



DESENHO ANIMADO: UMA RELAÇÃO ENTRE MÍDIAS DIGITAIS E A CRIANÇA

Carita Pelição¹
Fernanda Jardim Maia²
Ielson José dos Santos³
Marta Baggio Bippus⁴
Afonso Antonio Machado⁵

RESUMO

O presente artigo é resultado de uma pesquisa bibliográfica, de cunho qualitativo, que tem por objetivo analisar a relação de crianças pequenas com os desenhos animados e as mídias digitais, investigando como se dá o interesse delas por esse tipo de entretenimento. Para a coleta das informações foram utilizados como referência teórica principalmente os autores Peres (2005) e Ferreira (2008), relacionadas com os preceitos jurídicos que regulamentam a produção e a circulação dos materiais audiovisuais direcionados ao público infantil. A pesquisa inicia-se com um recorte teórico sobre a trajetória do desenho ao longo do desenvolvimento humano, destacando-o como forma de representação histórica e social. Nessa perspectiva, apresenta-se também a origem do desenho animado e o histórico das transmissões na televisão brasileira e nas plataformas de streaming a fim de promover uma reflexão sobre como esses desenhos animados podem interferir na educação e no desenvolvimento físico e emocional das crianças, bem como o que poderia ser mais ou menos adequado à faixa etária entre 3 a 5 anos de idade, público alvo desta pesquisa. E, finalmente, evidencia-se a parcela de responsabilidade dos pais sobre o tempo de tela considerado adequado para esse grupo etário, uma vez que ainda não desenvolveram autonomia para discernir sobre o uso saudável das mídias.

Palavras-chave: Desenho animado; Mídias digitais; Criança; Desenvolvimento humano e tecnologia.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem por objetivo principal identificar o motivo pelo qual as crianças em idade pré-escolar, de um a cinco anos de idade, se sentem tão atraídas por desenhos animados. Esse interesse surgiu porque existe um número cada vez maior de crianças que assistem a

¹ Mestra em Desenvolvimento Humano e Tecnologias - UNESP, integrante do LEPESPE - UNESP, carita.pelicao@unesp.br;

² Mestra em Educação, Universidade de Taubaté – UNITAU, doutoranda em Desenvolvimento Humano e Tecnologias - UNESP, integrante do LEPESPE - UNESP, fernanda.maia@unesp.br;

³ Mestre em Linguística, Universidade Cruzeiro do Sul - UNICSUL, doutorando em Desenvolvimento Humano e Tecnologias - UNESP e membro do LEPESPE - UNESP, ielson.santos@unesp.br;

⁴ Mestra em Educação, Universidade de Taubaté – UNITAU, doutoranda em Desenvolvimento Humano e Tecnologias - UNESP, integrante do LEPESPE - UNESP, marta.baggio@unesp.br;

⁵ Docente e coordenador do LEPESPE, Laboratório de Estudos e Pesquisas em Psicologia do Esporte, da UNESP. Mestre e Doutor pela UNICAMP, livre docente em Psicologia do Esporte, pela UNESP, graduado em Psicologia, editor chefe do Brazilian Journal of Sport Psychology, afonsoa@gmail.com;



programas infantis transmitidos por mídias digitais, principalmente por meio da plataforma de vídeos YouTube ou por streamings como a Netflix, HBO e Disney+, por exemplo.

Com a concorrência acirrada entre as plataformas de streaming (aquelas que transmitem conteúdos através do acesso à internet, sem que o usuário precise fazer download), a migração da TV aberta para as plataformas pagas tem sido cada vez mais evidente nos lares brasileiros. Na reportagem publicada em 17 de agosto de 2023, os dados apontam que

Em um período de 12 meses até junho de 2023, o número de acessos da TV paga encolheu 14,7%, segundo dados da Anatel, a Agência Nacional de Telecomunicações. De aproximadamente 15,1 milhões de assinantes, o número passou para cerca de 12,9 milhões e segue caindo mensalmente (Bonjoch, 2023, s/p).

Isso não significa que as crianças estão assistindo menos televisão, pelo contrário com o crescimento das plataformas de streaming o acesso a esses conteúdos está cada vez mais fácil, pois na plataforma as crianças têm acesso a uma infinidade de conteúdos que podem ser visualizados repetidamente. Gerando um incontrolável ciclo de maratonas sem se dar conta. A seguir apresentamos a definição de desenho animado da última década.

DEFINIÇÃO E ORIGEM DO DESENHO ANIMADO

Ferreira define desenho animado da seguinte maneira: “[...] processo de desenhar ou fotografar um personagem, uma pessoa, um animal ou um objeto inanimado em posições sucessivas para criar movimentos, imitando a realidade [...]” (FERREIRA, 2008, p. 59). Para a autora:

[...] cada personagem tem sua própria personalidade e características. Pode-se esperar tudo de um desenho animado com seu caráter fantástico, invadido pelo mundo da fantasia. O impossível pode acontecer por conta da imagem, da música e da voz. A trilha sonora acompanha o desenho animado, pois para que a animação funcione, as imagens, o som e as falas dos personagens devem compor uma narrativa para que o desenho fique bem caricato. Geralmente, as vozes dos personagens são exageradas, e os diálogos, movimento do corpo e boca, funcionam juntos para compor uma personalidade e a animação de um personagem. Dessa forma, o animador deve construir personagens que pareçam reais e que consigam passar credibilidade (Ferreira, 2008, p. 63-64).

Desde a pré-história o homem já criava desenhos e, pode-se dizer que neste período houve um ensaio para o que hoje conhecemos como desenhos animados. Monterado afirma que



“[...] As pequenas imagens do Aurignacense⁶ têm poderoso senso de forma, os animais pintados nas grutas de Altamira são obras-mestras de naturalismo” (Monterado, 1968, p. 21).

Como os animais foram representados em várias ocasiões, fica nítido que eram extremamente valiosos para os homens naquele período, o que pode ter uma relação direta com os benefícios que forneciam, como a carne para alimento, a pele para abrigo e os ossos para as ferramentas. Inclusive, uma das matérias usadas para confecção desses desenhos eram os ossos, o marfim e a pedra.

Nesse sentido, entendemos que é natural que o homem faça desenhos e os aperfeiçoe. Aliás, o desenvolvimento dos desenhos animados chegou a tal ponto que podemos pensar que imagens reais foram gravadas e introduzidas em algumas animações. E, é claro que para que pudéssemos assistir aos modernos desenhos animados digitais encontrados aos montes na atualidade, houve uma evolução gradativa das técnicas ao longo dos anos. “Segundo os estudos de Fusari (1985) a história da animação começou com o cinema mudo e continua em processo de evolução até os dias de hoje” (Fusari *apud* Ferreira, 2008, p. 60).

Foi o francês Émile Reynaud que criou o primeiro desenho animado, exibido em um aparelho feito por ele mesmo e que foi denominado Praxynoscópio. A projeção aconteceu no Musée Grévin em Paris, na França, em 28 de outubro de 1892.

Segundo Ferreira, o praxynoscópio “[...] é um sistema de animação que projeta na tela, imagens desenhadas sobre fitas transparentes. Neste aparelho são apresentados filmes compostos de 500 a 600 imagens que são projetadas e se aproxima do projetor de filme moderno” (Ferreira, 2008, p. 60).

Várias outras técnicas foram surgindo e sendo aprimoradas conforme as novas necessidades. Uma delas foi a trucagem múltipla, desenvolvida nos Estados Unidos. Segundo Aurora Ferreira (2008, p. 61), o procedimento constituía-se na sobreposição de uma série de folhas transparentes de celulóide, cada uma com um personagem ou elemento móvel da paisagem desenhada.

As animações passaram a se popularizar com os vários desenhos animados que foram surgindo a partir das décadas de 1950 e 1960. Muitos deles, inclusive, são contemplados até hoje, como os citados acima, afinal, “[...] O mundo da animação explora um grande número de possibilidades artísticas, e abrem novas perspectivas para grandes mudanças estéticas, em que o artista pode se integrar ao universo da simulação ao da realidade virtual” (Ferreira, 2008, p. 56).

⁶ Aurignacense vem de Aurignac, uma localidade francesa que nomeou uma das três épocas pertencentes ao período paleolítico.



Apesar da diversidade de desenhos, as produções estadunidenses dominam as programações dos cinemas e das televisões mundiais. Nos canais pagos, por exemplo, contratados por milhares de brasileiros, o conteúdo ou a maior parte dele não abre espaço para nossas criações e, quando existe alguma programação nacional, é tão tímida que mal notamos sua presença.

No entanto, esse cenário, porém, está sofrendo progressivas mudanças desde a aprovação da Lei 12.485/11 (PORTAL DA LEGISLAÇÃO, Lei 12.485, 2011), conhecida como Lei da TV Paga.

A quantidade obrigatória de 3 horas e 30 minutos para a exibição de conteúdos audiovisuais brasileiros foi feita de forma gradativa e está vigente desde setembro de 2013. A aprovação da Lei foi um grande avanço para esse cenário, porém com as plataformas de streaming esse controle foge ao que é previsto. Ficando a cargo dos pais o controle e permanência da criança diante das telas. Na sequência, discutiremos alguns aspectos em relação à televisão e à criança.

MÍDIAS DIGITAIS E A CRIANÇA

Há anos ouvimos sobre a preocupação existente na relação das crianças com a televisão e como os desenhos animados e a mídia podem influenciá-las através de fantasias e afirmações ludibriasas.

Entretanto, atrelado ao crescimento da população mundial, está o aumento da circulação de veículos nas ruas; o pouco espaço para brincar nos apartamentos; assaltos, dentre tantos outros problemas ligados à falta de planejamento da nossa sociedade. Tais problemas contribuíram para que a TV e as plataformas de streaming se tornassem companheiras e exercessem grande influência na educação da criança e o tempo gasto na frente desses aparelhos tornou-se algo comum.

O que preocupa é que a criança, pequena demais, precisa de modelos para serem seguidos. Para Brent e Marjorie Wilson “[...] sem modelos para serem seguidos, haveria pequenos ou nenhum comportamento de realização de signos visuais nas crianças” (WILSON; WILSON *apud* BARBOSA, 2011, p. 63), e tanto os rabiscos quanto o balbucio desenvolver-se-iam muito pouco.

Neste sentido, não podemos deixar de pensar que, em alguns lares, muitas vezes, os únicos modelos a serem seguidos pelas crianças são aqueles encontrados nessas mídias, advindos de desenhos animados e outros recursos audiovisuais. De acordo com Peres “as

crianças das atuais gerações já estão sendo formadas a partir da lógica imagética e eletrônica e têm maior domínio do tipo de linguagem utilizada por estes meios” (PERES, 2005, p. 15). Na mesma vertente, a educadora e artista plástica Edith Derdyk (2010) afirma que

A ilustração, o desenho animado, a história em quadrinhos, a propaganda, a embalagem são representações que se tornam quase realidade. O elefante desenhado é mais verdadeiro e presente do que o verdadeiro elefante que mora no zoológico, ao qual a criança raramente visita, por exemplo. A criança, hoje em dia, convive com um repertório inimaginável para qualquer criança e adulto do século passado. Antes de reconhecer o Sol, a luz, as estrelas do céu, imagine só, ela já viu suas representações em algum livro ou tela. Vivemos hoje sob o signo da ficção e da paródia (p. 51).

E, mesmo diante dessas questões, muitos pais parecem não se importar, “pois para eles a TV tornou-se uma alternativa mais segura de diversão para seus filhos, especialmente para os mais novos” (PERES, 2005, p. 31). Essa diversão, no entanto, como os desenhos animados “[...] não substituem as brincadeiras, mas são modos de brincar diferentes, como as brincadeiras também são diferentes entre si. Essa relação constitui-se num espaço para o desenvolvimento do lúdico” (FERREIRA, 2008, p. 64).

Henrikas Yushkiavitschus afirma que “[...] A maioria das crianças de hoje nas áreas urbanas e cidades com televisão é mais competente para selecionar programas de TV e navegar na internet do que a maioria dos adultos” (2002, p. 17). Porém, esta afirmação não se estende às crianças menores, que ainda estão desenvolvendo o pensamento e, portanto, são vulneráveis a todo tipo de conteúdo.

São os pais, responsáveis e educadores que devem estar à frente sempre, sem deixar que as mídias digitais sejam auto educativas. É de extrema importância que conheçam e reflitam sobre essa tecnologia para que ela seja usada da melhor maneira possível, como fonte de aprendizagem saudável. Também é importante que saibam exatamente o que as crianças estão assistindo para orientá-las.

Afinal, programas bons e ruins existem e, cabe aos adultos dialogar e estimular o raciocínio delas, uma vez que “[...] a habilidade de fazer julgamentos sobre o que é realidade ou não, só pode ser adquirida por meio da própria experiência da criança com a televisão” (FERREIRA, 2008, p. 64).

Na próxima seção, buscamos traçar algumas características da TV aberta e as plataformas digitais de streamings.



TELEVISÃO ABERTA VERSUS PLATAFORMAS DIGITAIS (STREAMINGS)

Há pouco tempo havia uma variedade na programação infantil entre as emissoras abertas. E, apesar de apresentarem conteúdos pouco educativos, eram a única oportunidade que as crianças mais carentes tinham para assistirem aos desenhos animados favoritos, já que não possuíam acesso a outro tipo de mídia. Entretanto, para manter a exibição dessas animações, as emissoras precisavam de retorno financeiro e o recebiam através dos patrocínios que eram exibidos em forma de publicidade infantil.

No Brasil, contudo, as crianças “[...] sempre foram vistas como consumidores pela televisão e, sendo assim, os programas produzidos para elas estavam invariavelmente mais preocupados com os interesses comerciais do que com os aspectos sociais ou educacionais [...]” (CARMONA, 2001, p. 331). Fazia-se de tudo para chamar a atenção delas, até que descobriu-se uma fórmula mágica, que foi o formato do programa da apresentadora Xuxa, exibido durante as décadas de 1980 e 1990. Segundo Beth Carmona (2002), foi o mais lucrativo do Brasil, sendo exportado para alguns países latino-americanos, tratando-se basicamente de

uma variedade de atividades com as crianças, como corridas, jogos de perguntas e adivinhações, e outros jogos um tanto tolos, era inserida entre os desenhos importados. Uma certa dose de erotismo foi acrescentada aos programas, como apresentadoras de minissaia, com pernas perfeitas à mostra, e isso começou a atrair a atenção da mídia de uma forma exagerada e distorcida (p. 331).

Hoje, essa fórmula parece ter perdido força, talvez porque os mesmos ingredientes foram usados durante muito tempo, sem haver inovação. Mas, enquanto as programações infantis aconteciam, as propagandas dominavam a tela, incentivando o consumo. Para Paulo David (2002), “o objetivo da indústria da propaganda é aumentar, em regra por quaisquer meios, o sucesso de um produto no mercado” (p. 37) e “de forma sistemática, as crianças são simplesmente tragadas como objetos pela mídia, que fazem vista grossa a seus direitos à dignidade, bem como a seus interesses maiores” (p. 40). Para Derdyk:

as crianças da cidade vivem em meio aos sedutores apelos da sociedade de consumo, inventora de necessidades. Cada vez mais a conduta infantil é marcada pelos clichês, pelas citações e imagens emprestadas. A TV e a internet trazem o mundo pra você. O imaginário contemporâneo é entregue em domicílio. A criança é submetida a um profundo condicionamento cultural, e sobre estes conteúdos que a criança opera (2010, p. 51).

Com apenas um dos lados tendo seus interesses atendidos e sendo beneficiado, parte da sociedade começou a se incomodar e muitas denúncias sobre a conduta das grandes empresas



começaram a surgir. Após muitos anos debatendo sobre o tema, em 4 de abril de 2014 foi publicado no Diário Oficial da União (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 2014) a Resolução nº 163 do CONANDA - Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, de 13 de março de 2014, que traria outro aspecto para a publicidade infantil brasileira.

O Projeto Criança e Consumo, do Instituto Alana (PORTAL DA LEGISLAÇÃO, Resolução 163, 2015) teve papel fundamental na decisão do Superior Tribunal de Justiça - STJ. O texto da Resolução nº 163 (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 2014) dispõe “sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente”, e afirma:

Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos: I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores; II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança; III - representação de criança; IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil; V - personagens ou apresentadores infantis; VI - desenho animado ou de animação; VII - bonecos ou similares; VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil (Art. 2º).

Com a proibição das principais estratégias utilizadas pela mídia televisiva para induzir ao consumo infantil, haveria pouca ou nenhuma forma das emissoras conseguirem arrecadações. Considerando também as novas mídias, como celular e tablets com acesso à internet, em que as crianças podem se entreter a qualquer momento, sem depender de um horário específico, como no caso dos desenhos exibidos na televisão, chegou-se à conclusão que era mais vantajoso investir em programas direcionados ao público adulto, principalmente o feminino.

De acordo com reportagem da Folhinha, segmento da revista eletrônica Folha de São Paulo, publicada em 2013, “dez anos atrás, as cinco maiores redes abertas (Globo, Record, SBT, Band e RedeTV) exibiam uma média de 14 horas diárias de desenhos. Hoje, esse volume mal passa de quatro horas, e a tendência é diminuir” (FELTRIN, 2013, s/p). E diminuiu, sendo poucas as opções restantes. A própria Rede Globo, por exemplo, abriu mão da famosa TV Globinho em 2015 para exibir Bem Estar e É de Casa. A emissora “[...] já chegou a ter três horas diárias de animações nos anos 1990 e começo dos anos 2000” (FELTRIN, 2013, s/p).

Apesar dos obstáculos colocados pela Resolução do CONANDA, a decisão da Rede Globo de eliminar por completo sua programação infantil não nos parece a mais adequada. Ao contrário, parece caminhar do lado oposto da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962 (PORTAL DE LEGISLAÇÃO, Lei 4.117, 1962), conhecida como Código Brasileiro de Telecomunicações. No Art. 38 da referida Lei, que trata das “concessões, permissões ou autorizações para explorar serviços de radiodifusão” no país, observa-se o seguinte texto no item d: “os serviços de informação, divertimento, propaganda e publicidade das empresas de radiodifusão estão subordinadas às finalidades educativas e culturais inerentes à radiodifusão, visando aos superiores interesses do País” (PORTAL DE LEGISLAÇÃO, Lei 4.117, 1962).

Portanto, a programação de todas as emissoras deveria ter finalidade educativa e cultural como a própria Lei assevera, bem como ser dirigida a toda população, incluindo o público infantil, que hoje fica à margem.

Sendo certa ou errada a decisão da Rede Globo e demais emissoras, a questão é que restaram poucas opções de conteúdo infantil na televisão aberta. O SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) é um dos poucos que têm mantido em sua grade diária alguma programação nesse aspecto, que gira em torno das novelas como Chiquititas, Cúmplices de um Resgate e A infância de Romeu e Julieta (novelas que marcam elevados índices de audiência inclusive nos streamings).

Diante do contexto apresentado, muitos lares (mesmo aqueles mais carentes) optaram por migrar para as plataformas digitais. De acordo com informações divulgadas em 2014 pela revista eletrônica Folha de São Paulo “O mercado de TV por assinatura aumentou em dez pontos percentuais sua participação na classe C nos últimos dois anos. No ano passado, o setor chegou a de 34% da população da classe ante 24% em 2011” (PEREIRA, 2014, s/p). Na mesma reportagem é possível saber que “O número de assinantes de televisão paga no Brasil cresceu 10,8% em maio na comparação com o mesmo mês do ano passado, com 18,8 milhões de assinantes” (PEREIRA, 2014, s/p).

Não é de se estranhar, portanto, que a maioria das crianças conheça os desenhos animados exibidos nessas plataformas, uma vez que:

apresentam um mundo fantasioso onde as crianças participam da composição dos personagens, da fabulação e de toda a história por meio da imaginação. Os desenhos animados constroem um mundo imaginário onde as crianças se refugiam, transitando da ficção a realidade, pois sabem que toda a história tem um final feliz, o que para ela é muito importante (FERREIRA, 2008, p. 63).



E, em um período em que tudo é novidade e transformação, o contexto positivo transmitido por esses desenhos é significativo para a criança, pois ela se sente incentivada a enfrentar diferentes fases que surgirão ao longo de sua vida e que serão valiosas para seu desenvolvimento.

CONCLUSÃO

Vimos que a origem do desenho animado se deu há muito tempo, durante a pré-história, na idade da Pedra e, mais precisamente no período paleolítico, onde os homens utilizavam materiais como ossos, marfim e pedras para representarem animais, em sua maioria, nas paredes das cavernas. As cenas retratadas por eles conseguem contar histórias pelo modo como foram feitas, contendo até princípios de movimento.

Esses desenhos foram evoluindo ao longo dos anos e foi em 28 de outubro de 1892, que o francês Émile Reynaud criou o primeiro desenho animado, exibido em um aparelho feito por ele mesmo e que foi denominado Praxynoscópio. Um sistema que se aproxima muito do projetor de filmes que conhecemos. Ele projetava imagens desenhadas sobre fitas transparentes e que, com uma certa velocidade, davam a impressão de estarem se movimentando.

No Brasil, a animação chegou mais tarde, por volta da primeira metade do século XX. Nosso primeiro longa-metragem foi criado por Anélio Lattini Filho, em 1953 e chama-se Sinfonia Amazônica, filmado em preto e branco. O primeiro longa-metragem colorido brasileiro foi Piconzé, produzido pelo japonês Ype Nakashima e estreou no cinema em 1972.

No geral, as animações exibidas no Brasil eram estadunidenses e não valorizavam nossos profissionais, principalmente nos canais fechados. Aprovou-se, portanto, em 12 de setembro de 2011 a Lei 12.485/11, conhecida como Lei da TV Paga. Esta obrigou as emissoras pagas a inserirem em sua grade de programação conteúdos audiovisuais brasileiros, como meio de incentivo. O resultado é que hoje temos produções de qualidade com índices elevados de audiência e credibilidade.

Enquanto acontecia esse processo, as emissoras abertas continuavam vendo as crianças como exímias consumidoras, onde se via conteúdos de caráter educativo duvidoso e muita publicidade. A Resolução nº - 163 do CONANDA tentou resolver essa questão, mas, fez valorizar ainda mais os canais por assinatura, dando maior visibilidade a animações como Peppa Pig, que antes eram assistidas apenas por crianças com classe social mais elevada.

Assim, além do elevado índice de consumismo infantil, houve uma migração acentuada para TV por assinatura, devido à Resolução nº - 163 do CONANDA, de 13 de março de 2014,



que, basicamente proibiu o direcionamento de publicidade às crianças, considerando o contrário como abusivo e conseqüentemente, fez com que as emissoras abertas tirassem de sua grade parte ou toda a programação infantil.

Dessa forma, a maioria das crianças contemporâneas, mesmo aquelas com menor condição social, têm acesso aos canais pagos ou plataformas de streaming, como a Netflix.

Ficou claro que as crianças, cada vez mais, interagem com os meios digitais e tecnológicos. São os pais, responsáveis e, principalmente os educadores que devem estar à frente sempre, sem deixar que a TV seja autoeducativa. É de extrema importância que conheçam e reflitam sobre essa tecnologia para que ela seja usada da melhor maneira possível, como fonte de aprendizagem saudável. Também é importante que saibam exatamente o que as crianças estão assistindo para orientá-las. Afinal, programas bons e ruins existem e, cabe aos adultos dialogar e estimular o raciocínio delas. Uma vez que “[...] a habilidade de fazer julgamentos sobre o que é realidade ou não, só pode ser adquirida por meio da própria experiência da criança com a televisão” (FERREIRA, 2008, p. 64).

REFERÊNCIAS

ANCINE. Tire suas dúvidas sobre a Lei da TV Paga, 2016. Disponível em:
<<https://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga>> Acesso em: 22 maio 2016.

BARBOSA, Ana Mae Tavares. Arte-educação: leitura no subsolo. São Paulo: Cortez, 2011.

BOOMERANG. Programação, 2016. Disponível em:
<<http://www.boomerang.com.br/campaigns/programacao>> Acesso em: 22 maio 2016.

CARMONA, Beth. A participação da criança na televisão Brasileira. In: A criança e a mídia: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002. p. 331.

CARTOON NETWORK. Programação, 2016. Disponível em:
<<http://www.cartoonnetwork.com.br/programacao>> Acesso em: 22 maio 2016.

DAVID, Paulo. Os direitos da criança e a mídia: Conciliando proteção e participação. In: A criança e a mídia: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002. p. 37 – 40.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. Resolução nº - 163, 13 de mar. 2014. Disponível em:
<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014> Acesso em: 18 mar. 2016.

DERDYK, Edith. Formas de pensar o desenho: desenvolvimento do grafismo infantil. Porto Alegre, RS: Zouk, 2010.

FERREIRA, Aurora. Arte, tecnologia e educação: as relações com a criatividade. São Paulo: Annablume, 2008.

FOLHA DE SÃO PAULO. Keila Jimenez, 13 mar. 2011. Disponível em <https://acesse.one/xXPnm>. Acesso em: 10 jan. 2016.

FOLHA DE SÃO PAULO. FOLHINHA. Ricardo Feltrin, 17 ago. 2013. Disponível em: <https://acesse.one/K79zY>. Acesso em: 10 jan. 2016.

G1. 14 jan. 2016. Disponível em: <http://https://acesse.one/IH00f>. Acesso em: 22 maio 2016.

MONTERADO, Guilherme de. História da arte. São Paulo: São Paulo, 1968.

PERES, Francisca Bella. A televisão em sala de aula como recurso para o desenvolvimento da criança. Projeto Institucional UNESP/Pedagogia cidadã. Iacanga, Pólo de Bauru, 2005.

Tilt. Eduardo Bonjoch. 17 ago. 2023. Fim da TV paga? Por que Claro e Sky se renderam aos canais por streaming? Disponível em: <https://https://11nk.dev/Tiwd6>.