

## **Quem conta o conto: os contos populares do Antigo Regime à mídia globalizada<sup>1</sup>**

Thaís de CARVALHO<sup>2</sup>  
José Carlos RODRIGUES<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **Resumo**

Os contos da tradição oral francesa foram continuamente reciclados e transformados até alcançar o seu atual lugar na cultura de massa globalizada. Anedotas do povo comum no Antigo Regime, os contos chegaram à elite através das babás camponesas que cuidavam das crianças nobres, foram adaptados por Perrault e elevados ao status de literatura clássica, incorporados como histórias moralizantes para crianças e, com o advento do cinema e das animações, adentraram a cultura de massa. Este trabalho tem como objetivo analisar as transformações que ocorreram no status do conto dentro da cultura e de que maneira esta forma narrativa se tornou reconhecível em todo o mundo.

### **Palavras-chave**

Conto popular; clássicos; indústria cultural; infância; Walt Disney.

### **Os contos populares no Antigo Regime**

Os relatos que deram origem a grande parte das histórias infantis conhecidas foram, durante séculos, uma forma de entretenimento da sociedade dos adultos. Robert Darnton (1999), em seus estudos sobre a *histoire des mentalités*, analisou a relação dos contos de fadas com os contos populares da tradição oral camponesa da França. As similaridades entre as histórias não negam: algumas das narrativas de homens comuns (não-iluminados) no século XVII perduram até os dias de hoje, embora com outro formato. Darnton explica como se deu a transformação de destinatário dos contos populares através da história de Chapeuzinho Vermelho, cuja versão mais conhecida atualmente é a dos irmãos Grimm. Os Grimm teriam recebido essa história de Jeannette Hassenpflug, sua vizinha e amiga. Ela, por sua vez, aprendera com sua mãe, que veio da família francesa Huguenot. Os Huguenot

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Mestranda do programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio, e-mail: [thaiscarlo@gmail.com](mailto:thaiscarlo@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho, professor do curso de Comunicação Social da PUC-Rio, e-mail: [jcsrodri@terra.com.br](mailto:jcsrodri@terra.com.br)

trouxeram seu repertório de contos para a Alemanha quando fugiram da perseguição de Louis XIV, mas não a repetiam diretamente da tradição popular oral.

A história de Chapeuzinho Vermelho constava em um livro escrito por Charles Perrault em 1697, *Contes de ma mère l'oye*. O autor não se limitou a copiar relatos da tradição oral das pessoas comuns, mas adaptou-os ao gosto dos salões sofisticados de Paris, recortando os trechos que feriam a moral da elite da época. Apenas quando as narrativas foram transcritas e adaptadas, transformadas em *literatura*, é que ganharam espaço em outra classe social.

O contato entre a tradição oral popular e a literatura da elite só foi possível graças ao surgimento de um novo espectro social: a infância. Esse movimento se deu em meados do século XVII, como resultado de uma série de mudanças sociais: o avanço da medicina e dos hábitos de higiene contribuíram para a queda da mortalidade infantil, o que, por sua vez, fez com que as crianças passassem a ser vistas com outros olhos. Se antes eram adultos em miniatura, sendo inclusive representados como tal em obras de arte, agora passavam a incutir um afeto protetor nos adultos. Quando, durante o Antigo Regime, os nobres deixavam seus filhos aos cuidados de amas de leite de origem humilde, expunham-nos às histórias que elas conheciam como forma de entretenimento. Foi através desse contato entre classes sociais distintas que o conto popular ascendeu como elemento cultural – não mais exclusivo à casta servil, pelo contrário: em sua forma escrita, tornou-se parte integrante da cultura burguesa ocidental. Seu novo destinatário não era o camponês nem a criança, mas o adulto culto da elite.

A maleabilidade defendida como a característica mais essencial dos contos populares por semiólogos e psicanalistas foi o que possibilitou que houvessem inúmeras releituras dos textos originais de Perrault, a começar pelas histórias dos irmãos Grimm.

Mesmo que essas mudanças [no relato do conto] sejam insignificantes (mas podem ser imensas), mesmo que as mudanças que ocorrem nos textos folclóricos sejam às vezes tão lentas quanto os processos geológicos, o que importa é a *instabilidade do folclore comparada à estabilidade da literatura*. (PROPP, 1984, p.8)<sup>4</sup>

É importante reiterar as consequências da transcrição dos contos. Enquanto o narrador da história soma à narrativa as suas experiências, passando-as para os seus ouvintes, o autor do livro segrega-se (BENJAMIN, 1996, p.201). A origem de um texto escrito parte de um

---

<sup>4</sup> Tradução livre a partir de original em inglês. Itálico do autor.

indivíduo isolado, enquanto a narrativa oral é composta coletivamente por inúmeras versões de um mesmo relato. Há uma clara mudança de público nessa distinção: de conto popular (feito de muitos para muitos) para conto literário (feito de um para poucos). Outras transcrições da tradição oral foram herdadas de outros cantos da Europa (na Dinamarca, Hans Christian Andersen; na Grécia, Esopo), reinventadas como contos literários, compondo o principal repertório de histórias infantis conhecido atualmente. A expressão “conto popular” (*folktale*) perde seu sentido conforme a narrativa é tornada em literatura e conquista outro lugar na sociedade.

### **Os contos como fórmula narrativa universal**

A transformação dos contos em literatura – o que, mais tarde, implicaria no nascimento de outras produções culturais dedicadas aos pequenos, conforme o avanço da tecnologia – coincidiu historicamente com as mudanças na forma de pensar a criança. Quando a infância é inventada como categoria da vida que demanda um cuidado especial para preservar a sua inocência, surge a preocupação com a educação moral dos pequenos. Se as crianças devem ser protegidas de conteúdos impuros e, além disso, preparadas para os costumes e o *habitus* da vida adulta, é necessário inculcar-lhes desde cedo certos valores de decência.

Os contos populares serviam perfeitamente a esse propósito, e as amas de leite dos jovens nobres o sabiam. Era-lhes inerente uma moral educadora, conservada desde as suas origens como mitos admonitórios, que poderia ser facilmente convertida em disciplina familiar (a importância de obedecer aos pais, desconfiar de estranhos e evitar o caminho da floresta). Além disso, a tradição oral tinha como vantagem a maleabilidade das narrativas – os desfechos de certos personagens podiam ser alterados no meio do desenvolvimento da história de acordo com o gosto e a maturidade dos ouvintes.

Se os contos de fadas foram relegados às crianças em especial pela sua moral implícita, conforme ocorriam mudanças na sociedade e estas precisavam ser traduzidas nas narrativas disciplinadoras, era necessário adaptar o desfecho das histórias clássicas. Da mesma forma como Perrault reviu aspectos da narrativa que havia escutado para adequá-la à moral da alta sociedade parisiense, alguns governos, principalmente em épocas de tensão ou de guerra, intervinham diretamente nas histórias contadas às crianças como forma de educá-las para as ideologias políticas vigentes. Os contos já foram alvo de rigorosa censura e propaganda e reescritos dentro dos mais diversos contextos. “Qualquer um que se

interesse em como as ideias – políticas no sentido mais amplo e importante – são nutridas e crescem em uma sociedade não pode se dar ao luxo de negligenciar o que as crianças leem” (DIXON apud HUNT, 2010, p.207). Mesmo quando se opta por manter intatos os elementos das versões mais famosas dos contos, recuperada dos textos de Perrault, Grimm e Andersen, há de se questionar o porquê dos contos de fadas serem considerados como histórias universais para as crianças.

Apesar de terem sido transformados em literatura, os contos mantiveram a riqueza narrativa herdada da oralidade, dos seus “inúmeros narradores anônimos” (BENJAMIN, 1996, p.198). Há diversas versões reconhecíveis de uma mesma história, formais e informais. Propp (1984, p.69) considera que a alterações de elementos descritivos dos contos não é prejudicial para o seu entendimento nem para o seu desenvolvimento narrativo, pois o que torna essas histórias reconhecíveis são essencialmente as ações dos personagens – que ele denomina como “funções” –, independentemente de sua forma concreta. Os demais elementos podem ser alterados conforme o interesse do narrador ou autor da versão contada. A opção pela ênfase ou pela supressão de elementos descritivos das histórias é, portanto, possível, uma vez que não interfere no desfecho da mesma. O que justifica a perpetuação de elementos descritivos – como as características físicas e morais dos personagens, o perfil dos vilões e o aspecto das florestas – nas histórias é o interesse ideológico de quem as relata.

Uma vez que as classes sociais dominantes concentram o poder sobre a mídia e definem formalmente os aspectos e os limites da *cultura*, às crianças das classes menos privilegiadas é imposta uma produção cultural oriunda das classes dominantes. Esta, com frequência, naturaliza a ideia de desigualdade e ressalta características físicas e morais que enalteçam as classes dominantes. A difusão do conteúdo ideológico é ainda mais clara na cultura infantil, esta que teve suas origens em contos populares da Europa do Antigo Regime. Através de histórias de reis, rainhas e plebeus, de princesas em perigo e príncipes destemidos, de uma linhagem de reis de pele “clara como a neve”<sup>5</sup> e bruxas de cabelos negros e maltrapilhas, a criança pobre compreende desde cedo o seu lugar no mundo.

A fórmula dos contos populares, então clássicos da literatura infantil, foi tomada pela cultura de massa com os filmes de Walt Disney. A animação de *Branca de neve e os sete anões* estreou nos cinemas no dia 21 de dezembro de 1937, muito próximo do Natal. O

---

<sup>5</sup> “If only I had a child as white as snow”. Trecho de Branca de Neve dos Irmãos Grimm, disponível em: <<http://www.pitt.edu/~dash/grimm053.html>>. Acesso em 6 jul. 2015.

filme teve um recorde de bilheteria para a época e inaugurou a saga de Disney como ícone da cultura infantil. Outros grandes sucessos do estúdio tiveram inspiração nos contos populares europeus: *Cinderela* (1950), *A Bela Adormecida* (1959), *A pequena sereia* (1989), *A princesa e o sapo* (2009), *Enrolados* (2010) e *Frozen* (2013). Todos os filmes mencionados, inclusive o da Branca de Neve, têm em comum uma característica adquirida na adaptação de Disney, que é a garantia de um final tradicionalmente feliz, seguindo o clássico estilo de jornada do herói: apresentação do personagem – problema – resolução do problema. No entanto, nem todas as histórias das quais os contos se originaram possuíam finais felizes usuais. Embora uma resolução harmoniosa da história seja esperada, nem sempre o personagem principal sai vitorioso e ileso, justamente pela intenção moralizante herdada dos mitos admonitórios no século XVII. Os finais oferecidos por Walt Disney suavizam a moral dos contos populares, garantindo que o bom comportamento sempre será recompensado.

As adaptações dos contos por Walt Disney abriram espaço para toda uma gama de produtos de princesas. As Princesas Disney, escritas com maiúsculas, são uma marca que usa a imagem das personagens animadas em produtos destinados ao público infantil. Mochilas da Cinderela, fantasias de Anna e Elsa e perucas de Rapunzel são objetos de desejo a preços estratosféricos oferecidos às meninas, desde pequenas, como ideais de feminilidade. Além de ter reconhecido o valor da fórmula narrativa dos contos populares, as empresas Disney também souberam explorar o valor do desejo de compra da criança: em um estudo realizado nos anos 2000, nos Estados Unidos, descobriu-se que as crianças com menos de 12 anos tinham uma influência de cerca de 670 bilhões de dólares ao ano nas compras dos pais (GIROUX e POLLOCK, 2011, p.74). Os personagens dos contos populares são, assim, transformados em um investimento, uma forma de vender produtos e formar consumidores – se originalmente o público de seus filmes eram crianças de até 8 anos, com o crescimento das novas mídias e dos programas adolescentes a empresa amplia o espectro do perfil de seu consumidor, oferecendo novos objetos de desejo e uma identificação com memórias da infância que durará para sempre.

A partir dos anos 2000, os filmes dos estúdios Disney ganharam uma abordagem mais cômica, as personagens femininas assumiram posições de liderança e os finais felizes se afastaram do clássico casamento entre dois desconhecidos. Desde esta época os desenhos

já não mantêm o nome original dos contos em que se inspiraram<sup>6</sup>, tornando mais difícil traçar um paralelo entre o texto original e a sua versão animada: *A princesa e o sapo* se inspirou no conto “O príncipe sapo”; *Enrolados* é uma versão bastante moderna de “Rapunzel” e *Frozen* tem como origem a história de “A rainha da neve”, de Andersen. A razão mais provável para essa mudança na formatação das narrativas tradicionais dos estúdios Disney é o sucesso de bilheteria da concorrência, *Shrek*, lançado em 2001. Produzido pela DreamWorks, *Shrek* é livremente inspirado nos contos clássicos, porém aborda-os em uma sátira de inversão (não é o ogro que vira príncipe, mas a princesa que se torna ogra). O filme, pensado para entreter o público infantil, teve sucesso em diversas faixas etárias e indicou um novo caminho possível para os contos populares.

*Shrek* opta pelo humor carnavalesco, “o triunfo de uma espécie de liberação temporária da verdade dominante e do regime vigente, de abolição provisória de todas as relações hierárquicas, privilégios, regras e tabus” (BAKHTIN, 2010, p.9). A subversão da ordem é expressa pela escatologia escrachada e crítica (*Shrek* usa as folhas de um livro de contos de fadas como papel higiênico), pela degradação, a deformidade e pelo baixo material e corporal que dá forma ao grotesco da cultura popular. Certos diálogos têm um tom ácido e sexual direcionado ao humor adulto – por exemplo, quando o ogro faz piadas ambíguas com o tamanho de Lorde Farquaad<sup>7</sup> e quando o Lorde pede ao Espelho Mágico para mostrar Fiona deitado nu sob os lençóis<sup>8</sup>. Esse tipo de humor, crítico e satírico, baseado no grotesco, traz de volta para as representações audiovisuais dos contos de fadas o público e o riso adulto, agora através dos meios de massa. Os contos anteriormente consagrados através da literatura são profanados com *Shrek* e sua fórmula para entreter os pais cansados de ouvir infinitas vezes as mesmas histórias.

Apesar da cultura ocidental moderna ter relegado o conto ao âmbito das crianças, privando-o oficialmente de seu antigo público de adultos, nossa vida cotidiana está penetrada de remissões e referências a eles. Os meios de comunicação de massa se apropriaram do repertório de contos populares e o utilizam segundo suas próprias finalidades educativas: *Chapeuzinho Vermelho* pode se converter em estrela de uma campanha publicitária para sabonetes; diversas novelas, quadrinhos e filmes se baseiam nas tramas tomadas fundamentalmente dos contos. Existem inclusive numerosas versões pornográficas dos contos clássicos (PISANTY, 1995, p.9)<sup>9</sup>

<sup>6</sup> Embora no Brasil o conto de Charles Perrault tenha sido popularmente traduzido como “A gata borralheira”, o original em francês é *Cendrillon*. Portanto, o filme *Cinderela* faz referência direta ao seu conto.

<sup>7</sup> “There are those who think little of him”. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt0126029/quotes>>. Acesso em: 20 jul. 2015

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PBZd73YufVs>. Acesso em: 20 jul. 2015

<sup>9</sup> Tradução livre a partir do original em espanhol.

O retorno dos contos ao destinatário adulto já havia acontecido em outros formatos: a pornochanchada (*Histórias que nossas babás não contavam*, 1979), as pornografias que revisitam a história de Branca de Neve em uma interpretação orgíaca, a apropriação dos contos como instrumento terapêutico pela psicanálise são algumas das manifestações destas histórias na cultura adulta recente. A saturação de signos e significados oriundos dos contos atesta que, com o passar do tempo, esses retomaram seu lugar profano, sendo devolvidos às classes oprimidas sob a forma da cultura de massa, apesar de (e graças à) sua consagração literária.

### **Quem conta o conto: a (re)criação dos contos na mídia**

A criação está no centro do debate da crítica da arte contemporânea. Na era de sua reprodutibilidade técnica, em especial após a difusão via internet, é praticamente impossível controlar as colagens de narrativas que podem ser feitas a partir de uma obra central. Se os contos são permissivos quanto às mudanças de elementos descritivos, torna-se ainda mais complicado traçar todas as referências narrativas e ideológicas que colaboraram para a elaboração das colagens narrativas pelos grandes estúdios. *Shrek*, por exemplo, herdou dos contos os seus personagens mas elabora o seu tom cômico através de diversas referências multimidiáticas, como o filme *Matrix* e diversas músicas pop da era MTV.

Com a televisão e as marcas, toda a sociedade produz imagens. O ateliê perdeu sua função inicial: ser “O” lugar de fabricação de imagens. Como resultado, o artista se desloca, vai para onde as imagens são feitas, insere-se na cadeia econômica, tenta interceptá-las. O ateliê, portanto, não é mais o lugar privilegiado da criação, ele é apenas o lugar onde se centralizam as imagens coletadas por toda parte. Além disso, um ateliê é onde a matéria-prima é manipulada. (BORRIAUD, 2003, p.77)

Segundo Borriaud, na lógica contemporânea de colagens, *remixes* e *mashups*<sup>10</sup>, a autoria de *Shrek* é de seu criador como produto audiovisual – porém *Shrek* não existiria se não o precedessem os contos de fadas, *Matrix* e a o conjunto de códigos reconhecíveis dos videoclipes da MTV. O capitalismo retorna para a circulação materiais que já existem reelaborados em outro formato. O artista passa a ser apenas o proprietário de uma ideia, sua obra já não é mais limitável.

---

<sup>10</sup> *Mashups* são composições feitas por um DJ a partir de duas ou mais músicas aglutinadas. Os *mashups* costumam ser associados ao DJ, e não aos artistas das músicas de origem.



A ideia de obra mudou. O artista passou a ser proprietário da ideia, assim como o inventor detém a patente do seu invento. E é natural que, em reação a essa propriedade, que pode incorporar tudo o que está ao redor, o que já existe no mundo, venha se contrapor um direito de imagem (daquilo que é usado como elemento para compor a obra – como os sujeitos fotografados, no caso da fotografia). E a autoria acaba, assim, correndo o risco de ser confinada à negociação entre proprietários de ideias e proprietários de imagem.<sup>11</sup>

A recriação dos contos de fadas envolveu sua mudança de categoria como elemento cultural. Enquanto narrativa oral, os contos populares pertenciam à cultura das classes oprimidas.

O folclore é, primeira e principalmente, a arte das classes oprimidas, em sua maioria camponeses e trabalhadores, mas também do estrato intermediário que gravita em direção às classes sociais mais baixas. Podemos falar com certas ressalvas de um folclore da classe média, mas nunca de um folclore da aristocracia. (PROPP, 1995, p.5)<sup>12</sup>

A vanguarda artística sempre se reinventou identificando-se com formas de expressão marginais (CROW, 2002, p.11). Ela se alimentaria de objetos da cultura popular, retirando-os de circulação e elevando-os a ao status de alta cultura. Agamben (2007), que compara os processos da cultura à religião, chama esse processo de “sacralização”, ou seja, a separação de algo do uso comum para sua associação com divino. No contexto cultural, sagrado é aquilo consumido por poucos, de difícil acesso, o que é de elite. Profano é o que circula entre o povo, de fácil acesso, de massa.

Os contos populares alcançaram o status de cultura de elite quando foram transformados em literatura, mas sua mercantilização através do cinema de animação – e de todo seu aparato publicitário – os reinventou como material da cultura de massa. Com a apropriação das narrativas dos contos maravilhosos pela indústria cultural, como os filmes da Disney e da DreamWorks, a assimilação dessas narrativas tornou-se de acessível a grande parte dos indivíduos dessa categoria globalmente, não só como narrativa mas como produto consumível – como marcas registradas e parques de diversão.

Na arqueologia dos contos maravilhosos, fica claro que a elite bebe da fonte da cultura popular para se reinventar e que a cultura de massa, por sua vez, busca nos objetos sacralizados pelas elites a sua inspiração. É importante pontuar que embora os contos sejam

---

<sup>11</sup> CARVALHO, B. Em defesa da obra. **Revista Piauí**, ed.62, nov. 2011. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-62/questoes-de-literatura--e-propriedade/em-defesa-da-obra>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

<sup>12</sup> Tradução livre a partir do original em inglês.



explorados pelos meios de comunicação de massa, isso não os retorna à categoria de folclore ou cultura popular. A cultura de massas é um produto da modernidade, da migração rural às cidades, da industrialização da arte – “a conversão da cultura em mercadoria reprodutível” (CROW, 2002, p.18)

O processo de reinvenção na cultura se dá através da mútua permeabilidade entre a cultura de poucos e a cultura de muitos. Se a vanguarda artística busca inspiração na cultura popular, explorando-a, a cultura de massas faz retornar à circulação aquilo que a cultura de poucos refinou. Esse movimento, de sacralização de elementos culturais e profanação do sagrado, segundo a analogia de Agamben (2007), estão sempre contra o poder. A cultura de massas se relaciona com a expropriação, ou seja, toma o que é de poucos para torná-lo de todos. Essa expropriação se dá, principalmente, através da indústria cultural, da infinita reprodução de algo das elites – um clássico literário, um quadro, ou qualquer outra referência canônica, com valor de culto – que é então transformado em objeto de consumo e se encontra à disposição de todos. O valor dominante, na cultura de massas, é o de exposição.

No contexto dos contos, há diversos movimentos de sacralização e profanação: o primeiro refere-se à adequação da tradição oral camponesa como literatura por Perrault no século XVII. Este é um movimento de sacralização, de exploração da cultura popular como fonte de inspiração para as vanguardas literárias do século XVII. No momento em que os contos populares se transformam em textos adequados aos gostos dos requintados salões de Paris, apaga-se o seu passado como mitos admonitórios dos camponeses do Antigo Regime. Eles passam a compor as referências culturais de uma outra esfera social.

Em seguida, os contos escritos, originalmente destinados ao adulto letrado, são transformados no principal elemento reconhecível da cultura da infância. Tolkien (2013, p.33) compara esse movimento a um desprezo do material por parte da elite cultural (alfabetizada, europeia, adultocêntrica), uma vez que “no mundo letrado moderno, os contos de fadas foram ‘relegadas ao quarto das crianças’ assim como a mobília velha ou fora de moda é relegada à sala de recreação”. Essa perda de interesse por parte dos adultos é também uma forma de profanação, não pela cultura de massas mas como um breve retorno à cultura popular.

A infância foi definida como classe a partir da classificação etária, portanto, dentro do universo cultural infantil não há, a princípio, distinções de classe social – embora essas distinções sejam inegáveis se isolamos a classificação etária, ou se a consideramos

secundária frente ao poder econômico de cada família. Quando um material recebe o selo de infantil, não é indicado para uma criança de classe média e escolarizada. É indicado para a categoria “criança”, essa mesma complexa, porém costumeiramente definida por limites etários pré-acordados. Um produto cultural infantil é, portanto, autorizado para todas as crianças, independente das ideologias que carrega e da representatividade de outras categorias dentro dessa narrativa. Por isso, ao serem relegados às crianças, os contos retornam brevemente à cultura popular. Quando são explorados como argumento de venda pela indústria cultural, transfigurados em cinema de animação, alcançam enfim o auge da reprodutibilidade técnica e asseguram seu lugar no *mass media*.

A estratégia de reprodução dos contos populares pelos meios de comunicação de massa é um sucesso porque sustenta um vínculo necessário entre as classes. As narrativas de camponeses que alcançam riqueza e poder ou que descobrem na vida simples o verdadeiro valor oferecem ao trabalhador o entretenimento ideal para suas horas de folga. E para as crianças, os contos de fadas reproduzem desde cedo a moral de sucesso na sociedade capitalista – o desejo de mudança é bem-vindo mas também é honroso reconhecer o seu lugar na sociedade.

A cultura do povo é reconhecida, pois ela é entendida como um mal necessário, como coisa necessária para a sobrevivência de grupos economicamente ativos. Em uma palavra, tolera-se a cultura do trabalhador por se reconhecer que este necessita de um referencial cultural próprio para continuar produzindo. (PERROTTI, 1990, p.21)

### **Considerações finais**

O adulto reflete sobre as suas memórias da infância quando entra em contato com os contos de fadas, seja em suas versões modernas ou naquelas mais tradicionais. Bruno Bettelheim (2007), ao analisar o papel dos contos de fadas na psicanálise, reforça a importância dessas narrativas atemporais para a constituição saudável do sujeito, atribuindo-lhes metáforas para o ID, ego e superego e funções terapêuticas. Os contos de fadas são objeto de uma nostalgia da infância legitimada pela psicanálise, e por isso são assimilados também como elementos da cultura adulta.

Constrói-se sobre essa nostalgia todo um mercado de memória infantil para adultos: caríssimas edições de colecionador; filmes pornográficos de conteúdo originário dos contos; interpretações em *live action* para a televisão, como *Once upon a time* e releituras

em *live action* para o cinema, como *Branca de neve e o caçador* e *Malévola*, este último dando origem a uma apropriação da identidade das vilãs dos contos de fadas como ícones de feminilidade por marcas de maquiagem, como as paletas de sombra da Vult, a coleção de esmaltes da Colorama e o esmalte “Malévola” da MAC. Essa intensa comercialização e recriação dos produtos mais diversos inspirados nos contos maravilhosos é a prova incontestável de sua transformação em mercadoria pela cultura de massas.

Quando a mídia e psicanálise tomam posse desses contos – a primeira para reinterpretá-los em consumo, a segunda para reinterpretá-los em terapia –, estes são devolvidos à categoria central de produção cultural, abandonando a limitadora subcategorização “infantil”. Em função das numerosas transformações que sofreram ao longo dos séculos, possuem hoje diversos status como obra: são populares quando são reinventados em uma roda de histórias, são clássicos quando incorporam capa dura e guarda em tecido, são *mass media* quando aparecem transfigurados em desenhos animados ou quando habitam as salas de cinema.

Apesar das infindáveis interpretações, sátiras e releituras de ampla difusão da indústria cultural, o lugar do conto de fadas ficou consagrado nas mais altas categorias da cultura, seja como espécie de literatura clássica ou como resquício de memória imaterial da história cultural do Antigo Regime.

### Referências bibliográficas

ANDERSEN, H.C. **The Snow Queen.** Disponível em: <[http://www.andersen.sdu.dk/vaerk/hersholt/TheSnowQueen\\_e.html](http://www.andersen.sdu.dk/vaerk/hersholt/TheSnowQueen_e.html)>. Acesso em: 7 jul. 2015.

AGAMBEN, G. Elogio da profanação. In: \_\_\_\_\_. **Profanações.** São Paulo: Boitempo, 2007. p.57-72.

ARIÈS, P. **História social da criança e da família.** 2.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

BAKHTIN, M. Apresentação do problema. In: \_\_\_\_\_. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento:** o contexto de François Rabelais. São Paulo: UNB/Hucitec, 2010. p.1-51.

BENJAMIN, W. **Obras escolhidas:** magia e técnica, arte e política. 1 ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BETTELHEIM, B. **A psicanálise dos contos de fadas.** São Paulo: Paz e Terra, 2007.

BOURRIAUD, N. O que é um artista (hoje)? **Arte/Ensaio**, Rio de Janeiro, 2003. n.10. p.77.

CARVALHO, B. Em defesa da obra. **Revista Piauí**, ed.62, nov. 2011. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-62/questoes-de-literatura--e-propriedade/em-defesa-da-obra>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

CROW, T. Modernidad y cultura de masas en las artes visuales. In: \_\_\_\_\_. **El arte moderno en la cultura de lo cotidiano**. Madrid: Akal ediciones, 2002. p.11-45

DARNTON, R. Peasants tell tales: the meaning of Mother Goose. In: \_\_\_\_\_. **The great cat massacre**. New York: Basic Books, 1999.

GIROUX, H.A.; POLLOCK, G. Is Disney good for your kids? How corporate media shape youth identity in the digital age. In: STEINBERG, S.R (org.). **Kinderculture: the corporate construction of childhood**. 3.ed. Colorado: Westview Press, 2011. p.73-92.

GRIMM, J.; GRIMM, W. Little Snow-White. In: \_\_\_\_\_. **Children's and Household Tales**. Berlim: 1857. Disponível em: <<http://www.pitt.edu/~dash/grimm053.html>>. Acesso em: 6 jul. 2015.

HUNT, P. **Crítica, teoria e literatura infantil**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

PERROTTI, E. A criança e a produção cultural. In.: ZILBERMAN, R.(org.). **A produção cultural para a criança**. 4.ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1990. p.9-28.

PISANTY, V. **Como se lee un cuento popular**. Barcelona: Paidós, 1995.

PROPP, V. The Nature of Folklore. In: \_\_\_\_\_. **Theory and History of Folklore**. 4.ed. Minnesota: The University of Minnesota Press, 1984. cap.1, p.1-15.

TOLKIEN, J.R.R. Sobre contos de fadas. In: \_\_\_\_\_. **Árvore e folha**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

## **Filmografia**

BELA adormecida. Direção de Clyde Geronimi, Les Clark, Eric Larson e Wolfgang Reitherman. EUA: Walt Disney Productions, 1959. 75 min, DVD.

BELA e a Fera. Direção de Gary Trousdale e Kirk Wise, Produção de Don Hahn. EUA: Walt Disney Pictures, 1991. 84 min, DVD.

BRANCA de neve e os sete anões. Direção de William Cottrell e David Hand. EUA: Walt Disney Pictures, 1937. 83 min, DVD.

BRANCA de neve e o caçador. Direção de Rupert Sanders. EUA: Universal Pictures, 2012. 127 min, DVD.

CINDERELA, Direção de Clyde Geronimi. EUA: Walt Dinsey Studios, 1950. 75 min, DVD.

HISTÓRIAS que nossas babás não contavam. Direção de Oswaldo de Oliveira, roteiro de Ody Fraga e Alberto. Brasil: Cinedistri, 1979. 97 min, video.

MALÉVOLA. Direção de Robert Stromberg e roteiro de Linda Woolverton. EUA: Walt Disney Pictures, 2014. 97 min, video.

ONCE upon a time. Produção de Adam Horowitz e Edward Kitsis. EUA: ABC Studios, 2011. Piloto, 44 min, video.

PEQUENA sereia. Direção e roteiro de Ron Clements e John Musker. EUA: Walt Disney Studios, 1989. DVD, 83 min.

PRINCESA e o sapo. Direção e roteiro de Ron Clement e John Musker. EUA: Walt Disney Pictures, 2009. 97 min, video.

SHREK. Direção de Andrew Adamson e Vicky Jenson, roteiro de Ted Elliott, Terry Rossio, Joe Stillman e Roger S.H.Schulman. EUA: DreamWorks, 2001. 90 min, video.