histórias cativantes e criar personagens memoráveis. Por exemplo, a *Disney* lançou a primeira versão do filme *A Bela e a Fera* em 1991, sendo, desde então, um dos clássicos do estúdio. Em 2017, uma releitura do mesmo filme, com efeitos especiais aprimorados, alcançou grande sucesso nas bilheteiras, ultrapassando os 500 milhões de dólares em faturamento global, esclarece Matta (2017). Outros filmes clássicos da *Disney*, lançados durante o século XX, também retornaram aos cinemas na contemporaneidade: *Alice* em 2010, *Cinderela* em 2015, *Mogli* em 2016, *Dumbo*, *Aladdin* e *O Rei Leão* em 2019, assim como *A Pequena Sereia* em 2023. Todos eles, assim como *A Bela e a Fera*, foram bem-sucedidos tanto nas bilheteiras quanto no faturamento global (MATTA, 2017).

As primeiras versões dos filmes, ainda do século XX, faziam parte da Era de Prata da *Disney* (MACHADO; WESCHENFELDER; ARCANJO, 2019). Este período do estúdio coincide com a infância da geração atualmente conhecida como *millenials*, com idades entre 20 e 35 anos. Surpreendentemente, os *millenials* compuseram a metade do público que prestigiou as novas versões de *Mogli*, *Alice*, *Cinderela*, *Dumbo*, *Aladdin*, *O Rei Leão* e *A Pequena Sereia* nos cinemas, esclarece Motta (2017). A outra metade era formada por filhos e crianças ligadas à geração que assistiu às primeiras versões dos filmes nos cinemas antigos ou nas fitas VHS, ou seja, crianças com menos de 12 anos (MOTTA, 2017).

Além dos filmes terem sido consumidos por adultos, também foram por crianças. De acordo com Motta (2017), o público infantil não rejeita as animações tradicionais em seus

hábitos de consumo diário. Mesmo alguns desenhos de maior sucesso na televisão contemporânea, como *Peppa Pig*, *O Show da Luna* e *Hora da Aventura* foram inspirados ou têm o mesmo formato que animações tradicionais, esclarece Motta (2017).

A *Disney* prova que entendeu bem esse mercado ao comprar os direitos comerciais de várias franquias que possuem uma conexão bem forte com o mercado dos millenials e seus antepassados da geração X (nascidos entre 1965 e 1981). Dentre essas franquias, Motta (2017) enumera os desdobramentos quase infinitos dos filmes da *Marvel* e de *Guerra nas Estrelas*. Até mesmo os parques do estúdio apostam nessa tendência, com o investimento na franquia *Star Wars* como carro-chefe de novas atrações (MOTTA, 2017). Observamos, portanto, a busca pelo mercado da nostalgia. Segundo Mello e Mastrocola (2019), intenção do mercado da nostalgia, além de tirar o peso de ser adulto, é cativar tanto os espectadores mais jovens quanto aqueles que cresceram com certas franquias ou produtos culturais. Ao trazer de volta elementos familiares do passado, como filmes, séries, ou até mesmo brinquedos e jogos, as empresas buscam evocar sentimentos de nostalgia e conexão emocional com o público (MELLO E MASTROCOLA, 2019). Isso pode ser uma estratégia eficaz para gerar interesse e engajamento, aproveitando a afinidade que as pessoas têm com suas memórias de infância ou juventude.

Para além da nostalgia evocada por filmes e produtos relacionados a eles, tanto adultos quanto crianças consomem como uma forma de expressar sua identidade, status social e pertencimento a grupos específicos. Sabendo disso, a *Disney* aumentou a quantidade de personagens latinos e passou a celebrar a cultura latino-americana em seu parque de Orlando (VIEIRA, 2023). Isso porque, atualmente, um em cada cinco americanos tem origem latina, esclarece Ventas (2022). Em 2060, espera-se que os latinos sejam um em cada quatro, totalizando 119 milhões (VENTAS, 2022). Não há dúvidas, portanto, de que essa comunidade desempenha um papel fundamental na economia da maior potência mundial. Segundo Ventas (2022), os latinos nos EUA injetam US\$ 2,8 trilhões (cerca de R\$ 15 trilhões) na economia por ano, o equivalente à soma dos Produtos Internos Brutos (PIBs) do Brasil e do México. De acordo com Ventas (2022), se os latinos dos Estados Unidos compusessem um país independente, seria a quinta maior economia do mundo, com um PIB maior que o do Reino Unido, Índia ou França.

Além disso, os latinos são consumidores ativos e leais a plataformas de *streaming* e a séries televisivas que os representam de forma autêntica, no entanto, quando falta essa autenticidade, eles optam por outros serviços ou canais, revela Ezequiel (2022). Segundo Matos (2023), o número de assinantes de plataformas de *streaming* na América Latina aumentou em 72% durante o ano de 2023. Entre os serviços mais populares, a *Netflix* lidera o *ranking*, seguida

de perto pelo *Prime Video*, *Disney+* e *HBO Max*. Na América Latina, o Brasil se destaca como o país líder no consumo de *streaming*, seguido por Argentina, Chile, México, Colômbia, Peru, Uruguai, Equador, Honduras, Guatemala, El Salvador, Panamá, Costa Rica, Venezuela, Nicarágua, República Dominicana, Bolívia e Paraguai⁹.

No que diz respeito ao consumidor infantil, as crianças exercem uma influência cada vez mais significativa sobre as decisões de compra de seus pais (Schneider, 2019). Suas opiniões não apenas inspiram as escolhas imediatas dos familiares, mas também têm um impacto duradouro nas preferências e nos hábitos de consumo a longo prazo. Segundo Schneider (2019), essa influência não se limita apenas às compras diretas feitas para elas, mas se estende também aos produtos e serviços destinados aos adultos. Frequentemente, os pais levam em consideração as preferências e opiniões de seus filhos ao tomar decisões de consumo, o que demonstra a importância do entendimento e da consideração das crianças no mercado consumidor.

Além de assistir a filmes e séries infantis em plataformas de *streaming* e no cinema, também observamos o consumo de produtos lançados posteriormente a eles. No caso das crianças, esses produtos geralmente são brinquedos e alimentos que apresentam imagens dos personagens de filmes infantis. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Locomotiva em colaboração com a *Dotz*, a influência das crianças sobre as decisões de compra dos pais é significativa, alcançando 88% mesmo quando elas não estão fisicamente presentes no momento da compra¹⁰. Confirmando esse dado, cerca de 70% dos consumidores adultos atribuem grande importância às marcas preferidas por seus filhos. Com uma população de mais de 38 milhões de crianças entre 0 e 12 anos, fica evidente o potencial desse segmento de mercado. Diante desse cenário, por exemplo, a Itambé¹¹ optou por renovar sua linha de produtos direcionados ao público *kids*, agora estampando embalagens com imagens de personagens de filmes infantis, buscando assim atrair a atenção tanto das crianças.

Em 2023, Costa (2023) destacou um notável sucesso nas vendas de brinquedos após o lançamento de filmes infantis. Um exemplo disso é a loja *Toyboy*, com cerca de 19 filiais no Rio de Janeiro e Niterói, que experimentou um aumento de 30% nas vendas de produtos da

⁹ BRASIL tem maior número de serviços de streamings da América Latina, com 137 plataformas. **Academia Internacional de Cinema**, São Paulo, 7 ago. 2023. Disponível em: <https://www.aicinema.com.br/brasil-tem-maior-numero-de-servicos-de-streamings-da-america-latina-com-137-plataformas/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

¹⁰ MEIO e mensagem: influência dos filhos no supermercado é de 88%. **Instituto Locomotiva**, São Paulo, 19 dez. 2019. Disponível em: <https://ilocomotiva.com.br/clipping/meio-e-mensagem-influencia-dos-filhos-no-supermercado-e-de-88/>. Acesso em: 6 mar. 2024.

¹¹ QUASE 90% das crianças influenciam na decisão de compra dos pais. **SA+ Varejo**, [s.l.], 25 mai. 2022. Disponível em: <https://samaisvarejo.com.br/detalhe/reportagens/quase-90-das-criancas-influenciam-na-decisao-de-compra-dos-pais>. Acesso em: 6 mar. 2024.

Barbie nos dois dias seguintes ao lançamento do filme dirigido por Greta Gerwig. Vale ressaltar que o filme em questão foi produzido por organizações com vínculos tanto na indústria audiovisual quanto na de brinquedos, contando com empresas como *Mattel*, *LuckyChap Entertainment*, *Mattel Films*, *Heyday Films* e *NB/GG Pictures*. Segundo relatos de Costa (2023), nas lojas da *Toyboy*, apenas seis mansões da Barbie permaneceram em estoque, com todo o restante sendo vendido, mesmo com o produto sendo comercializado por R\$ 2.799. Além disso, a *Ri Happy*, maior varejista de brinquedos no Brasil, registrou um aumento de 50% nas vendas de todos os produtos relacionados à Barbie, incluindo bonecas, carrinhos, casas e outros itens (COSTA, 2023).

Enfim, os produtos audiovisuais, bem como os meios de comunicação no geral, têm uma influência marcante no consumo, não apenas incentivando a compra de produtos, mas também moldando padrões de relacionamento, expressão de identidade, *status* social, valores culturais e aspirações. Eles orientam o que, onde, quando e como consumir, afetando diretamente o comportamento dos consumidores. Apesar dessa influência, o consumo não é passivo, mas uma atividade ativa que forma os valores da sociedade e regula as interações sociais.

Considerações finais

Em *Encanto*, não há a ideia convencional de meninas como princesas e meninos como príncipes. Todos na comunidade trabalham juntos para promover o bem-estar coletivo, destacando uma dinâmica social mais colaborativa e igualitária em contraste com os estereótipos de gênero dos contos de fadas, nos quais o príncipe encara diversos perigos para atender aos seus desejos pela amada ou a princesa enfrenta grandes obstáculos para viver com o ser amado.

No filme, existe a competição entre mulheres e representações tradicionais de feminilidade, mas também há a desconstrução desses padrões ao longo das gerações. Muitas cenas de rivalidade são protagonizadas por Mirabel e sua avó, mas elas são resolvidas no final, pois a matriarca percebe que as violências vivenciadas no passado estavam influenciando seu presente. O sistema opressor não é estabelecido pela *abuela*, pelo contrário: ela perpetua as formas de opressão que foram internalizadas ao longo de sua vida. Os homens do filme também desafiam as normas tradicionais de masculinidade, pois expressam emoções, fragilidades, romantismo, aceitam cuidado e apoiam suas parceiras. Sem dúvidas, as representações diversas

de gênero podem contribuir para uma visão mais inclusiva e progressista das relações entre os diferentes sexos e identidades.

As animações infantis exercem uma forte influência no contexto do consumo. Ao disseminar suas imagens, não só incentivam a compra de produtos ou serviços, mas também influenciam sociabilidades, identidades, posições sociais e aspirações culturais. Em suma, influenciam não apenas o que, mas também onde, quando e como consumir, impactando diretamente o comportamento dos consumidores. O consumo não é passivo, mas sim uma atividade dinâmica que transforma os valores e as interações sociais da comunidade.

Referências

AMÂNCIO, Tunico. **O Brasil dos gringos**: imagens no cinema. Niterói: Intertexto, 2000.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **A análise do filme**. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2004.

BARBOSA, K. Leslie e Ofelia, meninas que ousam sair do quarto: espaço, feminilidade e corpo em Ponte para Terabítia e O labirinto do fauno. **Revista Mídia e Cotidiano**, Niterói – RJ, v. 14, n. 1, p. 133 – 156, fev., 2020.

BARBOSA, Lia. Florescer dos feminismos na luta das mulheres indígenas e camponesas da América Latina. **Norus novos rumos sociológicos**, Pelotas – RS, v. 07, n. 11, p. 197 – 231, jan. – jul., 2019.

BOURDIEU, Pierre. Rites as acts of institution. In: PERISTIANY, J.G; PITT-RIVERS, Julian (eds.). **Honor and grace in anthropology**. Cambridge: University Press, 1992. p.79 – 89.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

COLECTIVO Miradas Críticas del Territorio desde el Feminismo. **Mapeando el cuerpo-territorio**: guía metodológico para mujeres que defienden sus territorios. Quito: CLACSO, 2017.

CONNELL, R. W.; MESSERSCHMIDT, J. W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis – SC, v. 21, n. 01, p. 241 – 282, jan., 2013.

COSTA, Jacqueline. Tudo cor-de-rosa no comércio_ lojas de brinquedos têm aumento de vendas de produtos após a estreia de 'Barbie'. **O Globo**, Rio de Janeiro, 21 jul. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/zona-sul/noticia/2023/07/21/tudo-cor-de-rosa-no-comercio-lojas-de-brinquedos-tem-aumento-de-vendas-de-produtos-apos-a-estreia-de-barbie.ghtml>. Acesso em: 8 mar. 2024.

EZEQUIEL, Pedro. Relatório de diversidade mostra queda de latinos no cinema e na TV. **Gizmodo – UOL**, [s.l.], 28 set. 2023. Disponível em: https://gizmodo.uol.com.br/relatorio-de-diversidade-mostra-queda-de-latinos-no-cinema-e-na-tv/?fbclid=IwAR2oc2CFYKIXabSpb-xtqhQ9Zf1jUzeW4lzuMytpq7v0yb_Lo_VkAaBA4-4. Acesso em: 8 mar. 2024.

FALCÃO, Ana Taisa da Silva. Migrações femininas na fronteira amazônica: reflexões a partir do conflito armado colombiano. **Revista da Escola Superior de Guerra**, Brasília – DF, v. 29, n. 59, p. 134 – 151, jul. – dez. 2014.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2000.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. Petrópolis – RJ: Vozes, 1987.

FRANCO, Nayma *et al.* A importância do marketing de experiência no fluxo logístico de um parque temático. Estudo de caso: Walt Disney. **South American Development Society Journal**, [s.l.], v. 3, n. 8, p. 149 – 161, jul. 2017.

FRIGERI, Ana; SANTOS, Giordanna. Os processos urbanos sob a ótica da colonialidade do poder, do ser e do saber. **Revista Ruído**, Dourados – MS, v. 14, n. 34, p. 198 – 209, jan. – abr., 2020.

HAESBAERT, Rogério. **Território e descolonialidade**: sobre o giro (multi)territorial/de(s)colonial na América Latina. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2021.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LACERDA, Igor; GOTARDO, Ana Teresa. “Nosso lar merece uma chance”: A gestão da cidade utópica no filme Encanto. In: **ANAIS DO XVI CONGRESSO ABRAPCORP**, 2022, Maceió. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/abrapcorp-2022/trabalhos/nosso-lar-merece-uma-chance-a-gestao-da-cidade-utopica-no-filme-encanto?lang=pt-br>. Acesso em: 10 mar. 2023.

MACHADO, Renato; WESCHENFELDER, Gelson; ARCANJO, Thiago. Humanidade, tempo e transcendência: o legado cultural de Stan Lee (1922-2018). **Revista Diálogo da Unilasalle**, Canoas – RS, n. 42, p. 7 – 11, dez. 2019.

MACHIDA, Ana; MENDONÇA, Carlos. A construção das princesas Disney: uma análise das performances, narrativas e identidades femininas. **Revista Tropos: Comunicação, sociedade e cultura**, [s.l.], v. 9, n. 2, [s.p.]. 2020.

MANSANO, Sonia; CARVALHO, Paulo. A colonização dos corpos e dos afetos pelo capitalismo: um debate necessário. **Estudos e pesquisas em psicologia**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 03, p. 1062 – 1080, set. – dez., 2022.

MATOS, Fábio. Brasileiro assina, em média, 8 serviços de streaming, diz pesquisa. **Metropoles**, [s.l.], 5 nov. 2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/negocios/brasileiro-assina-em-media-8-servicos-de-streaming-diz-pesquisa>. Acesso em: 8 mar. 2024.

MATTA, Ana. Por que a Disney está apostando cada vez mais nos adultos em vez das crianças? **Gazeta do Povo**, [s.l.], 20 abr. 2017. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/por-que-a-disney-esta-apostando-cada-vez-mais-nos-adultos-em-vez-das-criancas-8xrhqesf42yyiuqa8oxdwvsdx/>. Acesso em: 8 mar. 2024.

MELLO, Felipe; MASTROCOLA, Vicente. Identidade, nostalgia e memória afetiva no consumo de videogames retrô. **Revista Interim**, Curitiba – PR, v. 24, n. 2, p. 154 – 172, 2019.

MICHEL, Claudine. Re-Reading Disney: not quite Snow White. **Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education**, Inglaterra, v. 17, n. 01, p. 5-14, jul., 1996.

ORELLANA, Rodrigo. Ciudades ideales, ciudades sin futuro: el porvenir de la Utopía. **Revista Internacional de Filosofía**, Espanha, v. 03, n. 01, p. 135 – 144, abr., 2010.

PINTO, Alessandra. **Pequenos grandes consumidores**: uma abordagem sobre consumo infantil na sociedade contemporânea. 2007. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação) – Escola de Comunicação – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. *In*: BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 343 – 364.

SCHNAIDER, Amanda. Influência dos filhos no supermercado é de 88%. **Meio e mensagem**, [s.l.], 19 dez. 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/influencia-dos-filhos-no-supermercado-e-de-88>. Acesso em: 11 mar. 2024.

SILVA, Erica; FALCÃO, Ana. Migrações forçadas como consequência de massacres no conflito armado colombiano: a trágica experiência de Caño Jabón. **Revista del CESLA**, Polônia, v. 01, n. 22, p. 403 – 425, dez., 2018.

TOMAZ, Renata. Infância e mídia: breve revisão de um campo em disputa. **Contracampo**, Niterói, v. 35, n. 03, p. 273 – 294, dez. – mar. 2017.

VENTAS, Leire. Se latinos nos EUA fossem um país, seriam 5ª economia do mundo — e outros dados que mostram seu peso econômico. **BBC**, Los Angeles, 29 dez. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-64111432>. Acesso em: 8 mar. 2024.

VIEIRA, Rodrigo. Disney celebrará cultura latino-americana em Orlando. **Panrotas**, [s.l.], 17 ago. 2023. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/destinos/parques-tematicos/2023/08/disney-celebrara-cultura-latino-americana-em-orlando_199018.html. Acesso em: 8 mar. 2024.