

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

CRISTIANO COSTA PEREIRA

**INDÚSTRIA CULTURAL E PSEUDOFORMAÇÃO: A
RACIONALIDADE DO DESENHO ANIMADO MAIS ASSISTIDO NO
CINEMA**

GOIÂNIA - GO

2018

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS
DE TESES E
DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

1. Identificação do material bibliográfico: ☒ **Dissertação** ☐ **Tese**

2. Identificação da Tese ou Dissertação:

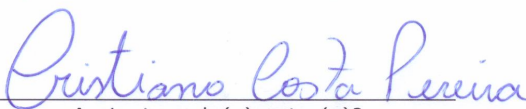
Nome completo do autor: Cristiano Costa Pereira

Título do trabalho: **Indústria cultural e pseudoformação:** a racionalidade do desenho animado mais assistido no cinema

3. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento ☒ SIM ☐ NÃO¹

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF da tese ou dissertação.


Assinatura do(a) autor(a)²

Ciente e de acordo:



Assinatura do(a) orientador(a)²

Data: 23 / 04 / 2018

¹ Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente
- Submissão de artigo em revista científica
- Publicação como capítulo de livro
- Publicação da dissertação/tese em livro

²A assinatura deve ser escaneada.

CRISTIANO COSTA PEREIRA

**INDÚSTRIA CULTURAL E PSEUDOFORMAÇÃO: A
RACIONALIDADE DO DESENHO ANIMADO MAIS ASSISTIDO NO
CINEMA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação, da Universidade Federal de Goiás, requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação.

Linha de pesquisa: Fundamentos dos processos educativos.

Orientação: Profa. Dra. Juliana de Castro Chaves

Goiânia - GO

2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Pereira, Cristiano Costa
Indústria Cultural e pseudoformação [manuscrito] : a racionalidade
do desenho animado mais assistido no cinema / Cristiano Costa
Pereira. - 2018.
cxxi, 121 f.

Orientador: Prof. Juliana de Castro Chaves.
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás,
Faculdade de Educação (FE), Programa de Pós-Graduação em Educação,
Goiânia, 2018.

Bibliografia.

Inclui gráfico, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

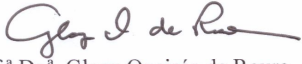
1. Teoria Crítica da sociedade. . 2. Indústria Cultural. 3. Cinema
de Animação. 4. Formação. 5. Pseudoformação. I. Chaves, Juliana de
Castro, orient. II. Título.

CDU 37.01

**ATA DA REUNIÃO DA BANCA EXAMINADORA DA DEFESA DE DISSERTAÇÃO
DE CRISTIANO COSTA PEREIRA**

Aos vinte e oito dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e dezoito (28/02/2018), às 14h., reuniram-se os componentes da Banca Examinadora: **Prof.^a Dr.^a Juliana de Castro Chaves**, orientadora, doutora em **Psicologia Social** pela PUC/SP; **Prof.^a Dr.^a Glacy Queirós de Roure**, doutora em **Linguística** pela UNICAMP e **Prof.^a Dr.^a Anita Cristina Azevedo Resende**, doutora em **Ciências Sociais** pela PUC/SP para, sob a presidência da primeira e em sessão pública realizada nas dependências da Faculdade de Educação, procederem à avaliação da defesa da dissertação intitulada: **“INDÚSTRIA CULTURAL E PSEUDIFORMAÇÃO: A RACIONALIDADE DO DESENHO ANIMADO MAIS ASSISTIDO NO CINEMA”** em nível de Mestrado, área de concentração em Educação, de autoria de **Cristiano Costa Pereira**, discente do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Goiás. A sessão foi aberta pela presidente da Banca Examinadora, **Prof.^a Dr.^a Juliana de Castro Chaves** que fez a apresentação formal dos membros da Banca. A palavra, a seguir, foi concedida ao autor da dissertação que, em 20 minutos, procedeu à apresentação de seu trabalho. Terminada a apresentação, cada membro da Banca arguiu o examinando, tendo-se adotado o sistema de diálogo sequencial. Terminada a fase de arguição, procedeu-se à avaliação da defesa. Tendo-se em vista o que consta na Resolução nº 1537/2017 do Conselho de Ensino, Pesquisa, Extensão e Cultura (CEPEC), que regulamenta o Programa de Pós-Graduação em Educação e procedidas às correções recomendadas, a dissertação foi **APROVADA** por unanimidade, considerando-se integralmente cumprido este requisito para fins de obtenção do título de **MESTRE EM EDUCAÇÃO**, pela Universidade Federal de Goiás. A conclusão do curso dar-se-á quando da entrega da versão definitiva da dissertação na secretaria do Programa. Cumpridas as formalidades de pauta, às 18h a presidência da mesa encerrou esta sessão de defesa de dissertação e, para constar, eu, Adenilde de Oliveira Souza, Secretária do Programa de Pós-Graduação em Educação, lavrei a presente ata, que depois de lida e aprovada será assinada pelos membros da Banca Examinadora em três vias de igual teor.


Prof.^a Dr.^a Juliana de Castro Chaves
Presidente – PPGE/FE/UFG


Prof.^a Dr.^a Glacy Queirós de Roure
Membro – PUC/GO


Prof.^a Dr.^a Anita Cristina Azevedo Resende
Membro – PPGE/FE/UFG

Dedico este trabalho à minha amada Flávia Lorena e aos meus amores Auri, Camila, João Francisco e Glorinha, pela paciência e camaradagem de sempre.

À minha querida e inspiradora mãe, Maria de Lourdes, à minha irmã Ana Paula, cunhado e sobrinhos, por todo o apoio de sempre. Às minhas queridas irmãs Kesia e Kesslaine.

À professora Dra. Juliana de Castro Chaves e ao NEPPEC.

Ao professor José Adelson da Cruz (in memorian)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à professora Dra Juliana de Castro Chaves pela dedicação a este trabalho, pelo carinho com que me tratou desde o primeiro momento da entrevista, pelas horas de discussões que me formaram não só agora, mas que permitirão meu aprimoramento pelo tempo em que viver. Agradeço pelas horas a fio dedicadas ao cuidado minucioso na orientação. Pela paciência, sabedoria e experiência compartilhada, na conclusão de nosso trabalho.

Agradeço às professoras Anita Resende e Glacy Roure por terem aceitado fazer parte do processo de construção deste trabalho, pelas questões e contribuições levantadas na qualificação e na banca de defesa.

Agradeço ao NEPPEC pelos encontros formadores e possibilidades despertadas nas discussões em grupo.

Agradeço à professora Marília Golveia, Diane Valdez e José Adelson pelas aulas nas disciplinas da Pós, pelo carinho, pela atenção e pelas contribuições na compreensão da dimensão que é a Educação na formação do sujeito e da sociedade.

Quero agradecer à professora Nádia Cuiabano, pela dedicação, paciência, esforço dedicado ao grupo e a coordenação do Minter IFMT/IFG, pelo comprometimento e pelo modelo de conduta no processo.

Agradeço ao IFMT, em especial, agradeço à reitoria pela celebração do convênio, à PROPES e aos companheiros de trabalho dessa Pró-reitoria que não mediram esforços pra a realização do projeto Minter IFMT/UFG, tão importante em nossas vidas, mas também para a instituição.

Agradeço à FAPEMAT por apoiar e financiar parte dos recursos para realização desse processo de formação tão significativo para a educação e para o Estado de Mato Grosso.

Agradeço ao grupo de orientandos da Professora Juliana de Castro, Aline, Tatiana, Léo, Carmem Júlia, Nerone e Maíra. Com toda certeza cada um dos momentos que passamos juntos discutindo, assistindo as defesas ou trocando experiências foi fundamental para o trabalho.

Agradeço a minha família, o acolhimento e apoio de minha mãe, irmã, meu cunhado e sobrinhos, pela paciência e dedicação de todos.

Por último, mas nunca menos importante, agradeço à minha esposa Flávia Lorena pela devoção, companheirismo, paciência e carinho dedicados a mim e a este trabalho. Aos filhos que estiveram juntos, sofreram, vibraram, por vezes abdicaram de suas coisas para podermos juntos concluir este trabalho, que não é só meu, mas de todos.

Resumo

O Cinema é um produto cultural que constitui a subjetividade. Este trabalho analisou a racionalidade do filme de animação livre “A era do Gelo 3” (BlueSkay/Fox, 2009), que segundo a ANCINE obteve maior público de 2009 a 2015 nas salas de cinema do Brasil. O referencial teórico deste trabalho é a Teoria Crítica da Sociedade, principalmente Theodor Adorno, Herbert Marcuse e Walter Benjamin, e o Materialismo Histórico Dialético de Karl Marx. A análise da produção do filme “A era do Gelo 3” revelou a presença da racionalidade da indústria cultural quando apresenta a ideologia dominante, estereótipos, clichês, tickets, vivência, expropriação de esquemas, lucro como finalidade externa, humor que não reconcilia com a humanidade, empobrecimento do conteúdo, personificação de situações e resoluções que são sociais, tipificação de personagens, ênfase no detalhe para dar aparência de novidade, heroificação do indivíduo mediano, primado da técnica, saídas espetaculares e uma montagem que não oferece espaço para a imaginação e para perceber as contradições existentes na sociedade. Nesse sentido, apresenta elementos que delineiam uma pseudoformação que promovem a adaptação dos sujeitos à lógica capitalista. Esta dissertação de Mestrado foi desenvolvida por meios do convênio MINTER em Educação UFG/IFMT 2015, defendida em 2018.

Palavras-Chave: Teoria Crítica da Sociedade. Indústria cultural. Cinema de animação. Formação. Pseudoformação.

Abstract

Cinema is a cultural product that constitutes subjectivity. This work analyzed the rationality of the free animated film "The Ice Age 3" (BlueSkay / Fox, 2009), which according to ANCINE obtained the largest audience from 2009 to 2015 in cinemas in Brazil. The theoretical reference of this work is the Critical Theory of Society, especially Theodor Adorno, Herbert Marcuse and Walter Benjamin, and Karl Marx's Historical Dialectical Materialism. The analysis of the production of the film "The Ice Age 3" revealed the presence of the rationality of the cultural industry when it presents the dominant ideology, stereotypes, clichés, tickets, experience, expropriation of schemes, profit as external purpose, humor that does not reconcile with humanity, impoverishment of content, personification of situations and resolutions that are social, typification of characters, emphasis on detail to give appearance of novelty, heroic median individual, technique primacy, spectacular outputs and an assembly that offers no space for the imagination and can't see contradictions of the society. In this sense, it presents elements that outline a pseudoformation that promote the adaptation of the subjects to the capitalist logic. This dissertation was developed by means of the MINTER agreement in Education UFG / IFMT 2015, defended in 2018.

Keywords: Critical Theory of Society. Cultural industry. Animation movies. Formation. Pseudoformation.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Animações de maior público acumulado entre 2009 -2015.....	74
Tabela 2 - Primeiros colocados do <i>ranking top-20</i> (2009-2015).....	78
Tabela 3 – Classificação indicativa dos filmes da tabela 3	78
Tabela 4 – Filmes da série era do gelo	81

LISTA DE IMAGENS

Gráfico 1 – Número de filmes nacionais produzidos e lançados entre 1995-2015.	66
Imagem I – Gráfico de publico atingido por distribuidora no Brasil.	75
Imagem II – Tabela de distribuidoras no ano de 2009.	76
Imagem III – Personagens principais do filme “A era do Gelo 1”.	82
Imagem IV – Cartaz do filme “A era do gelo 1”	84
Imagem V – Principais personagens acrescentados ao segundo filme de “A era do gelo”. ..	86
Imagem VI – Cartaz do filme “A era do Gelo 2”.	87
Imagem VII – Mercadorias licenciadas com o nome da franquia “A era do gelo”.	89
Imagem VIII – Principais personagens acrescentados ao filme “A era do gelo 3”.	90
Imagem IX – Cartazes do filme “A era do gelo 3”.	92
Imagem X – Principais personagens acrescentados ao filme “A era do Gelo 4”.	93
Imagem XI – Cartaz do filme “A era do gelo 4”.	94
Imagem XII – Personagem Brooke dublada pela atriz Ingrid Guimarães.	95
Imagem XIII – Cartaz do filme “A era do gelo 5”.	96

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	11.
2.	SEÇÃO I – CULTURA E INDÚSTRIA CULTURAL: FORMAÇÃO E PSEUDOFORMAÇÃO	15.
2.1.	Cultura e Experiência: Tensões Entre Formação e Pseudoformação	15.
2.2.	Indústria Cultural e Pseudoformação	27.
2.3.	O Produto Cultural Arte: Elementos de Formação Para a Resistência	36.
3.	SEÇÃO II – O DESENHO ANIMADO NO CINEMA: FORMAÇÃO E SEMIFORMAÇÃO	43.
3.1.	A Trajetória do Cinema	43.
3.2.	O Cinema de Animação	54.
4.	SEÇÃO III - ANÁLISE DA RACIONALIDADE DA ERA DO GELO 3	69.
4.1.	Considerações Sobre o Processo da Pesquisa	69.
4.1.1.	Classificação Indicativa Livre do Filme	70.
4.1.2.	Escolha do filme	71.
4.2.	A Era do Gelo 3 e Suas Relações	73.
4.3.	Análise do Filme A Era do Gelo 3	100.
5.	À GUIA DE CONCLUSÃO: UMA CONVERSA FRANCA	109.
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112.

1. INTRODUÇÃO

O cinema na relação entre indivíduo, sociedade e cultura pode ser entendido como mediador psicossocial da subjetividade. A partir de Adorno (1971, 2003, 1986), é possível conceber o cinema ao mesmo tempo como expressão artística capaz de possibilitar uma experiência estética de formação (*bildung*), uma experiência subjetiva que fomenta a imaginação, embasa a resistência à mera adaptação, e ao mesmo tempo, como expressão da cultura mercantilizada da indústria cultural, que empobrece os sentidos, difunde estereótipos, expropria os esquemas, empobrece e padroniza os conteúdos, realiza a identidade entre parte e todo, e perpetua a aparência da realidade, elementos presentes na pseudoformação (*halbbildung*)¹ (CHAVES, 2015).

Segundo Fossatti (2009), o cinema de animação teve início no século XX. Sua gênese está ligada ao mundo do metamorfismo universal, onde há ausência de leis da física - personagens encolhem, crescem, esticam, atravessam paredes, sofrem traumas e não são mutilados. Ao longo do século XX o cinema de animação foi se industrializando e se tornando um importante produto cultural de entretenimento. Conforme dados levantados nos Anuários Estatísticos do Cinema Brasileiro, no período de 2009 a 2015, dentre as 10 maiores bilheteiras das salas de cinema brasileiro, pelo menos 2 foram de animação.

De acordo com Cardoso (2006), o cinema de animação teve seu desenvolvimento associado ao público infantil, mas na atualidade tem seu público ampliado em decorrência da inserção da tecnologia da computação gráfica que realizou a caracterização mais realista dos personagens e dos cenários, e da presença de uma narrativa mais elaborada, com inserção de elementos humorísticos e temáticas permeadas por romance, amor, conflitos da cotidianidade e menos canções diegéticas², atraindo mais a atenção do público adulto.

No entanto, para Cardoso (2006), o público infantil ainda é o maior consumidor de desenhos animados, considerando os números gerados a partir da produção e circulação de produtos licenciados destinados ao público infantil que derivam diretamente dos filmes de animação para o cinema e para televisão.

Segundo Sartori, Souza e Kamers (2011), o desenho animado é considerado um

1 No Brasil, o termo *halbbildung* foi traduzido por pseudoformação e por semiformação. Escolhemos predominantemente a palavra pseudoformação para realçar uma formação que é realizada por inteiro e não pela metade, como às vezes o prefixo “semi” pode indicar - mesmo que no conceito não esteja essa a ideia. Porém, nos textos em que a palavra semiformação está citada, fomos fiéis aos autores.

2 Música que interrompe a narrativa do filme e os personagens interagem (cantam e dançam) com a música. Esse tipo de trilha sonora se diferencia da música incidental, na qual o personagem não demonstra interação com a música e a história/narração não é interrompida (CARDOSO, 2006).

referencial para a criança. Estudos indicam que as crianças do interior de São Paulo no contra turno das escolas assistem bastante desenho animado na TV (OLIVEIRA; SHIMIZU, 2011). A importância dos desenhos é tal que influenciou na modificação do nome da brincadeira "adadonha" para "pokemonha" em alusão ao filme Pokemón (LOUREIRO; FONTE, 2003). O clímax do avanço tecnológico dos meios de comunicação e informação da contemporaneidade retira dos professores e da família a posição de únicos detentores do saber e exigem a incorporação dessas mídias nos processos educacionais (SARTORI, et all, 2001). Há uma tendência crescente na educação escolar em incorporar dentre as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) produtos imagéticos eletrônicos e personagens, com a justificativa de modernizar a escola, sem reflexões mais profundas sobre o produto cultural (LOUREIRO; FONTE, 2003).

Há na internet vários Blogs que se ocupam em dar conselhos a famílias e educadores sobre o uso do desenho animado na educação das crianças. Esses blogs valorizam alguns desenhos que são criados especificamente para o público infantil que podem ser usados para transmitir noções de valores morais e bons exemplos. Também criticam outros desenhos que devem ser assistidos com cautela pelas crianças. Na maioria das vezes, esses blogs ressaltam que possuem supervisão de psicólogos e especialistas, que se referem aos conteúdos dos desenhos para avaliar o desempenho educativo do produto³.

No texto "Educação após Auschwitz", Adorno (2003a) salienta a necessidade de se deter maior cuidado na formação da pessoa na infância, especialmente na primeira infância, para que se evite recriar horrores tais como ocorridos em *Auschwitz*. Segundo Adorno,

a educação tem sentido unicamente como educação dirigida a uma auto-reflexão crítica. Contudo, na medida em que, conforme os ensinamentos da psicologia profunda, todo caráter inclusive daqueles que mais tarde praticam crimes, forma-se na primeira infância, a educação que tem por objetivo evitar a repetição precisa se concentrar na primeira infância. (ADORNO, 2003a, p. 123).

É importante ressaltar que tanto adultos como crianças se tornaram alvos de grandes investimentos para a produção do *sujeito* consumidor (FURLAN; MAIA, 2014). Os adultos, por sua vez, mantêm o hábito de assistir desenhos animados e atestam um lugar de importância aos desenhos que assistiram na infância (OLIVEIRA, 2011, p.15).

Os filmes de desenho animado do circuito comercial - "FomiguinhaZ"

3 Separamos alguns artigos de blogs que tratam do assunto. 1) ClassApp-Blog <<http://blog.classapp.com.br/como-os-desenhos-animados-podem-ajudar-no-desenvolvimento-das-criancas/>>; 2) Blog pensamento livre <<http://blogpensamentolivre.com.br/2015/10/12/o-poder-do-desenho-infantil-na-educacao-das-criancas/>>; 3) Blog desenho animado na educação <<http://desenhosanimadosnaeducacao.blogspot.com.br/2011/10/projeto-escolar-o-desenho-animado-na.html>>.

(DREAMWORKS,1998), “Monstros S/A” (Disney; Pixar, 2001), “Era do Gelo 2” (FOX ANIMATION; BLUE SKY, 2006), “Os sem florestas” (DREAMWORKS, 2006) e “Vida de Inseto” (Disney; Pixar, 2001) - também são usados como estratégias inovadoras e eficazes de treinamento para trabalhadores no desenvolvimento de equipes, liderança, cultura organizacional, criatividade e resistência às mudanças. A justificativa é que os trabalhadores ao verem esses filmes em outras situações e ambientes rememoram o aprendido no treinamento (CAMPUS, 2008, p. 134).

É justamente por esse protagonismo do filme de desenho animado que resolvemos estudar a racionalidade presente na produção do filme de desenho animado que mais teve aderência do público, ou seja, do filme de desenho animado livre mais assistido no Brasil. Levando em conta as contradições, partimos da ideia de Marx (1982), de que a produção do produto constitui o expectador/consumidor, a forma do consumo e a circulação. Caminhando com Adorno e Horkheimer (1985), acreditamos que é possível analisar os elementos da racionalidade de um produto cultural em relação à formação ou à pseudoformação.

Sabemos que essa caminhada é repleta de armadilhas e tensões, e que não envolve um pensamento de causa e efeito no sentido de apreensão do sujeito. Mas também sabemos que a racionalidade de um produto cultural já carrega elementos que podem ser ligados à pseudoformação e à formação. Desse modo, nos perguntamos: qual a racionalidade do filme de desenho animado mais assistido no Brasil?

Para responder a essas questões, buscamos entender o cinema de animação em seu processo histórico bem como o que delinea um produto de indústria cultural e de arte, compreender os elementos da formação e da pseudoformação de um produto cultural, e analisar a racionalidade do filme mais assistido no Brasil.

No processo de análise, selecionamos o filme em sua expressão mais desenvolvida⁴, ou seja, o filme mais assistido pelo público no Brasil. A compilação dos dados publicados no Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro, disponíveis na web site OCA de 2012, que reúne o levantamento de público entre 2009 e 2012, e do anuário de 2013, 2014 e 2015, indicam que o filme mais assistido foi a “A Era do Gelo 3”, de direção do Brasileiro Carlos Saldanha e do Canadense Mike Thurmeier, produzido pela associação da “Twentieth Century Fox Animation” e a “Blue Sky Studios Production”, estreado no Brasil em 03 de julho de 2009 e nos EUA, país de origem, em 04 de Julho de 2009.

O aporte teórico deste trabalho parte principalmente de Karl Marx e da Teoria Crítica

4 Número de público frequentador e não do valor resultado da bilheteria, pois a bilheteria pode ser maior como consequência do aumento do preço dos ingressos e não do público.

da Sociedade, especificamente de Adorno, Marcuse, Horkheimer e Benjamin⁵ e de autores brasileiros que dialogam com esses teóricos.

O trabalho foi desenvolvido em três seções. Na primeira seção tentamos entender a relação entre cultura, experiência e formação. Procuramos compreender os elementos de um produto cultural formativo e pseudoformativo, fazendo relação com os elementos de resistência contidos na arte e dos de adaptação contidos na indústria cultural. Como o filme de desenho animado mais assistido é de classificação livre, ou seja, pode ser assistido também por crianças, discutimos também a relação entre produtos culturais e infância.

Na segunda seção delineamos a origem do cinema, especificadamente do filme de desenho animado, de suas relações com a pseudoformação e com o contexto histórico. Na terceira seção analisamos a racionalidade do filme “A Era do Gelo 3” e as possíveis articulações com a formação e com a pseudoformação.

5 Sabemos que os autores da primeira fase da Escola de Frankfurt divergem, apresentam diferenças e confluências frente a temas e conceitos. A par das diferenciações, mas não sendo esse o objeto desse trabalho, traremos as contribuições dos autores que podem auxiliar no entendimento do nosso objeto e das nossas reflexões.

2. CULTURA E INDÚSTRIA CULTURAL: FORMAÇÃO E PSEUDOFORMAÇÃO

Essa seção discute a relação entre cultura e indústria cultural no sentido de entender elementos que possam mediar uma educação para formação e para pseudoformação em relação ao cinema. Está dividida em três tópicos interdependentes. No primeiro tópico discutimos a concepção de cultura, já que o cinema e o filme são produtos culturais, no sentido de entender elementos que contribuem para a compreensão das tensões existentes entre formação e pseudoformação.

Entendemos que a resistência a uma pseudoformação pode vir tanto da existência de elementos que delineiam um produto cultural arte quanto da análise crítica da racionalidade dos produtos culturais da indústria da cultural. Nesse sentido, no segundo e terceiro tópicos debatemos como o cinema pode ser produto cultural arte – forma de resistência à racionalidade instrumentalizada da sociedade, e produto da cultura na forma de mercadoria cultural, a serviço da adaptação e diminuição da resistência (CHAVES, 2015).

Embora haja uma tendência historicamente constituída que dicotomiza trabalho e arte, devemos cuidar para que não haja essa separação e, principalmente, uma supervalorização da arte como expressão estética, pois, ao se fazer isto, a arte é concebida como algo asséptico, uma atividade desvinculada da sociedade tendo as relações sociais obscurecidas (CHAVES, 2015).

2.1 – Cultura e experiência: tensões entre formação e pseudoformação

Segundo Resende (2013, p. 142) “o indivíduo somente é em relação ao outro”. Portanto, a vida individual é a exteriorização do ser que se apropria da natureza carregada de objetivações humanas para se constituir e se objetivar conforme as condições materiais que lhe foi dada. Os objetos fornecidos para a constituição dos sujeitos são produtos da cultura. Nesse processo, se estabelece a relação indivíduo-sociedade-cultura, onde instâncias da sociedade medeiam encontros com o outro estabelecendo relações. Essa socialização remete à condição de incompletude e de dependência do indivíduo em relação ao outro.

A cultura é uma produção humana constituída pelos sujeitos e fundamental para a constituição da humanidade (HORKHEIMER; ADORNO, 1978). A humanização não

acontece sem o estabelecimento da cultura. No esforço coletivo para conservar a vida humana, pacificar, limitar a luta pela existência, organizar a produção em sociedade e sublimar a violência e os desejos, a cultura se constitui. Porém, a cultura é reduzida em seu teor de formação quando não é produzida como processo de reconhecimento, atualização e superação do existente. É necessário que os homens se sintam sujeitos produtores da cultura, e entendam a universalidade dessa produção para que interfiram nos processos culturais.

Há a separação da cultura de civilização. Há tradições filosóficas que costumam considerar a cultura como instância das ideias, da filosofia, das artes e da metafísica. Como promessa do que podemos vir ser. Destacando-a da práxis da civilização, da instância material (objetivações), que passa a ser considerada ligada ao reino do socialmente necessário. Essa separação é prejudicial à formação humana, pois uma instância não existe sem a outra. Não há interioridade do ser que possa dar conta da realidade sem levar em conta a materialidade (HORKHEIMER; ADORNO, 1978).

A cultura espiritual revela uma promessa de algo a se conquistar; um vislumbre de nos tornarmos melhor. Porém, Adorno (1996) adverte no ensaio “Teoria da semicultura”, que a idealização da cultura apartada da realidade ofusca a possibilidade dela ser formativa, pois pode ser sacralizada, se tornar um território inalcançável aos homens comuns e instigar o culto do espírito da humanidade de forma alienada (HORKHEIMER; ADORNO 1978).

Adorno (1996) nos alerta que os bens culturais sacralizados podem ser tomados como mercadoria para alimentar a erudição cultural dos sujeitos, como algo pertencente ao deleite de alguns privilegiados. Quando a cultura toma status de coisa (apenas como bens culturais, com sentido isolado), como aquisição de “bens”, se dissocia da implantação das coisas humanas, da humanidade (ADORNO, 1996). Para Horkheimer e Adorno (1978), na Alemanha do nacional-socialismo os homens se renderam à práxis violenta do nazismo em nome dos bens culturais.

O culto às cegas da cultura, também se apresenta quando se oculta as míseras condições de vida e a barbárie existentes na construção das pirâmides do Egito, nos prédios monumentais do classicismo Greco-romano ou das catedrais góticas. Muitas vezes esses emblemas da cultura humana são visitados e festejados por sua grandeza material, por serem bens da cultura e da civilização humana. Quando na verdade, a ocultação do trabalho escravo, e das míseras condições de trabalho empregadas na sua produção, negam os atributos que revelam a humanidade que há neles. (HORKHEIMER; ADORNO, 1978).

Nos dias atuais, o comportamento dos turistas nos campos de concentração⁶ abertos à visitação pública revela a impotência da evocação da cultura como processo de formação. Havendo nesse comportamento o esquecimento e a indiferença perante a crueldade, o sofrimento e a barbárie contidos nesses bens culturais. Ao não conseguir realizar a humanização na realidade, a cultura se perde da consciência como processo histórico.

Ao mesmo tempo, a espiritualização da cultura não deve ser abandonada totalmente. Isso significa que, dialeticamente, a utopia do fazer cultural é importante para se tensionar a humanidade, o existente, a buscar algo diferente da ordem do que está posto (HORKHEIMER e ADORNO, 1978).

Para Rouanet (1998), a cultura também é ressaltada em suas contradições como base da constituição do ser em Walter Benjamin. Nos bens culturais estão depositados, simultaneamente, os restos mortais dos vencedores que se dizem seus criadores e também a desgraça anônima dos seus verdadeiros produtores. Nesse sentido, debruçar sobre a cultura em Walter Benjamin é ver as coisas impregnadas de alma, é refletir sobre a beleza do mundo e sobre o horror da barbárie, pois a objetividade – as coisas materiais e espirituais – carrega em si o humano, a cultura, a tradição: o universal. Ele nos alerta para a cultura pobre, para a nudez do homem moderno e para a ideia de que não devemos nos esquivar diante dessa realidade. Nesse sentido, entender a realidade mutilada é não estabelecer a amnésia que inibe a redenção do passado. É estratégia subversiva (ROUANET, 1998).

Marcuse (1998a) também nos oferece elementos para a reflexão das contradições da cultura. No texto “Comentários para uma redefinição da cultura”, afirma que a cultura é expressão do que há de melhor na humanidade e/ou condensação de forças do que há de mais cruel, violento e destrutivo. Para o autor, a cultura não existe separada da civilização. Dialeticamente, uma complementa a outra. No entanto, na particularidade histórica do capitalismo essa dicotomia atingiu o seu ápice. A discussão da cultura e da civilização vinculada à tradição positivista

6 O Jornal eletrônico “O DIA”, publicou, na seção atualidades, a seguinte manchete: Jovem faz *selfie* sorrindo em campo de concentração nazista e provoca revolta. Adolescente ficou incomodada com críticas a princípio, mas depois pareceu curtir a 'fama'. Publicado no dia 22/07/2014 13:41:41 - Atualizada às 22/07/2014 13:43:47. Disponível em: <<http://odia.ig.com.br/noticia/mundoociencia/2014-07-22/jovem-faz-selfie-sorrindo-em-campo-de-concentracao-nazista-e-provoca-revolta.html>> Acesso em: 03/04/2017.

Em 23 de janeiro de 2017, o Jornal eletrônico “The Huffington Post – BR EDICTION”, publicou na seção comportamento a matéria que informava a intervenção do artista israelita, que vive na Alemanha, Sharak Shapira. A manchete dizia: “Yolocaust: O projeto do israelense que questiona fotos no Memorial do Holocausto”. Publicado no dia: 23/01/2017 18:54 -02 | Atualizado 23/01/2017 18:54 . Disponível em: <http://www.huffpostbrasil.com/2017/01/23/yolocaust-o-projeto-do-israelense-que-questiona-fotos-no-memori_a_21698785/> Acesso em: 03/04/2017.

[...] expressou-se na distinção da cultura e civilização segundo a qual ‘Cultura’ se relaciona a uma dimensão superior da autonomia e da realização (*Erfüllung*) humana enquanto ‘Civilização’ indica o reino da necessidade (*Reich der Notwendigkeit*), do trabalho e do comportamento socialmente necessários, dentro do qual o homem não é efetivamente ele mesmo, nem está em seu próprio elemento, mas sim submetido à heteronomia, às condições e às necessidades (*Bedürfnissen*) exteriores. (MARCUSE, 1998: 155)

Para Marcuse (1998b), a tensão entre cultura e civilização diminui na medida em que a cultura passou a ser justificada em função dos valores e metas do progresso técnico. Nesse processo se dá o *caráter afirmativo da cultura*, no qual a incorporação da cultura na vida cotidiana e no trabalho objetivando o progresso da civilização revela uma produção cultural organizada de acordo com o interesse nacional e corporativo. Com essa incorporação, a cultura, que anteriormente era tida como instância do espírito, passa a ser engolida pela racionalidade da civilização técnica industrializada. Considera-se que o progresso técnico corresponde ao progresso da humanidade; nesse sentido, “tende a eliminar os objetivos transcendentais da cultura [...] o progresso dessa civilização exige modo de pensar operacionais e traduzíveis em atitudes apropriadas para aceitar a racionalidade produtiva dos sistemas sociais dados, para defender e melhorar estes (sistemas), mas não para negá-los” (MARCUSE, 1998a, p. 157, GRIFO NOSSO). Portanto, elementos que podiam proporcionar o enfrentamento e a resistência aos ditames da sociedade burguesa são a ela integrados.

É importante ressaltar que em Marcuse não há a condenação ao acesso dos bens culturais, tampouco há a condenação dos bens culturais de forma irrestrita. De acordo com Marcuse,

o amplo acesso à cultura tradicional e particularmente a suas obras autênticas é melhor do que a conservação de privilégios culturais para um círculo reduzido desde a base pela riqueza e pelo nascimento. Porém, para conservar o conteúdo de conhecimento destas obras, precisa-se de capacidades espirituais e de uma consciência intelectual que não estejam adaptadas ao modo de atuar e de pensar desejado pela civilização dominante nos países industriais avançados. (MARCUSE, 1998a, p. 157).

A apropriação da cultura humana vinculada ao progresso técnico da sociedade corresponde à adaptação dos sujeitos a lógica racional do capitalismo, contribuindo para seu aprimoramento, ampliando a dominação e a barbárie humana, caracterizando a formação por uma experiência mutilada. Nesse contexto, a cultura se encerra na adaptação ao presente (MARCUSE, 1998a).

Para Adorno (1996, p. 389), a formação “nada mais é do que a cultura tomada pelo lado de sua apropriação subjetiva”. Na particularidade histórica do capitalismo, a formação se

desentendeu de si mesma, e o que deveria implicar a constituição de um sujeito livre como condição para uma sociedade autônoma se perdeu.

É importante ressaltar que a formação não deve se desvincular da relação sujeito e sociedade. “Quanto mais lúcido o particular, mais lúcido o todo” (ADORNO, 1996, p. 392). A formação cultural emancipada pressupõe a formação da humanidade autônoma e livre, numa sociedade mais justa em que os sujeitos tenham capacidade de se posicionar criticamente mediante o que está posto como sociedade e cultura. Sua finalidade é tornar “os indivíduos aptos a se afirmarem como racionais numa sociedade racional, como livres numa sociedade livre” (ADORNO, 1996, p.392).

A formação privilegia a autonomia, a possibilidade de pensar a si e a cultura humana de forma universal, mas a formação cultural sozinha não é capaz de garantir à sociedade uma racionalidade autônoma, nem se pode ter em vista que essa formação possa extrair de si mesma e dar aos homens o que a realidade recusou (ADORNO, 1996).

Adorno (1996), no texto *Teoria da semicultura*, afirma que “apesar de toda ilustração e de toda informação que se difunde a semiformação passou a ser a forma dominante da consciência atual, o que exige uma teoria que seja abrangente.” (ADORNO, 1996, p. 389). Ele enfatiza que o problema da formação cultural não diz respeito apenas a problemáticas pedagógicas e sociológicas, por isso a sua correção não pode ser reduzida a reformas educacionais ou pesquisas e movimentações sociais isoladas. É necessário ter profundidade, entender a racionalidade produtiva dessa sociedade, e, principalmente, o que é formação cultural, para saber como se estrutura esse processo (ADORNO, 1996).

Adorno (2012) pondera que as estratégias de democratização do acesso ao acervo cultural da humanidade podem não significar emancipação quando lembra que as pessoas que apoiavam e executavam as ordens nos campos de concentração durante o nazismo geralmente pertenciam às classes que tiveram uma formação mediada por elementos culturais tidos como relevantes para a formação humana – arte, educação formal escolar, acessos a bens culturais (teatro, óperas, cinema e rádio) e, ao mesmo tempo, praticaram a barbárie sem questionamentos (ADORNO, 2012).

É possível que o acesso aos bens culturais possa não significar progresso para a formação humana, porque, em sua forma dominante, a cultura tem suas capacidades espirituais e a consciência intelectual reduzidas, pautada no modo dominante da civilização dos países industrializados (CHAVES; RIBEIRO, 2014). Assim, a democratização e a

popularização da cultura podem ser, na verdade, a distribuição e a socialização da semicultura (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

A pseudoformação não é uma formação da subjetividade ocorrida pela metade, mas uma formação completa que ocorre de forma danificada. Relaciona-se à subsunção a uma heteronomia determinada por padrões culturais produzidos de forma industrializada. “A semiformação é o espírito tomado pelo caráter de fetiche da mercadoria.” (ADORNO, 1996, p. 400). Maar (2003, p. 26) afirma que a pseudoformação é “caracterizada pela difícil mediação entre o condicionamento social, o momento de adaptação, e o sentido autônomo da subjetividade.”

A semiformação em Adorno não é falta de cultura, mas sim o resultado da eliminação das possibilidades libertadoras da cultura e da incultura que poderiam servir para formar uma consciência crítica nas pessoas (DUARTE, 2003).

a semiformação, portanto, mais do que simples ingenuidade, é o corolário de uma exploração consciente do estado de ignorância, de vacuidade do espírito – reduzida a mero meio – surgida com a perda de tradição pelo desencantamento do mundo, e é totalmente incompatível com a cultura no sentido estrito. (p. 445).

Nesse sentido, Adorno afirma que “aquilo que é semicompreendido e semi-experimentado não é o estágio prévio da cultura, mas seu inimigo mortal” (ADORNO, 1996, apud DUARTE 2003, p. 445).

Se a cultura é empobrecida, a experiência também é debilitada. Tanto Benjamin como Adorno dialoga com a experiência. Porém, podemos dizer que Benjamin tem essa discussão de forma mais específica em alguns textos. Para Benjamin (1994), a experiência pode ser entendida como o elo que liga o passado e o presente, a sabedoria que intercambia as relações e que pode impactar diretamente nas relações do futuro. A constituição da experiência corresponde diretamente à relação tempo e espaço. O tempo como forma e momento de internalização das coisas e o espaço como elemento externo que medeia e representa algo novo a se constituir no tempo individual.

Segundo Benjamin (1983b), a memória – apreendida por meio da experiência – retornará de forma abrupta e involuntária sempre que o sujeito se depara com as marcas que remetem à experiência vivida. Desse modo, a experiência está vinculada à memória involuntária, àquilo que retorna sem o controle consciente (BENJAMIN, 1983b). Assim, ela acolhe traços mnemônicos, revela impressões.

Para Schlesener (2011), em Benjamin, a experiência é elo da vida com o passado, com a tradição e a dimensão espiritual - elementos sem os quais a humanidade não constitui sabedoria e nem se movimenta. Ou seja, sem o elo com o passado, não há sonho com o futuro, só conformação ao presente. A experiência benjaminiana se caracteriza pela ação da conjunção da memória de certos conteúdos do passado individual que se cruzam com o coletivo (FRANCO, 2015). Nesse processo, há a transmissão da sabedoria que os vivos trazem dos mortos, da tradição, do passado (GAGNEBIN, 2014). A experiência coloca o sonho em ação, é diferente da tentativa de captar, reter imagens (GAGNEBIN, 2004).

A transmissão das experiências era narrada nas relações sociais, nas histórias, nos provérbios, nas parábolas e narrativas de viajantes. Quem narra algo empresta da experiência humana do narrador algo para ser transmitido aos ouvintes na forma de transmissão da sabedoria estabelecida na experiência de vida compartilhada nos fatos narrados (BENJAMIN, 1994b).

Na modernidade, a narração vem perdendo espaço na função de transmissão da experiência. A experiência que se passa de pessoa a pessoa pelas narrativas orais, dos tipos arcaicos de narradores, foi sendo substituída pelo romance burguês e pela comunicação informativa permeada pela tecnologia (BENJAMIN, 1994b).

Poucas pessoas sabem narrar uma boa história. Esse processo revela a atrofia da experiência naquele que vive e naquele que narra, e, conseqüentemente, naquele que escuta (BENJAMIN, 1994b).

Com a consolidação do capitalismo, outra forma de comunicação antiga passa a influenciar decisivamente a comunicação humana: a informação. Para Benjamin (1983b), a notícia do jornal impresso está esvaziada de mistério, da capacidade de suscitar questionamentos e ensinamentos. Ela apenas informa e cumpre o papel de preencher lacunas em uma formação danificada, e reafirma a superficialidade da técnica e da tecnologia. O texto informativo jornalístico, “exclui rigorosamente os acontecimentos do contexto em que poderia afetar a experiência do leitor” (BENJAMIN, 1983b, p.31), dificulta a imaginação e a capacidade de suscitar questionamentos e ensinamentos.

Nesse contexto, o saber que vem de longe, da tradição, encontra menos ouvintes que a notícia mais próxima. Benjamin (1994b) exemplifica: “Villemessant, o fundador do *Fígaro*, caracterizou a essência da informação com uma fórmula famosa. ‘Para meus leitores’, costumava dizer, ‘o incêndio num sótão do Quartier Latin é mais importante que uma revolução em Madri’” (BENJAMIN, 1994b, p.202).

Segundo Benjamin (1983b), a sociedade moderna oferece aos indivíduos uma intensa e excessiva estimulação. Essa condição provoca nos sujeitos a tentativa de amortecer ou diminuir os efeitos dos *chocs* que dão base aos traumas, assegurando uma consciência alerta que constitui as lembranças voluntárias que propiciam a vivência (*Erlebnis*), em detrimento da experiência (*Erfahrung*). Para Benjamin (1983b), “o fato de o choc ser captado e ‘aparado’ assim pela consciência daria ao acontecimento que o provoca o caráter de ‘vivência’ em sentido estrito, que esteriliza a experiência poética incorporando-a diretamente ao inventário da lembrança consciente” (p. 33). Benjamin (1983b) afirma que quanto mais registros de *chocs* na consciência, tanto menos se deverá esperar deles um efeito traumático. Então, a vivência se torna um treinamento do sujeito moderno para controle dos estímulos externos.

Cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes. A razão é que os fatos já nos chegam acompanhados de explicações. Em outras palavras: quase nada do que acontece está a serviço da narrativa, e quase tudo está a serviço da informação. (BENJAMIN, 1994b, p. 203)

Benjamin (1994a) não vê somente negatividade na condição do empobrecimento da experiência. Segundo ele, tal desdobramento instaurou uma barbárie, que impeliu a humanidade a partir para frente, a começar novamente de forma diversa, observando o que está dentro. Ele afirma que grandes construtores da humanidade e os artistas da *avant-garde* prescindiram da tradição e partiram para novos horizontes. Brecht, Klee e Loos dirigiram-se ao homem “contemporâneo nu, deitado como um recém-nascido nas fraldas sujas de nossa época” (BENJAMIN, 1994a, p. 116).

De acordo com Benjamin (1994a), na forma social anterior ao capitalismo sabia-se o valor da experiência, ela fora comunicada aos jovens desde há muitos anos. Benjamin demonstra isso no livro “Infância berlinense: 1900”, no qual o autor retorna aos objetos, lugares e experiências que compuseram sua infância. Os adultos não devem desmerecer as experiências dos jovens ou das crianças e dizer “‘ele é muito jovem, em breve poderá compreender’. Ou: ‘um dia ainda compreenderá’” (BENJAMIN, 1994a, p. 114).

Nos que diz respeito à infância, também se pode afirmar que a experiência é fundamental. Segundo Sousa (2011), em Benjamin nos textos de suas memórias da infância e na esteira da relação com os conceitos de experiência, natureza, linguagem, mimese, reconstrução histórica a partir de detalhes e ruínas, temporalidade como repetição ou como criação, há a importância do lúdico na formação da experiência infantil (SCHLESENER, 2011).

De acordo com Benjamin (1984), nos textos *Velhos livros infantis*, os livros infantis eram recheados de experiências. Sua origem, que remete à apropriação do Iluminismo das obras infantis, demonstra uma formação humanitária baseada na máxima: se todo homem era bom e piedoso, então era possível fazer a criação de crianças boas e piedosas.

Segundo o autor, mesmo com diferenciações, a ilustração dos livros infantis fugia ao controle das teorias filantrópicas, pedagogizante e moralizantes. Ela permitia o entendimento entre artista e as crianças, tornando interessantes até mesmo as obras mais antiquadas e tendenciosas. A ilustração proporcionava às crianças a interpretação dos conteúdos além das possibilidades pedagógicas, promovendo a imaginação e a autonomia na interpretação das estórias.

Não são as coisas que saltam das páginas em direção à criança que as contempla. A própria criança penetra-as no momento da contemplação, como nuvem que se sacia com o esplendor colorido desse mundo pictórico. Frente ao livro ilustrado a criança coloca em prática a arte dos taoistas consumados: vence a parede ilusória da superfície e, esgueirando-se entre tapetes e bastidores coloridos, penetra em um palco onde o conto de fadas vive. (BENJAMIN, 1984, p. 55)

Ao final do século XIX e início do XX, os livros infantis foram rendidos aos propósitos da pedagogia daquele período, em obras que buscavam o controle da juventude alemã para os projetos burguês, nazista e comunista. No texto *Experiência* escrito em 1913, Benjamin (1984) fala da experiência mutilada que os adultos insistiam em transmitir aos jovens alemães, para que se tornassem integrantes do projeto de sociedade dominante.

Nesse sentido, Benjamin (1984) afirma que a infância não se refere a um período de inocência, nem a uma mera fase antes do adulto ou a existência de um adulto em miniatura – numa perspectiva adultocêntrica. A opinião da criança não é simplesmente uma anedota ou um gracejo, mas uma construção de um saber que veio com a experiência com algo. Nesse sentido, ela faz parte de um grupo social e cultural, está inserida na história, produz e faz parte da cultura (BENJAMIN, 1984).

Na visão benjaminiana, não existe uma infância pura ou mundo infantil somente da fantasia, separado e alheio ao social. O mundo perceptivo da criança se sedimenta e, ao mesmo tempo, confronta com o mundo histórico, se ainda não foi completamente adaptado às exigências do mundo adulto (SCHLESENER, 2011). Essa especificidade evidencia a capacidade da criança construir universo próprio, incluindo “lances de pureza e ingenuidade, sem eliminar, todavia, a agressividade, resistência, perversidade, humor, vontade de domínio e mando” (PEREIRA, 1984, p. 11). Assim, a criança não é um Robinson solitário.

Para Arantes Jr; Alcântara e Cintra (2012), a criança transita entre o real e o imaginário e apresenta o seu próprio modo de observar e representar (SCHLESENER, 2011). Segundo Gagnebin (2014b), a infância para Benjamin não é somente um território de inocência e contemplação, “a infância é o território privilegiado do encontro singular com aquilo que vem de longe, com os mortos e o passado, e que os vivos “trazem junto” e transmitem, na maioria das vezes, de maneira não consciente” (p. 228). A persistência da memória formada na criança retorna de forma abrupta, de forma involuntária, expressa a relação individuação-sociedade-cultura (GAGNEBIN, 2014b).

Benjamin (1984b), em confluência com a teoria freudiana, considera a brincadeira e os jogos infantis como meios pelos quais as crianças controlam as coisas externas a si. Benjamin (1984), na esteira de Freud, afirma que “o ímpeto obscuro pela repetição não é aqui no jogo menos poderoso, menos manhoso que o do impulso sexual no amor.” (BENJAMIN, 1984, p. 74) O brincar é um momento para a criança em que ela tenta manipular a falta e o estranhamento e, ao mesmo tempo, o momento do retorno a uma experiência mais profunda que deseja insaciavelmente repetir até o final. É uma atividade que remete à satisfação do prazer obtido na vitória da conquista de algo novo na experiência. Repetir uma atividade é prazeroso porque reafirma a capacidade de controle sobre aquilo que acaba de “dominar”. Nessa reafirmação se revive a satisfação efêmera do prazer da conquista.

O brincar é uma atividade importante para as crianças constituírem suas subjetividades. Brincando ela constrói as significações de si e do mundo. “Rodeadas por um mundo de gigantes, as crianças criam para si, brincando, o pequeno mundo próprio” (BENJAMIN, 1984, p. 65). Segundo Gagnebin (1997), em Benjamin, a repetição é fundamental para o desenvolvimento da criança. Para Santos (2015), enquanto os adultos descrevem suas experiências para transmissão, a criança, pela repetição típica da brincadeira e jogos, elabora suas experiências.

A repetição é o princípio mimético no qual a criança constitui e apreende a experiência, a forma criativa em que se relaciona e se apropria da experiência. A atividade mimética é uma mediação simbólica e não se reduz somente à imitação. Ao contrário, há a criação de similitudes das coisas às palavras, onde, a partir das semelhanças, se cria novas formas de sabedoria. Nesse contexto, as palavras não são códigos fixados por convenções, mas são primordialmente sons a serem explorados. “Benjamin diz que a criança entra nas palavras como entra em cavernas entre as quais ela cria caminhos estranhos” (GAGNEBIN, 1997, p. 99). Nesse sentido, “a essência do brincar não é um ‘fazer como se’, mas um ‘fazer sempre de novo’. Transformação da experiência mais comovente, em hábito” (BENJAMIN,

1984, p. 75). Assim, as crianças compõem sua linguagem, dominam as palavras, aprendem a falar e a escrever. Conhecer é agir (FRANCO, 2015).

Para Gagnebin (1997), não se trata de ingenuidade das crianças, mas de uma atitude que expressa a importância do aspecto material da linguagem. A criança vai ouvir a palavra e vai explorá-la em seus sentidos semelhantes para “dominar” sua significação. “Assim quis o acaso que se falasse uma vez em minha presença de gravuras [*kupferstich*]. No dia seguinte, pude tomar conhecimento da palavra que a denomina, pus-me debaixo da cadeira e estendia a cabeça para fora; isso era um ‘esconderijo-de-cabeça’ [*kopf-verstich*]” (BENJAMIN, *Ges. Schr.*, IV-1, p. 261, apud GAGNEBIN, 1997, p. 99).

No descrever a infância berlinense, Benjamin mostra a força política do desvelar da ação formativa da criança burguesa que se impressiona com a grande cidade, com suas contradições, apesar de toda estratégia da família para escondê-las em nome de uma proteção social (GAGNEBIN, 2004). A beleza do texto vem das lembranças do adulto, que retoma a infância sem levar em primeiro plano seu “eu” adulto. As imagens da infância berlinense não partem da nostalgia ou do saudosismo do autor, como costumeiro nos relatos de infância. Benjamin não procura o paraíso perdido quando se refere ao apartamento higiênico burguês ou ao pátio público frequentado por pessoas, mas entra em contato com a experiência pela visão da criança, com suas especificidades em se relacionar com o todo, confrontando e ao mesmo tempo absorvendo. Portanto, as experiências infantis são fundamentais na constituição do sujeito. As experiências que a criança adquire deixam impressões no inconsciente e formam hábitos no adulto (SOUZA, 2011).

O brincar infantil é o momento da construção da significação do mundo. De acordo com Benjamin (1984), os brinquedos mais atrativos para as crianças são aqueles que possibilitam a construção e reconstrução de situações. Para Benjamin (1984, p. 70), a “criança quer puxar alguma coisa e tornar-se cavalo, quer brincar com areia e tornar-se padeiro, quer esconder-se e tornar-se ladrão ou guarda”.

Segundo Benjamin (1984), o avanço das técnicas de reprodução conferiu aos brinquedos e às brincadeiras uma industrialização que cerceia a atividade criativa e imaginativa da criança, além de promover a separação entre pais e filhos e entre as crianças na execução do brincar. Para ele, a industrialização do brinquedo padroniza o brincar numa relação heterônoma, e a distancia da atividade lúdica e interativa existente nos jogos populares, nas canções de roda, nos jogos de perguntas e respostas e nos jograis. O brinquedo industrializado já vem com as funções e finalidades pré-determinadas - se transforma em promotor de brincadeiras em série.

Os brinquedos industrializados representam o mundo adulto em miniatura, delimitando as possibilidades da imaginação da criança e se oferecendo como primeira possibilidade de imitação, muitas vezes reproduzindo estereótipos e clichês. “O brinquedo, mesmo quando não imita os instrumentos dos adultos, é confronto, na verdade não tanto da criança com os adultos, do que destes com as crianças” (BENJAMIN, 1984, p. 72) Às meninas serão ofertados kits em miniaturas de panelinhas, eletrodomésticos, maquilagens, bonecos de bebês. Aos meninos, carrinhos, kits de miniaturas de ferramentas de profissões que acreditam ser exclusivamente masculinas, bonecos de heróis, soldados etc.

Quanto mais atraente sua forma aparente, menos o brinquedo industrial cumpre sua função de mediar a brincadeira, tornando-se elemento de imitação de algo e não elemento de realização da imaginação. “Quem quiser ver a caricatura do capital sob a forma da mercadoria, precisa apenas pensar em uma loja de brinquedos” (BENJAMIN, 1984, p. 73).

Para Cariolli (2010), há passividade das crianças diante dos programas de televisivos em detrimento do brincar tradicional. Os games eletrônicos também estão substituindo as brincadeiras que exigem movimentos automáticos. Mesmo com os jogos dos aparelhos eletrônicos com interatividade, que permitem movimentos reais, e também com os jogos on-line, as relações interpessoais ficam comprometidas.

Kehl (1995), ao estudar as relações entre o imaginário e o pensamento, se preocupa com as condições dimensionais da formação do pensamento da criança submetida a um aumento da exposição aos produtos da televisão. Para a autora, a TV pode estar presente 24 horas na vida das pessoas por todos os dias, com programações que oferecem “continuidade e variedade. É doméstica, manejável, cotidiana. Ilude o tédio e a solidão.” (p. 172).

Segundo Kehl (1995), a criança permanece mais ligada à televisão e às mídias digitais do que os adultos. Diante da TV, o funcionamento do imaginário dispensa a necessidade do pensamento. Não proíbe nem reprime o pensamento, mas o modo de funcionar próprio das imagens prescinde o pensamento e funciona segundo a lógica dos desejos. A exposição do espectador infantil a uma rotina de informações sobre a realidade mesclada com conteúdos ficcionais, espetaculosos e publicitários, numa linguagem constante, repetitiva, igual, causa dificuldade por parte da criança em diferenciar os vários planos da realidade mostrados na TV. Num curto espaço de tempo essa profusão de informações ocupa a mente das crianças, justo num momento em que elas ainda não têm capacidade ética e nem consciência constituída para discernir, com precisão, do que tratam os assuntos.

A criança se indaga: quem sou eu? E esta é uma questão sobre sua origem e a sua singularidade, sobre o desejo do qual ela foi concebida e as potencialidades do seu destino. A

tevé lhe responde algo do tipo: ‘você é aquela que adora comer Danoninho’, ou ‘você é uma das escolhidas pela Xuxa [*Barbie, Polly, Monster High, Ben 10, Guga, Hot wheels, Peppa Pig...*] para usar as sandálias dela’ (1995, p. 174).

Segundo a observação de Khel (1995) inferimos que a televisão dificulta que a criança formule respostas a questões originárias. Diante da TV ligada que nos oferece puro gozo, não é necessário pensar. O pensamento só é convocado mediante a falha da realização do desejo. A TV oferece a elas modelo a ser seguido mediante estas questões quando formuladas pelas crianças. Além disso, ela oferece a possibilidade onírica da onipotência infantil, derivada da estimulação de um imaginário espetacularizado, partindo da elaboração pela criança de um mundo ficcional balizado nas tramas e em personagens de um realismo fantástico, superestimulado pelos produtos de franquias de filmes deslocados dos quadrinhos para o cinema, onde a realidade se confunde com a ficção.

Com o tempo, mediante a exposição ao conteúdo e à qualidade das imagens que ofereçam um padrão de resposta violenta para os conflitos, vai aumentando cada vez mais o limiar de tolerância à violência. “Onde o pensamento não opera, o imaginário incita a passagem ao ato, como reação à angustia causada pelo vazio do pensamento; esse é o ato da superficialidade, esse é o ato simbólico” (KHEL, 1995, p. 137).

Para Khel (1995), a diferença entre o registro psíquico da ideia expressa como ideia, e a sua expressão como imperativo de passagem, está numa cultura que não se escandaliza com a existência da ideia, mas somente com relação à passagem ao ato. A permissão no inconsciente associa-se ao imperativo de passagem. Funciona como uma permissão para realizar o desejo, para passar do pensamento para a ação.

Em “Educação para que”, Adorno (2003a) nos propõe que investiguemos o porquê de as crianças não aprendem mais a aprender, pois observa-se um empobrecimento de imagens, de linguagem e de toda expressão, nos convidando a pensar que tipo de experiência estamos transmitindo para as crianças.

2.2 – Indústria Cultural e Pseudoformação

Segundo Chaves (2015), as críticas de Adorno se referiram principalmente aos filmes padronizados do cinema hollywoodiano, considerados como carro chefe da indústria cultural.

O cinema e o filme fazem parte dessa indústria, mas podem ou não fugir dos padrões de produção hollywoodianos. A indústria cultural aproximou o cinema das massas, mas se considerarmos a não concretização das promessas de justiça e igualdade, não é possível a verdadeira democratização. Pelo contrário, essa ação serve mais para submeter as pessoas à adaptação e integração e, portanto, à semiformação (CHAVES, 2015). É exatamente por isso que neste tópico desenvolveremos alguns elementos da racionalidade de produtos culturais que carregam essa racionalidade.

A indústria cultural compreende um sistema de produção cultural que agrega o conjunto de meios de comunicação, as mídias, tais como rádio, cinema, televisão, indústria literária e internet, que produz uma cultura padronizada para as massas, sendo favorável a reprodução da pseudoformação em massa. “Em todos os seus ramos fazem-se, mais ou menos segundo um plano, produtos adaptados ao consumo das massas e que em grande medida determinam esse consumo” (ADORNO, 1971, p. 92).

O termo Indústria Cultural foi cunhado por Adorno e Horkheimer (1985) na década de 1940 e refere-se a uma produção cultural padronizada e massiva do capitalismo. Adorno e Horkheimer (1985) cunharam o termo indústria cultural em substituição à expressão cultura de massa, para excluir de antemão as falsas interpretações de que eles estariam criticando a cultura produzida pelas massas, a cultura popular.

Duarte (2008) atualiza essa discussão afirmando que, se antes, na década de 1940, a indústria cultural era uma verdade, no chamado capitalismo flexível ela alcançou status de monopólio através das fusões entre os oligopólios da indústria de hardware, empresas de telefonia, provedores de internet, grandes estúdios de cinema e canais de TV. Nesse contexto, os produtos culturais de origem estadunidense ganharam muito mais força. Há a sedimentação de corporações que agrupam canais de TVs incorporados aos oligopólios de hardware (muitos deles de origem japonesa), aos estúdios de cinema, empresas de informática, telecomunicações e network, que dominam fatias expressivas do mercado, padronizando os conteúdos e determinando tendências de produtos para o mundo (DUARTE, 2008).

Duarte (2008) aponta que, do ponto de vista tecnológico, é característico da indústria cultural do capitalismo globalizado a introdução e consolidação dos meios digitais. Novos formatos de produtos utilizando a rede mundial de computadores, as redes sociais e a programas televisivos veiculados via internet, ampliam as vias da interatividade virtual. A tecnologia digital dinamiza a técnica de produção dessa indústria, que se metamorfoseia em função de cumprir seu papel.

Na indústria cultural, a diversão, o lazer e os produtos culturais em geral, carregam o prolongamento do processo mecanizado e massacrante do trabalho (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Nessa perspectiva, a cultura é delineada na racionalidade da indústria e produzida como mercadoria. Essa mercantilização da cultura obscurece na consciência dos indivíduos sua condição histórica de produtores da cultura, dificultando o vislumbre de outra realidade além da posta pela produção cultural de massa. A cultura se torna um produto fetichizado, oculta as relações sociais de seu processo de criação e se apresenta de forma estranhada aos indivíduos (HORKHEIMER; ADORNO, 1978).

Sendo assim, a cultura-mercadoria tende a levar o sujeito à reificação, onde a realidade é fragmentada, promovendo a perda da referência da totalidade. A reificação da subjetividade envolve o exercício de um pensamento calculado e parcial pela separação e fragmentação da sociedade em setores isolados, que resulta na atitude contemplativa, na irracionalidade da razão e numa estrutura de consciência unitária em toda sociedade (RESENDE, 2001).

Na indústria cultural os “produtos mecanicamente diferenciados acabam por revelar sempre a mesma coisa” (ADORNO E HORKHEIMER, 1985, p. 116). O todo e o detalhe apresentam a mesma coisa, pois não há oposição nem ligação entre eles. Segundo os autores, para todas as pessoas, de todos os níveis sociais, econômicos e políticos, há algo previsto. A produção cultural assegura e reafirma a manutenção da lógica vigente, sendo permeada por estereótipos e clichês que antecipam às pessoas respostas rápidas e possibilitam a adaptação à sociedade vigente. Adorno e Horkheimer (1985) afirmam que “a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança” (p. 113). O cinema, o rádio, as revistas, a TV e, na atualidade, a internet, *games*, redes sociais e *blogs*, se constituem num sistema coerente entre si mesmo e em seu conjunto. Isso significa que os produtos se retroalimentam no sistema das mídias.

Em sua produção, a indústria cultural realiza a manipulação retroativa do gosto do consumidor, tornando-o objeto dessa indústria que, ideologicamente, insufla no espírito das massas a falsa ideia de que elas são sujeitos de seus desejos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Nesse processo, a indústria cultural oculta as contradições de classe, nivelando pelo alto os seus consumidores (ADORNO, 1971). Assim, há o culto à opinião, onde qualquer pessoa pode falar de qualquer conteúdo, mesmo sem referências.

A produção cultural possui uma finalidade: ser consumida. Essa ideia presente em Adorno nos remete a Marx, quando este afirma que “a produção é, pois, imediatamente consumo; o consumo é, imediatamente, produção. [...] Portanto a produção não cria somente

um objeto para o sujeito mas um sujeito para o objeto” (MARX, 1982, p. 8-9). A produção cria o objeto e a forma de consumo do objeto. Nesse sentido, a produção determina o consumidor para seus produtos e a forma como eles serão consumidos. Na mesma medida, o consumo determina a produção. Nesse sentido, “a fome é fome, mas fome que se satisfaz com carne cozida, que se come com faca ou garfo, é uma fome muito distinta da que devora carne crua, com unhas e dentes” (MARX, 1982, p. 9). Portanto, a produção não só oferece objetos para o consumo, mas cria os consumidores a partir de suas mercadorias. “A produção engendra, portanto, o consumo: 1 – fornecendo-lhe o material; 2 – determinando o modo de consumo; 3 – gerando no consumidor a necessidade dos produtos, que, de início, foram postos por ela como objeto” (MARX, 1982, p. 9). Da mesma forma, o consumidor reforça essa produção ao engendrar no produtor quais objetos devem orientar as finalidades da produção.

Nessa lógica, os indivíduos sucumbem sem resistência ao que lhes é oferecido. Os dominados levam mais à sério a moral dos dominadores do que os próprios. O amor funesto do povo pelo mal que a ele se faz supera a astúcia das instâncias de controle. A massa exige a comédia musical de “Mickey Rooney contra a trágica Garbo e o Pato Donald contra a Betty Boop” (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 110).

O produto cultural da indústria cultural é pautado pelo primado da técnica que se sobrepõe ao conteúdo. “Ela atinge igualmente parte e todo [...] o todo e o detalhe exibem os mesmos traços, [...] Sua harmonia garantida de antemão é um escárnio da harmonia conquistada pela grande obra burguesa” (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 104). Adorno e Horkheimer nos alertam sobre o uso indiscriminado da técnica nas produções culturais de maneira estereotipada, sem que ela faça parte da racionalidade interna da obra, sem que ela se comunique com o todo. Nesse modo de produção, geralmente se lança mão de determinadas técnicas, seja porque elas representaram sucesso da moda ou porque em outros momentos foi sucesso, e o detalhe se torna, mesmo sem ser, uma norma, um padrão para a produção, recebendo um caráter fetichista.

Há o harmonizar da palavra, da imagem e da música no filme para obter maior êxito na captação homogênea do produto. A técnica possui uma ação parasitária, uma forma extra-artística, e quando uma forma tem sucesso é quase sempre repetida (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 120). O estilo autêntico, que antes correspondia à natureza da obra, ao componente particular que fazia jus a obra de arte, a saber, “a reconciliação do universal com o particular, da regra e da pretensão específica do objeto, que é a única coisa que pode dar substância o estilo, é vazia, porque não chega mais a haver uma tensão entre os polos

[...]”(ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 107). Sob o gerenciamento da produção industrializada da cultura, o estilo passa a ser a tradução estereotipada de tudo.

A produção massiva de produtos culturais prescreve a adaptação de parte da obra de Bethoven ou Mozart ao Jazz; ela o faz eliminando o que há de sério e difícil na obra. Os astros de cinema, antes de se proporem a produzir um estilo natural em seu fazer profissional, devem reproduzir o *jargão* produzido no estilo dos diretores da indústria cultural com tanta naturalidade, espontaneidade e alegria, que é como se fosse a linguagem natural da coisa (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). O universal e o particular expressam uma identidade obscura que, alternadamente e ao seu bel prazer, apresenta o universal em substituição do particular e o particular em substituição do universal.

Adorno e Horkheimer (1985) nos asseveram que os produtores controlam toda a produção, até mesmo os desvios da estilização estereotipada, eliminando a distinção entre estilo autêntico e estilo artificial⁷. Inclusive o que escapa ao controle é perdoado assim que se verifica a sua contribuição para confirmar a validade do sistema. O idioma dos especialistas converge com os interesses da Indústria Cultural e dos seus patrocinadores. Estes podem discordar mais em termos de divergências de interesses do que por uma tensão intrinsecamente estética. Porque os temas de suas produções já estão em sua essência reificados e, portanto, aceitos, antes mesmo da disputa começar. O negócio é seu compromisso, a conformação das subjetividades é sua finalidade, e o gosto dos consumidores a sua ideologia.

Nesse sentido, Adorno e Horkheimer (1985) afirmam que a separação entre os filmes A e B tem menos a ver com o conteúdo do que com a organização e classificação dos públicos em níveis de consumo. Na esteira dos autores, observamos que para todos os tipos de público há algo previsto. Cada consumidor deve se comportar conforme seu nível, e escolher o produto fabricado de acordo com este nível.

⁷Adorno e Horkheimer (1985) advertem que na caricatura do estilo se descobre algo sobre o estilo autêntico do passado. Por exemplo, os grandes artistas do passado não foram aqueles que encarnaram o estilo de forma irrestrita em suas produções, mas aqueles que acolheram o estilo como uma verdade negativa criticando a expressão do sofrimento que ele representava. Em todas as obras clássicas encontram-se tendências objetivas contrárias e/ou desconfiadas ao estilo. Mas todo estilo é, ao mesmo tempo, uma promessa de reconciliar com a verdadeira universalidade da arte – desde que acolhido nos domínios dessa universalidade. Isso significa que a obra de arte apresenta elementos inseparáveis do estilo que não se realizam de forma harmoniosa, mas na contradição. Ou seja a arte é tributária do estilo, mas também revela o fracasso da subsunção irrestrita ao estilo. Se refere a ele, mas o transcendente em sua observação. Na indústria cultural, a produção cultural abre mão dessa relação contraditória. Ao invés de revelar o fracasso dessa subsunção, a obra medíocre da indústria cultural estimula a imitação e a cópia dele como algo absoluto, forçando uma identidade dos temas. Daí a afirmação do estilo ser, na produção cultural massiva, a barbárie estilizada que cristaliza o próprio estilo num ordenamento heterônomo à lógica da obra.

O empobrecimento da subjetividade do consumidor é objeto dessa indústria e é parceiro da expropriação do esquematismo kantiano do sujeito. O esquematismo é o processo no qual a pessoa reúne seus *apriorés*, que Adorno (1971) chamou de mecanismo secreto da alma, que prepara os dados imediatos da objetividade para que se ajustem ao sistema da razão pura. É da capacidade do sujeito em formar esquemas que nasce o conhecimento que ainda não é a razão, pois a categorização se encontra no âmbito do sensível, da percepção. Os esquemas são importantes porque são categorizações do mundo e dos objetos.

Conforme Adorno (1971), de posse das funções do esquematismo, o sujeito pode acessar a multiplicidade do sensível do mundo material que vai se referir mais tarde a conceitos. A indústria cultural dificulta essa ação do sujeito quando oferece massivamente produtos com pequenas diferenças e variações, mas que cumprem sempre a mesma racionalidade e funcionalidade. Ela limita a possibilidade de se esquematizar outras coisas além das matizes que lhe são postas.

Para o consumidor não há nada mais a classificar que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção. A arte sem sonho destinada ao povo realiza aquele idealismo sonhador que ia longe demais do idealismo crítico. Tudo vem da consciência, em Malebranche e Berkeley da consciência de Deus; na arte para as massas, da consciência terrena das equipes de produção. Não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência. Os detalhes tornam-se fungíveis. A breve sequência de intervalos, fácil de memorizar, como mostrou a canção de sucesso; o fracasso temporário do herói, que ele sabe suportar como *good sport* que é; a boa palmada que a namorada recebe da mão forte do astro; sua rude reserva em face da herdeira mimada são, como todos os detalhes, clichês prontos para serem empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.103).

Adorno e Horkheimer (1985) apontam para uma espécie de previsibilidade total dos produtos dessa indústria, que remetem à formação de uma racionalidade prevista na lógica da produção. O filme sonoro é o produto mais característico na função de atrofiar a imaginação e a espontaneidade. A partir do seu surgimento a indústria cultural pode prescindir dos recursos psicológicos nessa função, pois o próprio produto, em virtude de sua própria constituição, realiza isso. Desde o começo do filme já é possível antever como ele terminará e quem será recompensado. O sujeito antecipa as cenas e se sente confortável em saber o que virá, evitando o choque (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Não há nada de novo em seus produtos. Apenas reformulações. A máquina gira sem sair do lugar, sem acrescentar novas oportunidades de experiências. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). A breve sequência de intervalos das canções de sucesso fáceis de memorizar, os detalhes que podem ser substituídos por outros da mesma espécie, a surra do

herói com viradas súbitas e de forma mágica no fim do enredo, são comuns (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Em “Educação após Auschwitz” (2003a) Adorno, investigando sobre a construção do caráter manipulador que permitiu a formação da *consciência coisificada*⁸ e tentando compreender as pessoas que apoiaram a existência de Auschwitz, afirmou que o uso cego da técnica deu base a esse processo (ADORNO, 2003a, p.132)

Segundo Adorno, no mundo atual, a técnica ocupa posição decisiva, e isto gera uma relação contraditória. Por um lado, as pessoas se tornam menos influenciáveis no plano geral, pois dominam recursos técnicos para se posicionarem. Por outro, existe algo de exagerado, irracional e patogênico na relação com a técnica. Os sujeitos tendem à fetichização da técnica. Inclina-se

a considerar a técnica como sendo algo em si mesma, um fim em si mesmo, uma força própria, esquecendo que ela é a extensão do braço dos homens. Os meios – e a técnica é um conceito de meios dirigidos à autoconservação da espécie humana – são fetichizados, porque os fins – uma vida humana digna – encontra-se encobertos e descobertos da consciência das pessoas. (ADORNO, 2003a, p. 132-133).

Para Adorno (2003a), seria importante fugir aos efeitos que se tornam convenções, que não respeitam a subjetividade na produção individual, e, por isso, tornam-se *kitsch*. O uso de técnicas repetidas que se colocavam no realismo da fotografia cinematográfica como imposição é muito maléfico. É como se fosse necessário o padrão de filmagens desfocadas, reposições de cenas e flashbacks. A produção que se pretende emancipada não deve continuar a usar irrefletidamente a tecnologia de forma estranhada (ADORNO, 2003a).

Contrário a essa lógica, na obra de arte, a técnica não é abundância dos meios, mas o poder de saber medir *o que* a obra exige de si mesma para sua objetivação. A técnica enquanto domínio do material que se tem à disposição faz com que ela seja mais que um aglomerado de fatos existentes. A técnica é o que desafia o artista, os problemas que a obra lhe propõe para existir, exigindo escolha e aprimoramento para a sua construção. Seguindo a problematização de Adorno, alguns autores salientam que o artista é guiado pela primeira ideia que o despertou, mas são os procedimentos técnicos artísticos – utilizados/administrados que o material exige que levam a amputar, reiniciar, selecionar, ampliar, destacar e montar, até dar forma à primeira ideia. Ou seja, a técnica se põe a serviço da construção da obra de

8 Segundo nota de tradução de Wolfgang Leo Maar (2003), a expressão original é *Verdinglichung*. A opção de traduzir com a expressão “coisificação” ou “coisificada”, procura transpor, de modo mais fluente e direto, o que Adorno considerava mais importante nesse aspecto, a saber, “atentar à conversão de uma relação humana em ‘coisa’, alterando-se por essa via a experiência.” (MAAR, 2003, p. 130). Segundo Maar (2003), o conceito de Adorno se fundamentou no conceito de “reificado” ou “reificação” de Lukács, que usava a expressão *Verdinglichung*, em *História e consciência* (MAAR, 2003).

arte e não da vontade particular do artista, nem da estilização. Os infinitos problemas técnicos da obra não podem ser resolvidos por uma fórmula heterônoma, mas de modo imanente à obra (ZUIM et al., 2015).

A indústria cultural oculta as mediações que produzem a realidade e mostra uma hiper-realidade falsa. O filme passa a ser tomado como um prolongamento da rua, e quanto mais perfeição a técnica atinge nessa reprodução da empiria, mais torna fácil a difusão e a identidade do mundo exterior com o mundo fictício do filme. Assim, o filme não estimula a fantasia nem o pensamento do espectador, dificultando vislumbrar outra dimensão senão a que o filme expressa. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), essa é a forma como o filme adentra o espectador para que ele se integre à realidade, atrofiando a imaginação.

Mesmo o sujeito mais distraído é incapaz de se manter ileso aos efeitos desses produtos em sua subjetividade.

São feitos de tal forma que sua apreensão adequada exige, é verdade, presteza, dom de observação, conhecimentos específicos, mas também de tal sorte que proíbem a atividade intelectual do espectador, se ele não quiser perder os fatos que desfilam velozmente diante de seus olhos” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, P. 122).

Quem se familiarizou com os filmes se acostumou a depreender certo nível de atenção, suficiente apenas para a percepção daquele nível de filme. A violência da sociedade industrial se instala nos homes de uma vez por todas, já que sua atenção, imaginação e espontaneidade passam a ser delimitadas pelo uso necessário, não sendo estimuladas para além daí.

Em “Transparências sobre o cinema” (2003), Adorno critica o cinema industrial norte-americano chamado pelo manifesto de Oberhausen de “cinema de Papai”. Para ele, o cinema de papai parasita a técnica, utilizando-a como mera forma de entreter e adaptar os indivíduos. Não significa que o cinema impeça nos indivíduos a capacidade para a realização da atividade imaginativa, mas que, possivelmente, ele produza e determine a forma e a direção para onde se deve apontar a imaginação (LOUREIRO, 2010).

Ao analisar a relação entre a indústria cultural e tempo livre observa-se que o tempo livre é ocupado com atividades que aumentam a produtividade do tempo de trabalho (ADORNO, 1995). O momento de descanso se torna o apêndice do tempo do trabalho, um esquema de conduta do caráter burguês do trabalho assalariado interiorizado. O *hobby*, o lazer e a diversão, são enquadramentos desse tempo livre que são acionados em função do lucro. Nessa heterodeterminação se instaura o tédio e a apatia. O tédio existe em função da vida sob a coação do trabalho e da rigorosa divisão do trabalho (ADORNO, 1995).

No ensaio da indústria cultural, Adorno e Horkheimer (2006), ressaltam que a necessidade de diversão foi produzida em larga escala pela indústria, de forma a privilegiar a afinidade entre o negócio e a diversão mediados pela apologia da sociedade. Na explicação dos autores,

Divertir-se significa estar de acordo. Isso só é possível se isso se isola do processo social em seu todo, se idiotiza e abandona desde o início a pretensão inescapável de toda obra, mesmo da mais significativa, de refletir em sua limitação o todo. Divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado. A impotência é a sua base. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985/2006, p. 119)

Para Adorno e Horkheimer (2006), se divertir, sob a égide da Indústria cultural é, na verdade, uma fuga da última possibilidade de resistência. A liberação prometida pela diversão é a liberação do pensamento como negação. “A diversão favorece a resignação, que nela se quer esquecer” (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 117). Quando o produto cultural busca a alegria a qualquer custo, este se coloca a serviço da adaptação. O que antes fora a imagem da humanidade, regride ao desumano (ADORNO, 2001).

Adorno (1971) adverte que a indústria cultural não é a grande vilã do processo. Ela não cria a semiformação: somente acentua e reafirma a cultura semiformada. Quando o indivíduo sai do trabalho, exausto, ele procura o descanso pela distração e entretenimento. A indústria se apropria desse momento para reproduzir a racionalidade da sociedade ao sujeito. A diversão é o prolongamento do trabalho no capitalismo. Ela é procurada por quem quer se desligar do trabalho. O descanso por meio dos produtos culturais da indústria cultural só pode ocorrer adaptando-se ao mundo do trabalho. O riso que os produtos de entretenimento provocam não é um sorriso que reconcilia o sujeito com a humanidade. Na realidade ela humilha a condição humana para arrancar do sujeito o seu riso (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

De acordo com Duarte (2008), na atualidade, o sujeito desenvolve mediante a sua relação com os produtos da indústria cultural um “aspecto ideológico subjetivo de defesa”. Isto significa que os produtos da indústria cultural tomam o papel de religião e medeiam as relações sociais entre as pessoas. Aqueles que atacam a racionalidade da cultura industrializada serão alvo do ódio mortal por parte daqueles que se identificam com a lógica dessa indústria.

Segundo Adorno (1986), o cinema da indústria cultural medeia modelos de respostas comportamentais, integrando vários comandos que implicam em ideologia. Mas essa ideologia da indústria cultural carrega um antídoto. A libido reprimida por uma série de tabus

responde a esses padrões comportamentais que induzem ao elemento de aprovação coletiva na forma reversa ao controle que a indústria pretendia fazer com os seus filmes (ADORNO, 2003). Enquanto a intenção de censura se posicionou contra “o *playboy*, a *dolce vita* e as *Wild parties*”, filmes que escandalizaram a conservadora opinião pública, essa censura despertou maior curiosidade de dar uma espiadela nesses filmes. Para Adorno (1986), se nos anos 1960, se podia ver jovens em toda Alemanha, na conservadora Suíça e na Roma católica, andando agarradinhos pelas ruas e se beijando livremente, eles aprenderam isso nos filmes que vendiam a libertinagem como folclore. “ao buscar atingir as massas até mesmo a ideologia da indústria cultural acaba sendo antagonista de suas próprias mentiras” (ADORNO, 1986, p. 104).

É também possível que, dentro da indústria, produtos culturais ofereçam elementos de resistência. No texto “A televisão como Formação”, Adorno (2003) afirma que mesmo com todas as suas críticas, ele não é contra a televisão - do contrário ele não participaria de alguns programas de televisão. Afirma haver programas que permitem a audiência à reflexão sobre o processo cultural e promovem a resistência; prova disso era o programa de rádio que possibilitou a série de entrevistas em que há o debate de elementos da educação e da indústria cultural, e que possibilitaram a produção do livro Educação e Emancipação. Nessa discussão, Adorno (1995) aponta fissuras e também adverte para a dificuldade de os indivíduos exercerem sua autonomia e resistência sozinhos diante de uma lógica que é tão hegemônica.

2.3 – O produto cultural arte: elementos de formação para a resistência

O produto cultural que teria elementos da arte seria uma produção cultural resistente. Essa produção cultural é estudada pela teoria crítica como uma expressão estética que, por trazer a humanidade, a inquietude, revelar contradições, provoca uma experiência formativa. Ao mesmo tempo, a arte traz a contradição da não realização dos aspectos formativos da realidade (CHAVES, 2015).

No embate entre arte e mercadoria em suas diferenciações, é importante ressaltar que, mesmo que um produto cultural seja consumido ou comercializado, não significa dizer que se consolida como produto cultural de adaptação ou que tem a lógica da indústria cultural. Se em sua produção essa finalidade foi inscrita de forma exterior, ou seja, se o predomínio da funcionalidade externa ofusca a potência da forma estética, estamos diante de um produto cultural mais caracterizado como mercadoria (CHAVES, 2015).

Para Resende (2010), em diálogo com Marx e Adorno, a arte é objetivação humana, representa a singularidade do sujeito, mas um singular constituído como síntese das relações históricas e sociais. Portanto, o produto cultural arte se relaciona “tanto com a universalidade referida à humanidade, quanto com a particularidade histórica na qual se constitui, assim como a singularidade do sujeito que a cria” (RESENDE, 2010, p. 78). Ao mesmo tempo, como produto, a arte revela a condição universal humana e, ao sujeito, revela sua condição humana: sujeito histórico e universal.

A arte é história, e sua historicidade não se reduz à afirmação vulgar de a arte ser expressão da história ou de um tempo histórico; nem tampouco pode ser reduzida à expressão da individualidade de um sujeito, da sua intencionalidade ou de presunções biográficas de um criador. A afirmação abstrata da historicidade da arte lhe retira de sua função universalista e social de resistência e contraposição ao existente, danificando-lhe a função de propositora do novo e, portanto, limitando sua capacidade formativa (RESENDE, 2010).

A verdadeira historicidade da arte se expressa na revelação da universalidade da condição humana, no desenrolar das dinâmicas sociais, na forma como a subjetividade põe-se à frente com a objetividade. Essa historicidade revela-se como expressão da cultura, mas não se esgota na expressão apenas da particularidade histórica. A arte transcende a relação espaço/tempo e dialoga com diferentes tempos da experiência humana, revelando elementos do passado que ainda permanecem no presente e informando ao presente sobre o passado que se perdeu no percurso do tempo histórico ou do passado que ficou pra trás, mas que está à espreita do seu retorno (RESENDE, 2010).

Na transcendência dos fatores culturais, sociais e históricos de seu tempo, e na insubordinação aos fatores biográficos e presunções de intencionalidades individuais, se assenta a autonomia da arte. Ela tem relação direta com a realidade da qual partiu, mas, ao mesmo tempo, nega essa realidade e coloca-se criticamente a ela e ao sujeito criador (RESENDE, 2010).

Seguindo o entendimento da teoria estética de Kant, a arte se faz autônoma e independente devido a uma causalidade interna, uma finalidade sem fim, uma representação desinteressada dos objetos, que instiga a imaginação e o entendimento. Ela se faz autônoma por se livrar das condições e convenções da objetividade e da subjetividade que a criou, mas, principalmente, por se manter livre para construir o mundo conforme si e para opor-se ao mero existente dado como realidade imediata e aparente, se impondo como realidade que é (RESENDE, 2010).

Nesse contexto, a arte se opõe à universalização da racionalidade funcional, pragmática e subjetivista da lógica mercantil. A arte reivindica a universalidade e o estranhamento frente à realidade particular que permite ao sujeito criticar a realidade imediata, para transcender os limites do que foi e do virá a ser (RESENDE, 2010).

Marcuse também aponta elementos de resistência na arte. Segundo Marcuse (1990), a arte agrada porque “provê a realidade miserável de uma gratificação substitutiva”. Portanto, para o filósofo, a arte traz em si a força política e revolucionária por existir como realidade artística autônoma e independente dos ditames da sociedade.

Segundo Chaves e Ribeiro (2014), em Marcuse a arte é política e revolucionária, mas não porque está nos ditames da ortodoxia marxista do realismo socialista, pois essa forma restringe e dá uma finalidade externa ao produto cultural, mas quando carrega em sua forma estética o rompimento com a ordem da racionalidade tecnológica e revoluciona a experiência.

A arte pode revelar-se revolucionária em vários sentidos, a saber, quando muda radicalmente o estilo e a técnica refletindo e antecipando importantes mudanças na sociedade, quando propõe mudanças na estética rebelando ou denunciando a ausência de liberdade do existente, quando rompe com a reificação da sociedade, apontando outras possibilidades de realidade, quando subverte as formas de percepção e compreensão ao revelar um teor de verdade de protesto e de promessa, quando expressa a crise de seu tempo e quando não oculta o reprimido (CHAVES e RIBEIRO, 2014).

Em Marcuse, a arte diz respeito à universalidade que articula a humanidade concreta da singularidade de homens e mulheres. Nesta estilização, o produto cultural deixa que se manifeste o universal em todo o particular social, o elemento subjetivo em todo objetivo. Nessa forma estética, os personagens representam tendências objetivas do desenvolvimento da sociedade, de todo o desenvolvimento da humanidade. Assim, não apresenta a tipificação do indivíduo no cotidiano em personagens, mas parte dos materiais concretos, de situações da realidade, as apresenta de forma mediada, não sendo reflexo do real. Nesse sentido, a arte transcende o imediato e tenciona aparência e essência, questão fundamental apontada por Marx para a transformação social (CHAVES e RIBEIRO, 2014).

Outro elemento diz respeito à alteridade da arte, à sua autonomia. A arte comunica verdades incomunicáveis, ou seja, realiza o combate ao fetichismo das forças produtivas, revela a condição do sujeito na sociedade, critica a realidade empírica e a aparência da realidade, pois é capaz de transcender ao existente. Pela alteridade, a arte é tributária da realidade, mas não de forma imediata.

Para Chaves e Ribeiro (2014, p. 18), o belo da arte em Marcuse preserva a sublimação estética, ou seja, “na forma estética a realidade é sublimada em uma forma não conformista”. A arte propicia um prazer que advém do belo e da catarse que não é reconciliador e, por isso, carrega certo inconformismo. Esse prazer não nega o reprimido e se realiza como sublimação (CHAVES; RIBEIRO, 2014). “O regresso do recalcado, conseguido e preservado na obra de arte, pode intensificar esta rebelião” (MARCUSE, 1977/1999, p. 67). A arte não traz a promessa de realização completa e nem trabalho com a perspectiva de sexualidade liberalizada e consentida, por isso preserva o tabu.

O belo na sua forma estética realiza uma espécie de mimese transformadora. “Pode-se falar da beleza de uma festa fascista (Leni Riefensthal⁴ até filmou uma!), mas a neutralidade do belo revela-se como decepção de se reconhecer o que está suprimido ou oculto” (MARCUSE, 1977/1999, p. 66). A forma captura e dá permanência ao terror: “a representação do fascismo torna-se possível na literatura porque a palavra, não silenciada nem apagada pela imagem, medeia o conhecimento e conduz à denúncia” (MARCUSE, 1977/1999, p. 66). Nesse caso, o belo evoca o terror chamando-o pelo nome, por isso testemunha a barbárie (CHAVES; RIBEIRO, 2014).

A mimese é a representação da realidade como representação transformada, por isso articula a técnica com a imaginação. O belo nunca pode ser natural e imediato, pois é criação e mediação da razão com a imaginação, realizando, assim, a mimese transformadora (MARCUSE, 1990). A arte suscita outra sensibilidade, imaginação e razão (CHAVES; RIBEIRO, 2014, p.16).

Benjamin também se ocupou de analisar a arte, especialmente o cinema, em “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica” (1983a). O avanço das técnicas de produção e reprodução rompe com a ideia de aura da arte e permite aos homens se aproximarem mais dos produtos culturais, propiciando outra percepção. Com a reprodução do produto cultural, é possível ver perspectivas que antes não eram vistas no original, podendo inclusive aumentar o acesso, pois pode estar em vários lugares. Pela montagem do cinema é possível mostrar ângulos e dimensões da realidade que o olho nu não é capaz de enxergar, propiciando a experiência do “inconsciente óptico” (BENJAMIN, 1983a).

Benjamin (1983a) não subestima o caráter ideológico do cinema, pois a estetização da política mostrou isso claramente servindo ao fascismo. Inclusive adverte sobre o culto a astros e estrelas do cinema que acontece na indústria da cultura.

Em Adorno (2003), o cinema também pode ser produzido com elementos de resistência à racionalidade predominante na sociedade burguesa. O Novo Cinema Alemão dos

anos de 1960 cumpre um papel diferente do estabelecido pela indústria da cultura. As obras do cineasta Alexander Kluge e do Novo Cinema Alemão que, através do manifesto de Oberhausen, criticou o cinema industrial norte-americano, denominando-o de “cinema de Papai”, carrega a resistência ao caráter infantilizador do público e ao uso da técnica de forma mecanizada.

Para Adorno, o novo cinema alemão, denominado em depreciação pelo “cinema do papai” como “cinema de guri”, ao negar a padronização da técnica, construiu um movimento de resistência (LOUREIRO, 2010). Adorno (1986) aposta no antifílmico para apresentar a força do filme para existir com autonomia e expressão da universalidade (ADORNO, 1986). Para Loureiro (2012), o “antifílmico” em Adorno seria a negação do uso de elementos característicos da técnica cinematográfica e do uso da técnica de forma não automatizada, mas desafiada em sua própria especificidade. A estética do filme deve privilegiar a técnica que promova o diálogo interior, uma forma de experiência subjetiva, um monólogo interno do espectador.

Para Adorno (1986), no cinema da indústria da cultura de massas a técnica passa a ser subserviente à instrumentalização racional, se torna algo externo ao sentido do produto. No cinema da indústria cultural, a música muitas vezes se converte em apêndice da imagem fílmica, trazendo [...] “a cena para perto do público, tal como a cena traz, ela própria, para perto, por meio do close-up; a música trabalha para ‘interpor um revestimento humano entre o desenrolar da cena e os espectadores’ (ADORNO & EISLER, 1994, apud LOUREIRO, 2010, p. 78).

Adorno; Eisler (Apud Loureiro 2010), listam itens a serem observados com relação à presença da música nos filmes. O primeiro diz respeito ao *Leitmotiv* – recurso relacionado a motivos condutores – que caracterizam pessoas, emoções ou os objetos, com uma significação metafísica na doação aos eventos dramáticos, conotando-lhes a esfera do sublime, do cósmico desejo e do princípio primitivo à música no filme. Nos filmes de adaptação ocorre a utilização indevida desses motivos condutores, sem relação com os verdadeiros motivos de sua aparição. Nas óperas de Wagner a técnica empregava cédulas musicais que caracterizavam personagens e se integravam à peça. O *Leitmotiv* se mostra inadequado para a musicalização no cinema, porque o filme é fruto de uma montagem que não admite uma continuidade requerida da integração do *Leitmotiv*.

Também, frequentemente,

há a exigência de melodias sonoras e cantáveis na trilha do filme; o preconceito de que a música no cinema só é boa quando não é ouvida ou seja quando o público não

percebe como tal; a imediata identificação entre música e imagem; a música como ilustração óbvia da ação integral (inclusive do cenário) do filme; o uso forçado da música folclórica quando se referencia imagens de países estrangeiros com forte tradição cultural; o emprego de cenas e fusões clichês de imagem; o excesso de clichês musicais; padronização da interpretação musical, etc. (LOUREIRO, 2010, p. 78-79)

O filme deveria seguir uma técnica e estética que respeitassem à lógica interna, à organização imanente da coisa. Isso significa que o filme deve existir “enquanto reposição objetivadora da experiência” (ADORNO, 1986, p. 102). Os meios de se exercer a técnica seriam a favor de desenvolver o monólogo interno do expectador. A técnica, quando apropriada de forma autônoma, pode ampliar a apreensão da realidade, revelar as contradições, mostrar elementos não visíveis, colocar as coisas em constelações espirituais (CHAVES, 2015).

Adorno (1986) cita como exemplo a lembrança agradável de uma paisagem que remete a uma experiência vivida. Ela não ocorre de forma contínua, veloz e com um tempo determinado. Ela dura o tempo necessário para reelaborarmos o passado e criticarmos o presente. O tempo necessário para que “EU” reencontre os seus significados individuais.

Em suma, o antifílmico transposto na montagem do filme seria respeitar o que a cena pede. O que for necessário para constituir a obra. As cenas estáticas, a câmera lenta, a imagem esfumada, o silêncio, o vazio etc., não podem ser recursos pré-estabelecidos de forma estanque somente por que são técnicas cinematográficas que deram certo em outros filmes. Eles devem comunicar com os elementos internos do filme. São técnicas e recursos estéticos que devem obedecer à organização adequada e exata da obra. Nesse sentido, conforme Loureiro (2010), a montagem tem que ser opção declarada por cenas em que a técnica respeite algo inerente à necessidade da obra para existir. Não há regras a serem seguidas. A técnica cinematográfica deve atender ao desafio de sua própria especificidade

O filme deve buscar instigar o público para colocar-se a serviço da sua formação, da imaginação, do pensamento e da autonomia. Deve respeitar e estimular a capacidade de formação de esquemas nos sujeitos. Assim, Loureiro (2012) afirma que a montagem, sucessão de imagens em movimento, dinâmica dos cortes, conjugação adequada e cuidadosa da elaboração sonora, ou seja, a técnica de montagem deve ser contra a expropriação do esquematismo kantiano. Isto ocorre quando o produto não apresenta os elementos já prontos, que apresenta elementos enigmáticos, necessitando a reflexão, colaborando com o processo de prazer reflexivo do espectador. A combinação desses elementos formam enigmas a serem decifrados no filme. Conforme Loureiro (2012), os *Enigmas* reforçam mutuamente o produto

cinematográfico e o espectador. Não exigem a capacidade de imaginar e construir os seus próprios esquemas.

Nesse sentido, a observação da montagem fílmica é questão chave para a crítica da apropriação do caráter essencial da técnica. A forma como se ordena as imagens, como são recortadas, montadas, o que se corta da cena e o que aparece, a velocidade em que aparece e o preenchimento sonoro, são poderosos recursos técnicos que podem favorecer ou não a expropriação do esquematismo kantiano (LOUREIRO 2012)

Convém lembrar que, para Adorno (1986), a montagem fílmica também pode assumir o uso indiscriminado dos recursos cinematográficos. Emblema disso é quando um fragmento da “Tocatta & fugue in D minor”, de Bach, é tratado como um clichê que antecipa o filme de terror, perseguindo o ticket que deu certo.

Segundo Adorno (2001), a alegria da arte se assenta no fato desta se abrir à realidade da qual ela é tributária e, ao mesmo tempo, denunciar de forma desprezensiosa – aludindo a fórmula kantiana da finalidade sem fim – a violência presente nela. Para o autor, a tensão existente no escapar da realidade para depois se propor a transformá-la, na forma artística carregada, ao mesmo tempo, dessa realidade e de uma proposta alternativa a ela, expressa a alegria e a seriedade da arte (ADORNO, 2001, 15).

Assim, um filme resistência não estabelece identidade entre todo e parte. Isso significa que o trailer do filme não dá conta do que o filme é e nem o filme pode ser considerado o trailer do filme seguinte. Não dá para fragmentar partes do filme ou de músicas de forma mecânica. O cineasta deve se exercer como narrador que refuta a ordem espaço-temporal dominante (CHAVES, 2015).

3. O DESENHO ANIMADO NO CINEMA: FORMAÇÃO E SEMIFORMAÇÃO

O cinema de animação está presente em nosso cotidiano, por isso historicizar a produção do filme de animação buscando vincular às condições concretas da realidade e, em relação aos sujeitos, inclusive a criança, é fundamental. Neste capítulo, investigaremos o desenvolvimento histórico do cinema, de modo a situar e entender o cinema de animação no interior da produção cinematográfica.

3.1 - A trajetória do cinema

O cinema de animação e o cinema com atores nasceram no final do século XIX e tiveram o seu apogeu como cinema após a invenção francesa do cinematógrafo, mantendo relação com o desenvolvimento técnico, estético e cultural da sociedade capitalista do século XX. Esses dois gêneros de filmes foram produzidos para a tela grande e para a sala escura do cinema (FOSSATTI, 2009)

Se levarmos em conta o desenvolvimento histórico do cinema pelo prisma da busca de movimentar o inanimado, podemos inferir que o desenho animado é precursor do cinema. Mas se entendermos que essa mesma busca ocorreu ao tentar dar movimento à fotografia como inanimado, podemos inferir que o filme de atores e de desenho são concomitantes em seu desenvolvimento, não há uma sucessão.

A animação pode ser entendida como uma produção que usa um conjunto de técnicas historicamente constituídas, que visam dar movimentos a desenhos, imagens e objetos que em seu estado natural existem na forma estática. Na busca de dar movimentos aos desenhos e às imagens, um longo caminho foi percorrido, desde o século XVII até o século XIX, quando os adventícios da fotografia e, mais tarde do cinemascópio, impulsionaram a arte cinematográfica de animação e a de atores humanos (BERNADET, 1985). Pode-se dizer que o princípio da fotografia em movimento possibilitou o surgimento do cinema (LEMOS, 2014).

Segundo Xavier (2005), o movimento no cinema ocorre porque no filme há um conjunto de fotografias separadas uma das outras que na sucessão promovem a ilusão de movimento. A relação entre as fotografias passa por dois processos básicos: a filmagem que decide o que e como se fará os registros de imagens, e a montagem onde se decide o modo e como as imagens captadas serão combinadas e ritmadas. A exibição revela o produto numa projeção de modo contínuo, facilitando a ilusão ao ocultar esse processo de produção. Para

Xavier (2005), a fotografia no cinema é capaz de carregar a ilusão de realismo por conta do movimento que dá às fotografias. Esse poder de ilusão pode ser visto na confusão causada ao público que assistia ao filme da chegada do trem na estação dos irmãos Lumière, em Paris⁹.

De acordo com Bernadet (1985), a novidade do cinema está na ilusão da verdade, no fazer de conta. O cinema dá a impressão de que é a própria vida que a plateia está assistindo na tela. Mesmo sabendo que não se trata de uma realidade, as imagens do cinematógrafo permitem à plateia assistir as fantasias como se fossem verdadeiras. A pintura e a fotografia podem captar a realidade de um momento, mas falta movimento para que possam produzir a ilusão de realidade. Somente o cinema produz e realiza o sonho do movimento da imagem, realiza a reprodução da vida (BERNARDET, 1985).

Conforme Lemos (2014), os irmãos Lumière tinham como intenção para o cinematógrafo a reprodução em imagem da vida como ela é. Portanto, perseguiam uma função cinematográfica do ponto de vista científico. Essa intenção levou os Lumière no final do século XIX a formarem equipes de fotógrafos cinematográficos para captar imagens e documentar cenas de outros pontos do mundo, para serem exibidos em Paris (BERNARDET, 1985). Dessas expedições, mais tarde, surgiu o filme documentário “Coroação do Czar Nicolau II”, considerado o precursor da reportagem cinematográfica.

No início do surgimento dos filmes, eles eram curtos e mudos, e isso eliminava a barreira de exibição dos filmes por causa da língua de origem da produção (LE MOS, 2014). Castanheira & Erthal (2011) salientam que os primeiros filmes não contavam com narrativas completas. Eram cenas do cotidiano que buscavam despertar no espectador sensações de "encantamento". A lógica das cenas dos primeiros filmes vinculava-se à lógica da celebração do moderno, do progresso tecnológico e da indústria. Nesse sentido, os primeiros filmes simulavam viagens de trens, por serem considerados naquela época um símbolo de uma era de desenvolvimento. Eram comuns os *Phantom rides* (passeios fantasmas), onde cinegrafistas e câmera amarrados à máquina filmavam, das partes dianteiras das locomotivas, imagens

⁹ O senso comum e a literatura cinematográfica atribuem à projeção dos irmãos Lumière o status de primeiro filme de cinema. Segundo Bernadet (1985), a primeira exibição pública do cinema foi no dia 28 de dezembro de 1895, no Grand Café, em Paris, França, com filmes curtos com imagens do cotidiano, de câmera parada, em preto e branco e sem som. Dentre os filmes apresentados, se destacou uma projeção dos Irmãos Lumière *L'arrivée d'un train à La Ciotat* (Chegada de um trem na cidade), imagem de um trem chegando à estação que provocou susto no público devido à realidade que apresentava. Conforme Lemos (2014), há uma divergência entre as datas da primeira apresentação dos filmes realizada pelos irmãos Lumière. Apoiando suas pesquisas em Cousins (2004/2013), Lemos confirma a primeira apresentação para dia 28 de dezembro de 1895, mas, de acordo com os dados de Martta (2008), Lemos afirma que a data da primeira apresentação do cinematógrafo é 28 de dezembro de 1902. Ambos autores solicitados por Lemos não divergem sobre o local da apresentação (Lemos, 2014). Segundo Lemos (2014), a invenção do cinema não pode ser atribuída a um só homem ou a um país específico, mas deriva do que Cousins (2004/2013) chamou de corrida caótica entre vários inventores onde um superava e, ao mesmo tempo, complementava a invenção do outro.

impessoais, cheias de movimento, velocidade e novas sensações, despertando no público o encantamento que mais tarde elevou o cinema ao patamar de diversão popular das massas urbanas recém-surgidas (CASTANHEIRA E ERTHAL, 2011, p.133).

Para Morettin (2011) e Castanheira; Erthal (2011), os primórdios do cinema têm relação com os espaços de lazer das Exposições Universais. As “Exposições Universais”, iniciadas no século XIX e frequentes até o século XX, eram celebrações dos processos de avanço da técnica industrial, da diversificação das mercadorias e do progresso das tecnologias, e serviam para aferição do progresso das nações e da hegemonia mundial. Nessas exposições, se demonstrava o avanço tecnológico para atração do público em geral, havendo espaço para iniciativas no campo do entretenimento. Havia pavilhões dedicados às artes plásticas e à literatura, acompanhados de amplos espaços de lazer (MORETTIN, 2011).

De acordo com Cantanheira e Erthal (2011), na Exposição Universal de Paris 1900 havia pavilhões gigantescos de entretenimento, atrações que mesclavam imagens panorâmicas com mecanismos automáticos que permitiam movimentos que simulavam acontecimentos reais e promoviam ilusões sensoriais ao público. Na plataforma do “Mareorama” o espectador entrava em uma réplica de navio transatlântico que suportava até seiscentas pessoas e que simulava o balanço das ondas, uma viagem por mares distantes. No “*Photorama*”, construção circular de vinte metros de diâmetro por dez de altura, de autoria dos Irmão Lumière, havia a projeção de fotografias em 360° para que houvesse a impressão de imersão do público na imagem projetada. As *Hale’s tour and scenes of the world*, de George Hale, projetavam imagens em movimento em vagões de trens reais que eram associadas a sonoridades, cheiros e movimentos próprios da estrada de ferro (CANTANHEIRA; ERTHAL, 2011).

Foi na Exposição de *Columbia*, em 1893, “[...] que o cinema apareceu como celebração da modernidade e da tecnologia através de uma cultura visual emergente, tanto oficial quanto popular” (MORETTIN, 2011, p. 232). Essa presença ainda estava muito vinculada à produção fotográfica, ou seja, ainda não estava bem delineada a questão do cinema¹⁰, principalmente porque o que se valorizava nas exposições “era a inovação e desenvolvimento técnico [...]. Assim, o filme não era visto como um instrumento a favor da educação e do ensino e muito menos, obra de arte” (MORETTIN, 2011, p. 234).

¹⁰ Na Exposição Universal de Paris 1900, o setor da “classe 12” era destinado a fotografias, máquinas fotográficas, aparelhos e películas. Não havia nele projeção. Das 953 empresas expositoras nesse setor, 289 eram francesas. Dessas últimas, apenas 10 dedicavam, mesmo que parcialmente, a cinematografia. Dentre elas estava a *Société Anonyme des Plaques et Papiers Photographiques Antoine Lumière et ses fils*, dos irmãos Lumière (MORETTIN, 2011).

Não restam dúvidas de que essas numerosas e impressionantes máquinas e técnicas consolidam e difundem a ascensão, o domínio, a expansão do capital da burguesia e a reprodução de um modo de vida e de sociedade (BERNARDET, 1985). Era como se os processos químicos e mecânicos trouxessem a ilusão de que a expressão artística do cinema fosse neutra, sem interferência do homem. Diferente da pintura, da poesia, da literatura, artes em que o homem se projeta na criação e a criação passa por ele, o produto do olho mecânico dava certa neutralidade e dificultava a questão da visibilidade da autoria, podendo receber poderes educativos (BERNARDET, 1985).

Conforme Bernardet (1985), decorre disso a dificuldade de as afirmações do cinema serem percebidas como de um emissor: estas são, antes, vistas como uma ideia, frase, sem autor, sem intervenção humana, daí também a dificuldade de se questionar suas afirmações. Se um artista ou uma pessoa diz algo em sua pintura, em sua poesia ou em um artigo de jornal, é mais fácil rebater o argumento e o ponto de vista; se o filme afirma algo, se torna mais complicado uma contra argumentação, porque, ocultando a pessoa que fala ou faz o cinema, o próprio filme se torna expressão da realidade. É quase como dizer que o cinema expressa sozinho a realidade na tela.

De acordo com Morettin (2011), os produtos do cinema de 1893 até 1915 se caracterizavam como cultura visual de entretenimento, como meio de divulgação das inovações tecnológicas industriais e enaltecimento e difusão do progresso e do modo de vida dos países que apresentavam inovações tecnológicas. Na exposição de Paris 1900 foram feitos mais de 16 filmes pela *Edson Company*. Em 1901, por ocasião do registro da visita do presidente dos EUA, William McKinley, a *Pan-American Exposition*, a *Edson Company* filmou o assassinato de Mckinley. A empresa explorou comercialmente essas imagens com bastante sucesso de público, inaugurando certa função jornalística ao cinema (MORETTIN, 2011).

De acordo com Fischer (2017), um dos aspectos importantes para entender o papel do cinema como meio de comunicação de massas nos primórdios do cinema, é que as pessoas não tinham capital econômico e nem cultural para acessarem a mídia imprensa e a cultura literária, portanto os filmes exerciam essa função. Angelucci (2011) confirma esse aspecto e informa que as pessoas passaram a ter acesso à cultura via filmes, depois rádio e TV. No período dos primórdios do cinema, inclusive no Brasil¹¹, as pessoas tinham acesso à

¹¹ Segundo Angelucci (2011), no Brasil dos anos 1940 aos dias atuais a população iletrada não tinha acesso a cultura letrada dos jornais que se restringia a uma pequena elite do país. O governo Vargas percebeu a cultura de massas como potencial eletrônico de comunicação para exercer a dominação e a manipulação das pessoas e,

informação através do cinema. Esse processo se dava corriqueiramente assemelhado a uma conversa de bar, mas com pessoas acessando a cultura sem que tivessem instrução para entender e interpretar as informações que recebiam dos filmes (ANGELUCCI, 2011).

Para Morettin (2011), as projeções dos filmes nas Feiras Internacionais foram conquistando o público, que lotava as várias seções, realizadas no mesmo dia. Percebendo o potencial de atração de público pelos filmes, as empresas privadas e estatais começaram a ver no cinema ainda mais a possibilidade para divulgar os avanços da cultura e da economia dos países. Nos EUA, empresas e indústrias contrataram produtoras de cinema para filmarem seu cotidiano, escolas e instituições públicas, explorando o caráter propagandístico e educacional do cinema. Esse potencial foi explorado com maior amplitude em 1915, na *Panama-Pacific International Exposition* (São Francisco), que teve projeções nos stands educacionais e nas mais de sessenta salas de cinema espalhadas. “Em outros espaços expositivos, como o do estado de Wisconsin, o primeiro a incorporar o cinema à sala de aula, mostrava-se como filmes eram usados para ensinar engenharia civil” (MORETTIN, 2011).

Conforme Bernardet (1985), os filmes foram criando uma linguagem cinematográfica conforme seu desenvolvimento histórico. Os primeiros filmes eram filmados com câmeras em pontos fixos. A relação do espectador com a tela do cinema era equivalente à estabelecida com o palco do teatro, pois a câmera filmava como se fosse uma pessoa na poltrona da plateia. Os filmes apresentavam cenas entrecortadas por letreiros com os diálogos e outras informações que a rude linguagem do cinema ainda não conseguia fornecer pelas cenas.

Um cineasta francês contribuiu muito para que a linguagem cinematográfica pudesse se concretizar pela fantasia e imaginação e, assim, apresentar a possibilidade de desenvolvimento da linguagem da ficção para além da pretensão científica ou ensaística que se almejava no cinema. Segundo Bernardet (1985), Georges Méliès, assistiu à apresentação dos Irmãos Lumière no “Grand Café de Paris”, encantou-se com a máquina e quis adquirir um cinematógrafo para finalidades artísticas de teatro e mágica. Ao que tudo indica, Méliès teve sua intenção frustrada pelos inventores do cinematógrafo, que objetivavam, para o mecanismo, o desempenho de função científica. Posteriormente, Méliès adquiriu o cinematógrafo, e, enquanto o utilizava, acidentalmente descobriu a sua função para a ficção e montagem (BERNARDET, 1985).

assim, incentivou o desenvolvimento dos veículos de comunicação e fez dele um importante aliado na busca da hegemonia.

De acordo com Bernardet (1985), Méliès filmava numa rua de Paris, quando a máquina enguiçou e voltou a filmar novamente. No momento em que a filmagem parou, estavam sendo filmados um ônibus e pessoas passando pela rua. Quando a máquina voltou a funcionar, passava pela rua, no mesmo local, um carro fúnebre seguido de cortejo (BERNARDET, 1985). Conforme Angelucci (2011, p. 04), “quando George Méliès descobriu no começo do século XX que conseguia provocar efeitos em suas imagens através de técnicas no equipamento de captação, ele inaugurou a ficção audiovisual.” Segundo Lemos (2014), Georges Méliès criou pequenos filmes, tais como a “Viagem à Lua” (1902), abrindo margem para o cinema flertar com a fantasia, a imaginação, a criação e a exploração comercial do invento. Coube a Méliès perceber a magia, a coreografia, a graça e a poesia do corte dos múltiplos planos de maneira que isso se tornasse elemento fundamental para o desenvolvimento da arte (LEMOS, 2014).

Segundo Lemos (2014), nos primórdios do cinema, filmes como os de Méliès e de Charles Tait com seus cortes e planos diferentes formaram os caminhos e os fluxos da ação de um espaço para outro, criando liberdade em relação a outras artes, tais como o teatro, enfatizando o movimento da cena, de espaços na cena, e a quebra temporal pelo uso do *replay* e *flashback*.

Para Bernardet (1985), a estrutura da narração foi fundamental para a elaboração da linguagem do cinema, que no início dizia/narrava o que acontece do primeiro ao último quadro. O salto ocorre quando o filme consegue dizer entre um quadro e outro não somente “o que acontece”, mas o “enquanto isso”. Ou seja, o filme passa à mesclagem de planos, de seqüências e cortes entre uma cena e outra: a montagem (BERNARDET, 1985).

Conforme Lemos (2014), no período de 1903 a 1918, se estabeleceram outros recursos caros ao cinema para se contar uma história: “a edição de continuidade de *close up*, a montagem paralela, a iluminação expressiva, a atuação mais sutil e a edição de campo/contracampo, ampliando, sobremaneira os recursos técnicos do ramo de atividade cinematográfica.” (LEMOS, 2014, p. 35).

Da mesma forma que Méliès descobriu a ficção, Griffith percebeu o potencial narrativo dos enquadramentos e ângulos de lente fazendo uso da montagem (ANGELUCCI, 2011).

Segundo Canelas¹² (2010) a teoria da montagem distingue duas funções na montagem cinematográfica: a narrativa criada e desenvolvida pelos norte-americanos Edwim

¹² Professor doutor do Instituto politécnico da Guarda em Portugal.

Porter e David Griffith e a montagem como produção de sentidos teorizada pela escola soviética e representada pelos trabalhos de Kulechov, Pudovkin, Eisenstein e Vertov. Inspirado nos trabalhos de Méliès, Edwin Porter descobriu como obter mais dinamismo em suas produções com a organização dos planos e colocou isso em prática no filme “*Life of an American Fireman*”¹³ (1902), considerado um “filme realmente cinematográfico pela fluidez e coerência narrativa” (CANELAS, 2010, p. 2).

O filme conta a história do resgate de uma mãe e de sua filha realizado por um corpo de bombeiros. Para fazer o filme Porter usou imagens de um documentário existente sobre o corpo de bombeiros e filmou o resgate ficcional da mulher e da criança em estúdio. Somou as duas partes e pôde criar a história do salvamento, ou seja, uma nova realidade maior do que cada plano isolado. Em seu segundo filme “*The great train Robbery*” (1903), Porter pode experimentar e demonstrar suas intenções ao filmar as partes e uni-las em componentes narrativos lógicos (CANELAS, 2010).

Para Canelas (2010), Porter criou a montagem, mas foi Griffith que a desenvolveu. Dentre as contribuições de Griffith para o desenvolvimento da montagem cinematográfica, há

[...] a variação de planos para criar impacto emocional, incluindo o grande plano geral, o *close up* (grande plano), *insert* (plano de pormenor de um objeto), câmara subjetiva (ponto de vista do personagem ou do actor) e o *travelling* (deslocação da câmara de filmar no espaço), a montagem alternada, a montagem paralela, os *flashback* (retrocessos temporais), as variações de ritmo, entre outras contribuições. (CANELAS, 2010, p.3).

Essas criações aconteceram entre os anos de 1908 e 1915, através de experimentações em filmes curtos, onde houve o desenvolvimento de várias técnicas de montagem. Diferentemente de Porter, que mudava seus planos por razões físicas, Griffith, fazia a mudança de plano em razão da composição dramática para envolver emocionalmente, demonstrando que numa cena fragmentada em planos gerais, médios e próximos o público pode sentir progressivamente suas emoções.

Creio que há um consenso na história do cinema de que o ano de 1915 foi um marco na história da indústria do cinema ocidental. O primeiro estúdio cinematográfico construído para a produção de filmes data de 1907 e foi construído pela francesa Guy Bachê, em Nova York. A partir de 1915 se instalaram os primeiros estúdios de cinema no sul da Califórnia, na cidade de Los Angeles, formando os primórdios de Hollywood (LEMOS, 2014). Nesse ano foi criada uma produtora de cinema que visava atender a exposição de 1915 e garantir o fluxo de películas pelas salas de cinemas dos Estados Unidos e Canadá. Essa produtora explorou

¹³ O filme está disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=6ym7-QW_GWo

comercialmente com grande sucesso de público os filmes europeus, dentre eles *Cabiria* (1914), do italiano Giovanni Pastrone¹⁴ (MORETTIN, 2011).

Outro marco importante para a história do cinema em 1915 foi o lançamento do filme “Nascimento de uma nação”, de David Griffith. Inspirado no cinema de Pastrone, o filme de griffth consolidou a linguagem cinematográfica conhecida como cinema narrativo clássico. Em sua produção subsequente, Griffith, impactado pelo cinema de Pastrone e pela exposição de San Diego, imprimiu em sua produção um caráter monumental em um filme dramático, utilizando todos os recursos técnicos e construindo uma gigantesca estrutura de filmagem. O resultado dessa filmagem foi o filme “Intolerância” (1916), onde Griffith “mais do que um ‘film drama’ sobre o evento, constrói um épico cinematográfico que se pretendia mais abrangente, arrebatador e sensacional do que as grandes feiras internacionais” (MORETTIN, 2011, p 239). O trabalho de Griffith se torna um grande sucesso de público, sendo visto por milhões de pessoas nas salas de cinema.

Para Morettin (2011), o cinema desse período e o trabalho de Griffith são emblemáticos para se perceber o caráter político-diplomático que o filme exerce como meio de influenciar os valores culturais a partir do entretenimento. O cinema passa a ser “a vitrine em que a nação projeta diante de si e dos outros, as virtudes nacionais a serem celebradas em um cenário marcado pelo imperialismo” (MORETTIN, 2011, p.239), no sentido de conquistar a opinião pública para as causas nacionais.

Só a partir de 1918 se pode defender a consolidação do cinema enquanto “meio de comunicação de massa [...] e de propaganda” (MORETTIN, 2011, p. 233). Fischer (2017) na esteira de (STRAUBHAAR; LAROSE, 2004), afirma que a cultura de massa modificou a produção de produtos culturais de forma que esses produtos, que antes só eram acessados pela elite, pudessem ser acessados por todas as pessoas. Essa massificação gerou debates sobre o papel da mídia, questionando se caberia a ela educar ou entreter as pessoas. Tal debate se tornou mais intenso com a industrialização dos meios. Nesse contexto, os meios de comunicação de massa na Alemanha com propaganda nazista, após a república Weimar, eram usados para manipular o povo alemão (FISCHER, 2017).

Em Adorno (2003a), no texto “Televisão e formação”, transcrição da entrevista concedida por ele e pelo professor Becker a uma estação de rádio alemã no fim da década de 1960, estes comentam a racionalidade dos filmes veiculados na Alemanha desse período:

¹⁴Em seus filmes Pastrone “constrói outra forma de configuração visual e de estrutura narrativa, muito centrada nas panorâmicas lentas que descrevem o espaço fílmico, repleto de cenários monumentais [...]” (MORETTIN, 2011, p. 237).

Se hoje eu fosse fazer um filme sobre o Terceiro Reich, não mostraria as tropas da SS em Marcha, mas procuraria apresentar trechos dos filmes de amor rodados, naquele período, e provavelmente nestes termos nos acercariamos do clima do Terceiro Reich de um modo muito mais sutil. (ADORNO, 2003a, p. 81).

Conforme Lemos (2014), entre 1918 e 1928, há uma sofisticação técnica de produção fílmica com narrações do cotidiano das pessoas, do dinamismo das cidades e do comportamento de seus moradores. As narrativas das filmagens ancoravam em coisas abstratas da vida, da ciência e do futuro.

São contadas grandes histórias de aventuras e romance da época, muitas herdadas da literatura, voltadas para entreter o espectador. Elas são psicologicamente mais claras e passaram a ser feitas para envolver o público e ser mais românticas que a vida real, abrindo caminho às propulsões, às identificações imaginárias. (LEMOS, 2014, p. 36).

Para Kangussu (2010), o cinema no início do século XX como expressão artística de massas urbanas em que os proletários tinham acesso, expunha uma realidade simulada, uma sociedade necessária para a época que celebrava o progresso técnico e tecnológico com a promessa de modernidade e atendia a necessidade de acomodar as massas, pois pintava uma vida menos angustiante que ocultava a dura realidade em que se vivia, sem colocar em risco a ordem do capital. O cinema dos anos 20 tentava criar uma cultura idealista da distração, “[...] Mais do que evidenciar o estado de degradação [social] que esta forma de entretenimento representa, o cinema tentava colar os pedaços e apresentá-los como totalidade orgânica” (KANGUSSU, 2010, p. 118-119).

Nesse contexto, a luta de classes era dissolvida, sendo apresentada uma sociedade de sonhos e ilusões carregada da ideologia da união das pessoas. Eram ressaltados o rico benevolente, o assistencialista e o herói individualizado, homem comum, existindo a ênfase no indivíduo. Havia películas, inclusive, que realizavam o casamento entre a coadeira pobre e o patrão rico (KANGUSSU, 2010).

Em 1927 com o lançamento dos filmes “O cantos de Jazz” e “O martírio de Joana D’arc”, ocorre o adventício do cinema sonoro. Para Lemos (2014), na esteira de Cousins (2004/2013), o som no cinema podia tornar os filmes mais intimistas para o público. Ele acreditava que a expressão sonora dos pensamentos das personagens e os sons eram como ímãs, pois atraíam as pessoas para dentro dos filmes, das cenas, e para a interação emocional (LEMOS, 2014).

Para Adorno e Horkheimer (1985), quanto mais a técnica é capaz de expressar a realidade, duplicar os objetos empíricos, mais fácil fica de confundir e iludir o público,

fazendo do filme um modelo a ser seguido ou uma representação fiel do mundo. Nesse sentido, o filme pode adestrar o espectador que está entregue. De acordo com Adorno e Horkheimer (1985), o filme sonoro produzido pela indústria cultural harmoniza a imagem, a palavra, o som, os efeitos e a técnica. Nesse processo, acabam atrofiando a imaginação e a espontaneidade, sem que se precise recorrer a recursos psicológicos. Os heróis e heroínas que passam por apuros gigantescos, que são solapados pelas questões contraditórias que se interpõem quando no clímax do sofrimento entoam uma canção de conforto e acalanto, com uma coreografia maravilhosa e no mesmo instante, como num passe de mágica seus problemas desaparecem e a vida continua como se nada tivesse ocorrido. Lembremo-nos da Cinderela de Disney que, humilhada, roubada e enclausurada numa experiência vil, recebe a visita da fada madrinha que, ao som de uma bela canção, materializa uma carruagem a partir de uma abóbora, costureiras a partir de pássaros, cavalos a partir de ratos, um belo vestido e sapatinhos de cristal e está pronta para ir ao baile. Lá chegando, encanta a todos, dança com o belo príncipe e no desenrolar da história acaba se casando com o príncipe encantado.

De acordo com Bernardet (1985), a história inicial do cinema é permeada de ocultamentos dos aspectos artificiais do cinema e pela tentativa de sustentar a impressão da realidade. Mas o cinema, como outras instâncias da produção cultural, apresenta resistências e contradições. Por isso se deve fazer esforço constante de revelar as tensões e os ocultamentos.

Paralelamente à produção hollywoodiana, se construiu na Europa, principalmente na União Soviética, um cinema voltado para as causas revolucionárias. Canelas (2010) afirma que os soviéticos reconheceram o cinema como uma nova arte e perceberam seu papel nas causas da revolução. Segundo o autor, já nesse período os russos não consideravam o cinema apenas como entretenimento. Nesse sentido, tinham dupla missão: a) construir filmes que instruísem as massas política, social e historicamente e b) formar uma juventude de cineastas capazes de continuar o processo.

Para isso, em 1919, foi criada em Moscou a Faculdade de Cinema que partiu do estudo da montagem narrativa de Griffith e formulou outras teorias de montagem. Na escola teórica soviética destacam-se Lev Kulechov, Vsevolod Pudovkin, Sergei Eisenstein e Dziga Vertov, todos por suas contribuições com a técnica de montagem que expuseram diversas possibilidades narrativas, expressivas e plásticas do recurso (CANELAS, 2010).

De acordo com Aumont (2004), Sergei Eisenstein tem o sistema teórico mais rico e sólido de todos os sistemas dos cineastas. Eisenstein é considerado um dos maiores teóricos da montagem e aquele mais a utilizou em seus filmes (CANELAS, 2010). Eisenstein

considera que a imagem de um autor está na fabricação – na construção do quadro – e não na encenação. “Sua teoria da montagem aplica-se as imagens carregadas de um sentido intencional ali deposto pelo cineasta [...]”(AUMONT, 2004, p. 23). As reflexões de Eisenstein dos anos de 1920 se dedicavam exclusivamente à montagem, ao ponto de conceituar e propor uma metodologia tipológica de montagem com cinco espécies diferentes de montagem, a saber: montagem métrica, rítmica, tonal, harmônica e intelectual (AUMONT, 2004).

Conforme Canelas (2010), Kulechov foi pioneiro na estética da montagem soviética. O cineasta intercalou um grande plano inexpressivo e neutro de um ator, com outros três planos diferentes: o de um prato de sopa numa mesa, o de uma mulher morta num caixão e outro de uma criança brincando com uma boneca. O público assistiu à cena e interpretou as sequências como sendo: um homem com fome, um marido triste e um adulto feliz. A experiência ficou conhecida como *efeito Kulechov*. Dele se percebeu que, quando se justapõe entre dois planos diferentes uma terceira imagem, se produz uma ideia ou exprime-se algo que não existia em nenhum dos planos (CANELAS, 2010). Em outras palavras, a imagem do homem é neutra, não há expressão na face do ator. Mas quando essa imagem é associada à sopa na mesa, em seguida a uma mulher morta e depois à criança brincando, o público atribuiu à mesma imagem significados diferentes.

Já o escritor Vsevolod Pudovkin, segundo Canelas (2010), considera a montagem base estética do cinema. Comparando o cinema com a literatura, Pudovkin entendia que da mesma forma que a língua, a montagem tem palavra (imagem) e frase (combinação de imagens). Assim, formulou a montagem construtiva que é instrumento para dar forma e realçar acontecimentos da realidade, selecionando fragmentos temporários e espacialmente mais importantes para construir detalhes significativos, omitindo o restante. Assim como a palavra, o plano no cinema pode ser o meio usado para criar percepções de realidades (CANELAS, 2010).

Há ainda a contribuição do cinema Alemão, pela da escola expressionista, representada por filmes como “O Gabinete do dr. Caligari” e outros do mesmo período que segundo Cánepa (2006, p. 55) “recolocou o país circuito cultural internacional e promoveu discussões a respeito das possibilidades artísticas e expressionistas do cinema.” Segundo a autora, o impacto de dr. Caligari e de outros filmes igualmente sombrios e enigmáticos provindos de período da República Weimar, nos anos seguintes, levou à constituição da escola expressionista e reabriu o mercado externo cinematográfico que estava fechado para a Alemanha desde o começo da primeira guerra e depois da campanha antigermana

orquestrada por Hollywood (CÁNEPA, 2006). Segundo Cánepas (2006) Caligari inspirou uma cinematografia inovadora estética e tecnicamente. O filme cria uma atmosfera de pesadelo com uma cenografia produzida com painéis expressionistas que evocam fisionomia de um mundo tortuoso e imprevisível. (CANEPAS, 2006)

Todos os filmes expressionistas se destacam por sua veia intimista, por cenários expressionistas. Todos seguiam na esteira da inovação cinematográfica de Dr Caligari. Apesar disso, teóricos do cinema como Kracauer (1947) e Eisner (1952) - destacados por Cánepas (2006) como cânones da explicação do cinema alemão do período – não classificaram todos os filmes como expressionistas.

Para Cánepas (2006), o eclipse do expressionismo se deu com a ascensão de uma nova escola denominada por *nova objetividade*. Esse movimento trazia uma arte mais politicamente comprometida e devotada à convicção revolucionária. A arte e os filmes procuravam se livrar dos clichês expressionistas (inevitáveis associações com estrangeiros misteriosos, pactos faustianos, cidades visitadas por figuras de preto, o grotesco, o gótico e o romantismo messiânico do sec. XIX). No teatro Bertolt Brecht, foi um dos maiores nomes da *nova objetividade*. No cinema temos como destaque as obras *A rua sem alegria* (1925), de Georg Plabst, que representava o desespero de uma família por consequências materiais e econômicas, saindo de motivações espirituais.

No final dos anos 1920 outra vertente se estabilizou e ajudou a consolidar o eclipse do Expressionismo. Tratava-se de um movimento denominado de “revolução conservadora, que se opunha ao individualismo e ao materialismo típicos da democracia moderna, mas também a uma visão social antiquada e antiindustrial.” (CÁNEPAS 2006, P. 83). Esse movimento representava a estilização da burguesia alemã que se estabilizou juntamente com a República de Weimar. Essa burguesia defendia um sistema social que dominasse a tecnologia, ao mesmo tempo, elogiava a cultura nacional alemã e também defendesse um modelo político autoritário centrado na supremacia germânica. A arte que se produzia traduziam em obras esses ideais. Um dos maiores nomes desse movimento foi Fritz Lang. Seu filme *Metropolis*, de 1927, é emblema de obra que acabou por se tornar maldita “quando, a partir da crise de 1929, tais ideais se tornaram cada vez mais populares e, em pouco tempo, serviram como uma das principais bases ideológicas do partido nazista.” (CÁNEPAS, 2006, p.83)

3.3 - O cinema de animação

A técnica de animação e projeção da imagem animada se realizou em meados do século XVII. Porém, seu início guarda relação com os estudos ópticos dos séculos anteriores que criaram aparelhos que permitiam a ilusão de movimento em seres inanimados (MIRANDA DA SILVA, 2004). Segundo Bernardet (1985), o jesuíta Athanasius Kircher, em 1671, foi um dos primeiros a projetar imagens estáticas com a finalidade de contar uma história com o aparelho denominado de “lanterna mágica”. A lanterna mágica sucedeu a câmara escura do século XII e consistia em uma caixa óptica que utilizava iluminação artificial e projetava, numa tela/parede branca, imagens pintadas numa placa de vidro. Para a projeção acontecer, bastava inserir a placa na frente do foco de luz promovida pelo uso de velas ou lâmpadas de petróleo. Esse princípio da lanterna mágica permaneceu até o século XIX (MIRANDA DA SILVA, 2004).

Ao longo do século XVIII, placas mecânicas foram utilizadas para a projeção de imagens em animações momentâneas e contínuas (MIRANDA DA SILVA, 2004). Pieter Van Musschenbroek deu continuidade aos estudos de Kircher, conseguindo produzir a ilusão de movimento, em 1736, ano da primeira exibição de animações de imagens de objetos, pessoas e coisas (FOSSATTI, 2009). Também apareceram os espetáculos com substituições, aparições e desaparecimentos abruptos de imagens que davam vida aos espetáculos denominados *Phantasmagorie*, que utilizavam a lanterna mágica invocando o sobrenatural, com imagens de espíritos dos mortos e envolvendo o público em um clima de mistério e terror para provocar medo e encanto (MIRANDA DA SILVA 2004).

As técnicas de animação foram sendo historicamente aprimoradas até que se chegasse à projeção do desenho e da imagem fotográfica. O Zoostrocópio foi criado em 1834, com William Horner, surgido com os mecanismos das criações anteriores. Os desenhos eram dispostos em um tambor e espaçados por pequenas frestas que permitiam a sensação de movimento. Menos tecnológico, o *flipbook* (livro mágico), criado em 1868, é considerado instrumento inspirador de sequências narrativas. Os desenhos eram dispostos em cada página do livro, e quando folheado rapidamente, dava a impressão de uma ação fílmica (FOSSATTI, 2009).

Conforme Fossatti (2009, p. 3): “Emile Reynaud, em 1877, criou o praxinoscópio, através do qual se projetavam *pantomimes lumineuses*. Constituído por um sistema de espelhos e lentes, as figuras eram projetadas sobre a tela, criando a base da tecnologia do cinema”. De acordo com Chaves Jr. (2009), o *praxinoscópio* pode ser entendido como precursor da técnica do desenho animado. Chaves Jr. (2009) afirma que a invenção da

fotografia impulsionou o desenvolvimento dos brinquedos ópticos rumo aos dispositivos ópticos e, conseqüentemente para o desenvolvimento do cinema e dos desenhos animados. Para Fossatti (2009), a associação da fotografia com o praxinoscópio e os estudos de fisiologia humana e animal, juntamente com o aprimoramento da câmera para registro, ambos realizados pelo médico francês Etienne Jules Marey, tornaram-se referência para os animadores. Dialogando com Lucena Jr (2001), a autora afirma que tudo isso compôs as descobertas que culminaram na invenção dos Lumière, através do cinematógrafo, que servia tanto para filmar quanto para projetar (FOSSATTI, 2009).

Nesse Sentido, a autora afirma que a

[...] animação revela-se mais antiga que o próprio cinema, criado pelos irmãos Lumière em 1895, ano de que data sua primeira apresentação, com o cinematógrafo. Este amplo aparato de invenções, envoltas por estudos e experimentações, contribuiu para a sustentação da magia cinematográfica. (FOSSATTI, 2009, p. 3).

Conforme Fialho (2005), o cinema de animação nasceu antes do cinema com atores, e seu desenvolvimento se deu através do aproveitamento dos recursos técnicos oferecidos pelos aparelhos ópticos que eram revendidos como brinquedos. Há certa apropriação das invenções científicas que buscavam a ilusão do movimento dotando-as do lúdico, do poético e do encantamento por parte do desenho animado e do cinema de animação.

Para Lucena Junior (2001), a essência do desenho animado está na arte de dar movimento a seres inanimados. Fossatti (2009), citando Halas; Manvel (1979) e Solomom (1987) afirma que a essência do cinema de animação se materializa na percepção de fotogramas ou de sequências de desenhos em movimento, sendo esse o cerne da animação, sem os quais não há movimento. Ao dar movimento ao que foi desenhado, sobrepõe-se diferentes expressividades a cada quadro.

Assim, o cinema de animação teve seu início no século XX, e sua gênese estava ligada à imaginação, à fantasia e ao mundo do metamorfismo universal (FOSSATTI, 2009). Esse metamorfismo universal pode ser caracterizado pelo descumprimento das normas físicas, pela ausência de leis da física, com inclinação para o gênero de ação e farsa, com aventuras e tramas.

Dialogando com Guillém (1997), Fossatti (2009) afirma que o desenho é uma das possibilidades técnicas do gênero animação e que existem outras formas de se animar, tais como as películas com figuras recortadas e montadas (*stop motion*), as sombras chinesas, as marionetes, o cinema de bonecos e os efeitos especiais computadorizados dos filmes com atores.

Conforme Fialho (2005), no ano de 1906, Thomas Edison fotografou uma série de desenhos do cartunista nova-iorquino de origem inglesa James Stuart Blackton, sendo um dos primeiros registros das relações entre fotografia e desenho, que foi animado pela técnica de captação da imagem quadro a quadro. O resultado foi visto no filme *Humorous Phases of funny Faces*. Dois anos depois surgiu o cinema animado. O pioneirismo cabe ao desenhista francês Emile Cohl (FIALHO, 2005). Segundo Fossatti (2009), é de Cohl a primeira projeção pública de uma animação no cinema, em 1908. O desenho era “*Fantasmagorie*” e se inspirava nas histórias em quadrinhos (GUILLÉN, 1997, apud, FOSSATTI, 2009). De acordo com Fialho (2005), coube a Cohl a façanha de contar no cinema uma história com personagens desenhados à mão, recorte articulado até *stop-motion*. Quando se mudou para Nova York, ele produziu “a primeira série de personagens do mundo, ‘The newlyweds’” (FIALHO, 2005, p 10).

A partir de 1920 o cinema de animação passa por um processo de industrialização em sua produção. Nesse processo, uma série de avanços tecnológicos e a adoção do modo de gerenciamento e padrões de produção do sistema taylorista foram inseridas em alguns estúdios de animação dos EUA, a partir de 1910, consolidando-se nas décadas seguintes (FIALHO, 2005).

De acordo com Fialho (2005), até 1920, Nova York era o centro da indústria de animação. Lá foram criados os primeiros desenhos utilizando folhas transparentes de acetato que dinamizavam o processo e possibilitavam a economia de desenhos e de cenários. Os estúdios John Bray, de Nova York, detinham a patente desse processo de produção e cobravam *hoyalties* dos outros estúdios. Nesse estúdio, pela necessidade de competir com os filmes do cinema de atores, foi implantado o sistema taylorista de gerenciamento de produção, ou seja, a padronização da produção com baixo custo e em menor tempo (FIALHO, 2005).

O acetato e a rotoscopia permitiram a economia de desenho de cenário e o melhoramento dos efeitos de realismo nos desenhos. O uso do acetato possibilitou separar o personagem do cenário. A rotoscopia inventado nos estúdios dos irmãos Fleischer, criadores de “Popeye”, “Betty Boop” e “Palhaço Koko”, permitiram o aprimoramento do realismo nos desenhos, pois podiam destinar maior atenção plástica a eles, uma vez que se podia usar a fotografia como cenário, o que economizava tempo. Esses instrumentos também permitiram aprimorar os movimentos, recobrando de realismo e oportunizando novas possibilidades a animação, o que ampliou o seu mercado (FOSSATTI, 2009).

Vemos que a industrialização da produção, pela inserção dos métodos tayloristas, apresenta alguns movimentos principais: inovação tecnológica dos meios, tais como uso do

acetato para desenho e pintura, o uso da rotoscopia, da câmera multiplano, a inserção do animador assistente, que permitia ao animador principal pensar o roteiro da cena e os assistentes se responsabilizarem por preenchê-la, iniciando a técnica do *story board*. O refinamento do processo da produção industrializada do desenho caracteriza a fase intermediária da industrialização dos estúdios. O desenho e a pintura em acetato permitiram a departamentalização dos estúdios de produção, separados por setores de produção e criação, com a divisão do trabalho em ilhas de produção e a formação de equipes temporárias e exclusivas para os diversos projetos, permitindo a realização simultânea de vários projetos e maior celeridade nas produções, havendo uma revolução industrial do desenho animado (FIALHO 2005).

Entre 1910 e 1940 acontece um intenso processo de industrialização das produções de animação (FERREIRA, 2007). Até esse período grande parte dessas produções era norte-americana. Havia também as animações de outros países, as animações abstratas alemãs de Oskar Fichinger que dedicou à associação de imagens abstratas a sonoridade e, também, as animações de Walther Ruttmann, que animou formas geométricas e abstratas associadas a melodias das músicas (FOSSATTI, 2009).

Ferreira (2007) diferenciou a animação industrial da animação experimental. A animação experimental engloba técnicas individuais, desafio artístico e expressão pessoal. Essas animações desafiam as convenções narrativas dominantes, buscam mecanismos que valorizam a auto-expressão e procuram explorar outras possibilidades. Geralmente seguem duas formas: a *experimental narrativo coerente*, constituída sob um estilo, usando o imaginário figurativo ou pictórico, e a animação *experimental abstrata*, que, geralmente, apresenta um estilo perceptual, abstrato, muitas vezes tendo o assunto central constituído pela forma, pela cor, pelo ritmo e movimento predeterminado pela trilha musical, sendo muitas animações com intenções exclusivamente pictóricas (FERREIRA, 2007).

As animações industriais são caracterizadas por conterem repetições estereotipadas de técnicas e formas, por sua ligação à estrutura econômico-institucional de produção e pela fórmula repetida de distribuição em que operam constantemente as séries animadas da linha de produção dos estúdios comerciais. É comum, principalmente, nos filmes de animações abstratas, a resistência em contar histórias com narrativas centradas nas *gags*¹⁵. (FERREIRA, 2007).

¹⁵ Gags é uma expressão de origem inglesa que denomina a piada produzida por um personagem ou ator por meio da sua caracterização física, por meio do que ele faz com o corpo ou do que ele fala. São exemplos de *gags* os tombos, as quedas, as trombadas, os sopapos e as andadas diferentes e exageradas.

Ferreira (2007) salienta que, apesar da divergência entre animações experimental e industrial, há na animação experimental muito elementos característicos da animação industrial e, da mesma forma, muito da animação experimental influenciou e orientou o desenvolvimento da animação industrial. Emblema disso são os trabalhos experimentais que se beneficiam da tecnologia desenvolvida pela indústria de animação para criar suas produções, e as experimentações desenvolvidas pelos Estúdios Disney, que foram fundamentais para o desenvolvimento da indústria de animação (FERREIRA, 2007).

Segundo Fialho (2005), Disney se instalou em Hollywood em 1923. Com a crise de 1929 trouxe para seus estúdios os animadores nova-iorquinos, que sofriam com a crise de 1929. Em seu Estúdio, Disney coloca em prática os princípios da Administração Científica, principalmente o modo taylorista de organização de produção, com divisão de tarefas e setores produtivos. Ele cria em seus estúdios uma escola de aprimoramento e qualificação dos animadores e produtores e estimula a competição e a cooperação de descobertas artísticas entre as equipes de produção dos projetos, o que deu base ao seu pioneirismo na área de animação (FIALHO, 2005).

O apogeu do cinema da Disney vai de 1930 a 1970, dominando o mercado de animação para o cinema, “tornando-se um fenômeno mundial e determinando o caminho para o qual animação dirigir-se-ia, estabelecendo importantes conceitos para o gênero – imaginação e fantasia – ainda hoje observados” (FOSSATTI, 2009, s/p.).

Disney produziu o primeiro desenho animado sonorizado, “Steamboat Willie” (1928); o primeiro desenho animado colorido, “Flowers and trees” (1932); o primeiro desenho com três personagens simultâneos dividindo cenas, no curta-metragem, “Tree Little Pigs” (1933) e produziu e lançou o primeiro longa-metragem, “Branca de Neve e os sete anões” (1934). O padrão Disney se especializou em recursos técnicos de animação a partir da análise dos movimentos dos corpos de pessoas, animais e dos objetos no mundo real, indo além das gags (FIALHO, 2005).

De acordo com Ferreira (2007), até 1930, nos filmes de animação, não havia uma estrutura narrativa. Eles eram constituídos por uma série de fragmentos de imagens e histórias fundamentados nas *gags*. O surgimento do filme sonoro influenciou mudanças na forma de produção da maioria dos filmes, que buscavam agora ter maior rigor no planejamento da pré-produção, de forma a adequar e sincronizar a trilha sonora na animação. Até 1935 as *gags* eram externas, se referiam a situações externas aos personagens, ao que eles passavam ou sofriam. O fim do filme mudo marca o declínio da popularidade desse humor físico, que passa a ser substituído pela comédia falada. O Mickey da Disney e o Gato Félix são emblemas desse

humor, que busca a identificação da audiência com os personagens pelas características emocionais destes, a partir das motivações e expectativas que eram reveladas no desenrolar da narrativa da animação.

Conforme Fossatti (2009), Disney lançou mão do uso da música erudita nos desenhos, utilizou a técnica do *story boarding* para a produção dos desenhos e desenvolveu e utilizou câmeras com múltiplos planos, o que determinou mais realismo aos desenhos com maior efeito de profundidade e riqueza de detalhes.

Ferreira (2007) ressaltou que o realismo que a Disney buscava em seus desenhos era diferente do realismo do restante da história do cinema. Tal processo se referia a copiar os movimentos das coisas a partir da imitação de sua dinâmica, da forma como elas aconteciam no mundo real, com a intenção de tornar suas criaturas mais críveis, buscando fazer com que os personagens apresentassem sentimentos e emoções que revelassem seu caráter.

Se no cinema, Disney determinava os padrões de produção, nos desenhos para TV foi o contrário. Conforme Ferreira (2007), após a Segunda Guerra Mundial, os Estúdios Disney perdiam progressivamente seu posto de maior modelo para o cinema de animação, mantendo-se líder na produção de longa-metragem, cedendo progressivamente o espaço de curtas-metragens animados desde finais da década 1930

para Warner Brothers (WB) e a Metro-Goldwyn-Mayer (MGM). Os Estúdios MGM e WB criaram personagens politicamente amorais, transgressores, sádicos, desorientados e rápidos essencialmente diferentes dos graciosos e comportados personagens de Disney, tanto visual quanto psicologicamente: Tom e Jerry, Pernalonga, Patolino, Piupiu, Coiote, Papa-Léguas, etc, representavam uma reação à animação melodramática de Walt Disney e uma reformulação do cartum dos anos 1930, tornando-se mais adequados às novas preferências do público. (FERREIRA 2007, p. 34-35).

Esses personagens concorriam com os estúdios de Mickey e Donald, contrastando a sensualidade e silhuetas da Betty Boop com a pureza virginal da Branca de Neve, a riqueza de detalhes de “Cinderela” (1950) e “Alice no país das maravilhas” (1951) com estilo caricatural e descompromissado de Popeye e Olívia dos Irmãos Fleischer (FOSSATTI, 2009).

Com o advento da TV a partir dos anos de 1930, outros estúdios determinaram novas técnicas de animação que interferiram na qualidade e no estilo dos desenhos. A partir de 1950, com a popularização do aparelho nas casas de classe média, a atividade da animação desloca seus esforços para a produção televisiva. São retomadas as técnicas de animação mínimas para atender a necessidade de uma maior velocidade da produção da animação. O resultado disso foram produtos com “escasso uso de tons, linhas e a simplificação dos movimentos” (FOSSATTI, 2009). O desenvolvimento da técnica de animação limitada favoreceu mais aos

outros estúdios do que o padrão Disney. Principalmente aos estúdios Hanna-Barbera, Universal, UPA, MGM e Warner Brothers, que passaram a dividir e dominar a produção de seriados e episódios curta-metragem para a TV (FERREIRA, 2007).

A TV exigiu novas possibilidades estéticas, determinando o retorno dos *cartoons* primitivos. A *Metro Golden Mayer - MGM e Warnner Bros*, visando atender a essa necessidade, produziram animações marcadas pela comédia alucinada, pelo efeito ilógico e surreal, e pelo desafio das leis da física na tentativa de provocarem o cômico (FOSSATTI, 2009). Na busca do humor a qualquer custo, infligia-se aos personagens uma violência desmedida, o massacre de suas figuras. Eram bigornas que caíam sobre os personagens, explosões e tiros que desferiam pequenas avarias em suas aparências, personagens que atravessavam paredes ou eram atravessados por trens, carros ou toda sorte de coisas que podiam atingi-los sem que os mesmos tivessem sua existência ceifada (CARDOSO, 2006). Os personagens não respeitavam as leis da física, podiam, por exemplo, caminhar suspensos no ar e só caíam quando se davam conta de que não podiam voar.

Mas não só a violência física caracterizava a produção dos estúdios que contrapunham o padrão Disney. Para Ferreira (2007), a *MGM* e a *Warner Bros*, de posse das técnicas e da plástica desenvolvida pelo padrão de criação Disney, buscaram adaptá-las a um estilo de humor corrosivo, criando personagens anti-heróis, com estilística e psicologia bem diferentes e distantes dos tipos bem acabados e de caráter definido dos personagens da Disney. Não existia um personagem totalmente bom ou ruim. Conforme a autora,

eram desengonçados, esguios, psicologicamente amorais e espertos. [...] os movimentos exagerados, distorcidos, as reações abruptas, os cortes extremamente rápidos seguidos de momentos de calma, valorizavam o ritmo acelerado da estrutura narrativa, própria da *screwball comedy*. [...] Na WB ou na MGM não existia personagem realmente mau ou bom, com personalidade bem definida e estanque como na Disney. Existia, sim, um mais esperto e inteligente que, em geral, acabava sendo mais bem sucedido e outro mais lento e menos astuto que era iludido pelo primeiro, mas que, às vezes, também conseguia reverter o jogo. (FERREIRA, 2007, p. 40-41).

Em 1980, a produção cinematográfica de animações ganha novo fôlego a partir da inserção da computação gráfica, que permitiu a representação dos cenários e personagens em três dimensões de forma mais realista. Os programas de computadores permitiram à animação mesclar o mundo imaginário e a fantasia dos desenhos ao mundo real, como nas obras “Tron” (1982) e “Uma cilada para Roger Rabbit” (1990), ambas produções das indústrias Disney. Segundo Fossatti (2009), os Estúdios Disney e Pixar tornaram-se referência na animação 3D. No entanto, gradualmente, essa hegemonia passou a ser ameaçada por outros estúdios, como

DreamWorks Animation SKG e a 20th Century Fox Animation, evidenciando uma nova e acirrada disputa entre estúdios.

Nos anos 1990, com o desenvolvimento da técnica de animação em 3D, o cinema de animação passou a atuar nas salas de cinema e no circuito comercial como importante produto de grande acesso ao público, inclusive ampliando a abrangência da faixa etária. Conforme Cardoso (2006), por sua característica geral, inicialmente, os produtos da indústria de animação cinematográfica se destinavam mais ao público infantil. A partir da década de 1990, o filme de animação deixou de ser tratado como produto infantil e passou a competir de igual para igual com os demais filmes da produção cinematográfica.

Cardoso (2006) aponta como possíveis causas da afirmação do filme de desenho animado o aumento de salas, de sessões e de público para o gênero, indicando uma maior aceitação do público adulto para esses produtos. O autor afirma que as sessões de cinema de animação se iniciavam após 22h00min e, em período de estreias tinha sessões que se iniciavam à 00h00min, terminando já na madrugada. A indústria, acompanhando o desenvolvimento do seguimento, produz, de forma seriada, subprodutos licenciados consonantes com os desenhos e seus personagens, ampliando os lucros de bilheteria e o retorno dos recursos investidos na produção dos filmes (CARDOSO, 2006). Dalmazo (2009) afirma que depois do estrondoso sucesso de *Toy Story*, da *Pixar*, as animações se multiplicaram nas telas de cinema. Nos Estados Unidos, de dez grandes sucessos de bilheteria, quatro são de animações.

De acordo com Oliveira e Berardo (2012), a técnica 3D que realizou o Filme “RIO” (2011), produzido pela associação das gigantes *Blue Sky* e *FOX Animation*, com direção do brasileiro Carlos Saldanha, possibilitou a apresentação de uma cidade hiper-real criando um mundo de fantasias à imagem e semelhança do Rio de Janeiro, com reprodução de seus pontos turísticos mais conhecidos. Para as autoras, essa verossimilhança contrasta com personagens caricaturescos e oculta as desigualdades da realidade, recriando o Rio do mundo da fantasia, passando a mensagem de que essa cidade é a fusão perfeita entre mundo real e imaginário e, assim, reproduzindo os estereótipos da cidade maravilhosa. Para Oliveira e Berardo (2012),

a exploração deste mundo através da técnica de 3D estereoscópica, que coloca o espectador literalmente dentro do filme, seja acompanhando um voo de asa delta, num passeio de moto pela favela ou em meio do Carnaval na Marquês de Sapucaí. A variedade de ambientes representados, como a favela, a praia, os Arcos da Lapa, o Cristo Redentor, entre muitos outros, demonstram uma evolução no sentido de expandir na animação a percepção espacial, não focando apenas no óbvio. (OLIVEIRA; BERARDO, 2012, p. 773).

Na atualidade podemos observar que os desenhos animados para a TV e para o cinema têm ampliado seu público. Entre as redes de TV por assinatura há vários canais exclusivos para desenhos animados, com exibição de produções de longa metragem, de seriados episódicos sequenciais e não sequenciais, de Classificação Indicativa Livre ou com restrições de faixas etárias, ou seja, programações também para o público infanto-juvenil. Há ainda canais com programações exclusivas para o público infantil, com desenhos tidos como educativos, que reforçam comportamentos morais positivos, estímulos psicológicos, habilidades e competências pedagógicas. Esses produtos revelam a tendência de se enxergar o desenho animado como um recurso direto de aprendizagem, e por isso valorizado¹⁶. Há também um canal de TV com programações exclusivas para bebês menores de um ano de idade¹⁷.

Os produtos vinculados aos desenhos animados constituem um mercado bilionário que atinge as crianças e os adultos. Conforme Loureiro & Fonte (2003), quando o longa metragem “Pokémon” foi lançado, já existiam HQs, games eletrônicos, jogos de cartas, desenhos para TV, brinquedos com os personagens e roupas que traziam elementos do filme. Na verdade, o filme é mais um produto da franquia Pokémon, que se produz e reproduz ao ritmo de produção da racionalidade da indústria cultural (LOUREIRO; FONTE, 2003).

De acordo com Elias (2006), os filmes de animação da Disney, nas séries princesas, desde os anos de 1930 até a contemporaneidade, fornecem estereótipos sexuais, transmitem uma série de valores constantes da cultura americana capitalista e sempre fazem uma clara diferença de classes separando o povo e os governantes, reforçando modos fantasiosos de ascensão da classe inferior por meio de matrimônios de conveniências e do reforço dos estereótipos étnicos e culturais que servem às justificativas imperialistas dos norte-americanos (ELIAS, 2006).

Elias (2006) afirma que há uma falsa inocência nos desenhos da Disney, pois se encontram ocultos estereótipos de gêneros, preconceitos étnico-raciais e a defesa da ação imperialista norte americana. De acordo com Fossatti (2009), mesmo com a apropriação da

¹⁶ O blog Semprefamília apresenta um artigo com o seguinte título: Os 10 melhores desenhos animados educativos do momento. Nele os autores descrevem uma rede de desenhos infantis distribuídos pelos canais da TV por assinatura. <http://www.semprefamilia.com.br/os-10-melhores-desenhos-animados-educativos-do-momento/>

¹⁷ A BabyTV é o primeiro canal sem propagandas, que opera 24 horas por dia, para bebês, crianças e seus pais. Apresentando programas exclusivos e originais que são criados junto com especialistas em crianças, a BabyTV oferece para as novas famílias em crescimento um canal de TV que elas podem compartilhar aprendendo e brincando. O canal da BabyTV, aberto 24 horas por dia, foi desenvolvido em 2003 e hoje chegou a pais e crianças em mais de 85 países através das plataformas de televisão principais no mundo. A BabyTV é um Canal Internacional da FOX. <https://www.babytv.com.br/about.aspx>

técnica em 3D e recursos gráficos pelos estúdios Disney, sua técnica e estilo de produtos respeitam uma lógica que os marcou desde o início de sua criação. O que houve foi uma adequação da técnica e do estilo de produção de animação dos estúdios Disney à nova tecnologia.

Os estúdios concorrentes fizeram da técnica e estilo Disney alvo de crítica e dissonâncias. Aproveitaram-se disso para construírem suas fábulas, suas histórias. Como no caso do filme “Shrek” (DreamWorks, 2001), que inicia com a satirização do “Era uma vez...” recurso clichê aos produtos de animação derivativos das fábulas e contos apropriados pelos produtos Disney. O filme “Shrek”, como analisado por Julier e Marie (2009), é um filme que faz muitas referências a outros filmes da história do cinema em suas cenas. Nele podemos ver referências do beijo dos protagonistas do filme “Homem Aranha” (Columbia, 2002) e do beijo na praia dos protagonistas do clássico “La dolce vita” (1960), de Federico Fellini.

Conforme Barreto, Rocha e Barreto Jr. (2013), de acordo com a pesquisa do IBOPE Mídia (2012), a maioria das crianças no Brasil entre 5 e 11 anos, assistem a aproximadamente cinco horas e meia de programação televisiva diariamente em diversos horários. Os programas infantis, os desenhos animados e até programas adultos compõem e informam o cotidiano e o imaginário das crianças. Os desenhos animados influenciam a formação das crianças porque representam a forma de ver o mundo, experimentar novas realidades, medos, vontades, realizações e carências. Para os autores, a criança tem dificuldade de diferenciar realidade de fantasia, portanto as animações interferem diretamente na formação do seu imaginário, refletindo em sua subjetividade e, muitas vezes, naturalizando formas de viver e sentir (BARRETO et. al., 2013).

Segundo Barreto et al. (2013), o avanço tecnológico também proporcionou às crianças mais contato com as mídias que possuem conteúdos voltados exclusivamente para o público infantil. Os autores consideram que o desenho animado influencia as crianças. Analisando o desenho animado “Bob Esponja Calça Quadrada”, afirmam o reforço de um comportamento de submissão, reificação da solidão do indivíduo moderno, a total adaptação à realidade cotidiana, ao mundo do trabalho e à hierarquização da sociedade. Os personagens são estereótipos típicos, e tudo segue na mais perfeita harmonia (BARRETO et al., 2013).

Em pesquisa realizada no interior de São Paulo com crianças de faixa etária entre 6 e 12 anos, todos os sujeitos se identificam com heróis e heroínas que combatem com muita violência seus inimigos (BEN 10, Três Espiãs Demais, entre outros). Oliveira & Shimizu (2011) constataram que, dentre as crianças entrevistadas, 47,5% são telespectadoras no período da manhã, 59,2% no da tarde, e 42,5% no período noturno – horário em que as

programações, à exceção dos canais infantis das TV por assinatura, são mais voltadas para o público adulto. Observaram também que a maioria das crianças assiste programações da TV, incluindo os desenhos animados, acompanhada de pais ou de adultos; que 24,7% assistem sozinhas, e que 24,1% assistem com outras crianças. Apesar disso, constata-se que 69,8% escolhem seus programas; outras 24,2% dependem dos pais e adultos, e 1,9%, dependem das escolhas dos irmãos. Conforme as autoras, o mundo adulto e o mundo infantil se misturam na TV. A forma com que as crianças assistem aos programas revela que elas têm contato com essa mistura de mundos na companhia dos pais, de forma consentida ou passivamente.

De acordo com Cerri & Trevisan (s.d.), a indústria cultural assimilou o mercado infantil produzindo produtos culturais para esse público. Os desenhos animados são emblemas disso. A partir deles se forma uma infinidade de produtos, uma cadeia inesgotável de produção e massificação de mercadorias para serem comercializados, que vão desde o material escolar até brinquedos, roupas, alimentos e móveis. Para os autores, os interesses do mercado vão além do consumo imediato, ao se incutir na consciência infantil a lógica do mundo administrado, com produções infantis que geralmente formam crianças adaptadas aos valores vigentes e consumidoras de uma cultura de forma superficial (CERRI; TREVISAN, s.d.).

Cerri e Trevisan (s.d.) afirmam que não se trata de ensinar qual o produto da indústria cultural é certo ou errado, mas de desenvolver a capacidade crítica, para que se possa revelar o conteúdo oculto e as representações ideológicas contidas nesses produtos, para se proteger das identificações problemáticas.

Segundo Adorno e Horkheimer (1985), os produtos culturais de padrão estadunidense interditam a atividade intelectual. Na velocidade dos acontecimentos do desenho animado, o espectador não tem tempo para refletir sobre o que vê, desde a tortura do herói até o comprimento da saia da mocinha (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

No Brasil, a animação cinematográfica, apesar de antiga¹⁸, ainda caminha a passos lentos. De acordo com Gomes (2008), a indústria cinematográfica brasileira sempre dependeu do apoio do estado para sobreviver, desde a Era Vargas até a criação da Empresa Brasileira de filmes S/A (EMBRAFILME). Isso, de certo modo, direciona as produções a um caráter nacionalista (no sentido de ufanismo) e à produção de filmes para a adaptação e a integração

¹⁸ Fontes históricas apontam que o primeiro filme da animação brasileira foi o “Kaiser” (1917), de autoria do cartunista Seth. (SOUZA et al., 2012; GOMES 2008). No dia 22 de janeiro de 2017, o filme completou cem anos. Do filme original restou somente uma imagem como referência. Em 2013 a animação foi recriada pela equipe do documentário “Luz, anima, ação”, de Eduardo Calvet, juntamente com mais oito animadores brasileiros, misturando diferentes técnicas de animação. <<http://oglobo.globo.com/cultura/filmes/primeiro-desenho-animado-do-pais-kaiser-completa-100-anos-20808056>>

das pessoas aos ditames da sociedade. Nos anos iniciais, o mercado de animação se restringia à produção de Curtas-Metragens e de peças publicitárias. Entre os anos de 1930 e 1940, foi criada a indústria cinematográfica brasileira em torno da Cinédia e Atlântida, mas que não se propuseram a fazer animações. No Brasil não chegou a se constituir uma indústria de animação; as produções ficaram restritas a alguns artistas animadores e à criação de algumas empresas a partir dos anos de 1960 (GOMES, 2008).

O primeiro longa produzido no Brasil Foi “Sinfonia Amazônica”, em 1953. O filme obteve muita influência do estilo Disney e destacou-se no exterior. Até os anos 1990, a maior parte da produção de animações servia ao mercado publicitário e institucional estatal (GOMES, 2008). Em 1970 a extinta EMBRAFILME fomentou premiações e leis que incentivavam a produção de Curtas-Metragens e filmes voltados para a plateia infantil (AMANCIO, 2007). Segundo Gomes (2008), a “Lei do Curta-Metragem provoca uma explosão na produção apoiada, na realização de congressos de cinema e festivais, e no incentivo da EMBRAFILME. A EMBRAFILME, criada em setembro de 1969, no preâmbulo do “AI 5”, marco do endurecimento da ditadura civil-empresarial-militar¹⁹ brasileira, tinha por objetivo a promoção e a distribuição de filmes no exterior. No campo político-administrativo, pretendia promover o filme brasileiro no mercado internacional (AMANCIO, 2007).

Essa ação da EMBRAFILME foi recebida pela classe cinematográfica com absoluta indignação, e logo foi denunciada a inconsequência e o autoritarismo da criação de um órgão voltado ao mercado externo, sem considerar as necessidades do mercado nacional. O cinema engajado, formal e político, tinha grande prestígio internacional, mas era controlado por parte do regime militar (AMANCIO, 2007) .

De qualquer forma, nos anos 1980 ocorreu uma parceria fomentada pelo governo entre a EMBRAFILME e a *National film board Canadá*, que visava a formação de mão de

¹⁹ A historiografia recente tem revisitando os anos da ditadura brasileira de 1964-1984. A partir dos novos documentos e pesquisas, cada vez mais se tem claro que o golpe e todo o período de duração da ditadura foi uma urdidura entre as forças militares, a classe empresarial e a sociedade civil. É sabido que os empresários compõem o grupo civil, mas não ressaltar a sua importância na administração do golpe militar seria negar a faceta da história. Conforme Melo (2012) em sua dissertação de mestrado, o empresário Boilesen, tido como um empresário de sucesso, importante e influente membro da FIESP, foi um financiador e defensor da Operação Bandeirante (OBAN), órgão militar paulista que investigava, perseguia, torturava e eliminava militantes dissidentes da ditadura civil-empresarial-militar. Segundo Melo (2012), Boilesen, foi justificado (assassinado) por militantes da esquerda armada. Teve seu funeral com pompa de herói e é lembrado pelo seu grupo como tal. Paira um silêncio sobre a barbárie de seus atos em sua história. Se Boilesen não tivesse sido morto, teria tido uma boa aposentadoria e vivido bem junto aos seus filhos, netos e bisnetos, e muito provavelmente seria reverenciado por ser um bom empresário e excelente homem de negócios. Portanto, Melo insiste que Boilesen representa um grupo de empresários que financiaram o golpe civil militar e saíram ilesos. Daí a necessidade de se rever ou relativizar certas concepções do período (MELO, 2012)

obra para a área de animação no Brasil. O estabelecimento dessa parceria Brasil-Canadá, criou um núcleo que passou a ser responsável pela nova geração de animadores, e, como consequência, surgiram núcleos regionais e produções ligadas às universidades (GOMES, 2008).

Conforme Souza; Ebersol; Back; Schineider e Silva (2012), o desenho animado do Rio Grande do Sul foi fortemente influenciado pelos animadores argentinos Felix Follonier e Néstor Córdoba, que lá se estabeleceram entre 1950 e 1970 e formaram animadores sul-rio-grandenses de renome nacional. Souza et al. (2012) também se referem à parceria entre Brasil e Canadá como profícua para animação do Rio Grande do Sul. Por ela ocorreu a formação do cartunista Rodrigo Guimarães, que participou da primeira turma do Centro Técnico Audiovisual (CTAv) no Rio de Janeiro em 1985. No ano seguinte, o desenhista retornou ao Rio Grande do Sul com equipamentos doados pela empresa canadense e estabeleceu parceria com o Instituto Estadual do Cinema (IECINE), montando cursos para repassar o conhecimento apreendido (SOUZA et al., 2012).

Pode-se afirmar que a produção de longa-metragem de animação para o cinema ainda é pequena no Brasil. Dados do Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro revelam essa produção.

Gráfico 1 – Número de filmes nacionais produzidos e lançados entre 1995-2015.

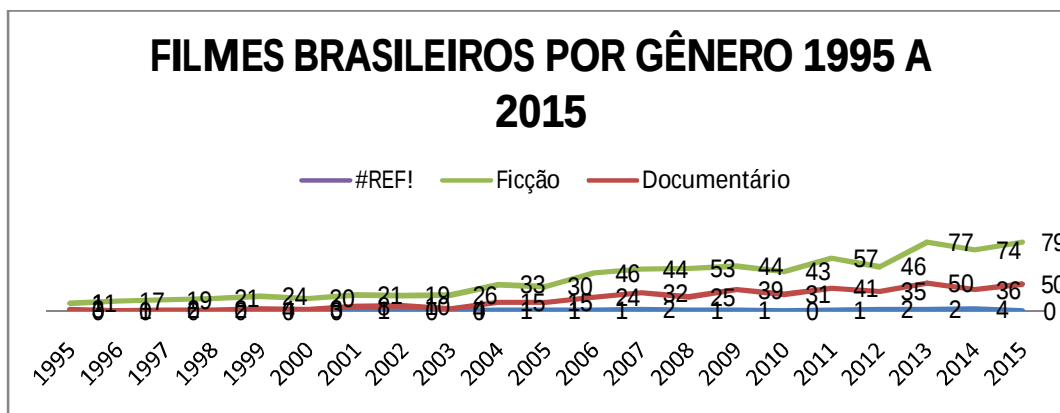


Gráfico 1 – fonte: ANCINE (2010)

Percebemos no gráfico 1 que a produção do gênero ficção e documentários vem num contínuo crescente, porém o gênero longa-metragem de animação permanece estagnado, tendo seu pico de produção no ano de 2015, quando foram lançadas quatro animações no mercado cinematográfico.

Conforme Gomes (2008), a falta de recursos financeiros, a dificuldade de se expor os filmes nas salas de cinema devido à hegemonia do produto norte-americano e a baixa

lucratividade do filme nacional, são alguns dos problemas que provocam a desistência dos autores da produção nacional de longas-metragens de animação. As leis de incentivo em geral não contemplam roteiros de longa-metragem de animação, pois, diferentemente dos longas com atores, leva-se cerca de quatro anos para animar um roteiro, o que demanda tempo e dinheiro (GOMES, 2008).

Mesmo diante desse cenário, Gomes (2008) considera que o cinema de animação vive um bom momento, principalmente a partir do convênio Brasil-Canadá e da criação da produtora Anima Mundi em 1993 e do festival homônimo. A produção de longas aumentou, mas ainda é incipiente. Porém, a produção de animações para publicidade chega a cerca de 90%. Vários animadores brasileiros se inseriram no mercado mundial de animações. A produção de curtas nacionais vem sendo reconhecida nos festivais internacionais e, aos poucos, a imagem de filmes de animação que se destinam ao público infantil vai crescendo (GOMES, 2008).

Gomes, (2008) citando a fala de Alberto Lopes à revista IstoÉ, em 27/07/2005, concorda: “a grande produção de animação do Brasil está voltada para a publicidade. Não construímos ainda uma indústria cinematográfica porque a iniciativa privada não percebeu isso como negócio” (p. 25). No ano de 2009, a revista Exame publicou uma matéria anunciando a entrada do desenho animado brasileiro no circuito nacional de TV e o crescimento da participação destes produtos na programação das TV internacionais. Fazendo um trocadilho com a fortuna do “Tio Patinhas”, a matéria dessa revista declara o mar de dinheiro que o produto propicia (DALMAZO, 2009).

Segundo Dalmazo (2009), havia no Brasil cerca de 30 empresas/estúdios de animação representadas pela associação *Brazilian TV Producers* (BTVP). Antevendo a lacuna no mercado, o estúdio brasileiro “TV PinGuim”, produtora de São Paulo, criou a série “Peixonauta” que foi a preferida das crianças do período. Essa série foi vendida para mais de 60 canais de outros países. A matéria relata a lucratividade do feito dessas indústrias:

Desenhos para TV são produtos de altíssimo valor agregado. As negociações internacionais são feitas em unidades de 30 minutos de programação. Cada bloco de meia hora é negociado por até 300.000 dólares. Uma série completa tem cerca de 10 horas, o que significa que uma série bem-sucedida pode alcançar um faturamento de até 7,5 milhões de dólares. Só com a venda dos direitos de exibição. O licenciamento de produtos pode alcançar um valor várias vezes superior a isso. (DALMAZO, 2009).

Na atualidade, o desenho animado brasileiro se tornou uma indústria bilionária, principalmente com a inserção da computação gráfica na produção dos desenhos. A matéria

continua festejando o lançamento de mais três produtos conhecidos do grande público para o espectador infantil. Segue relatando a parceria com as empresas canadenses que auxiliam a entrada do produto no mercado internacional ajudando a eliminar barreiras culturais, de modo que o produto se adapte a determinadas características de algumas localidades e se torne mais global. Informa que mais 30 produtos para o mercado infantil estão sendo preparados para o lançamento futuro. Todo esse movimento em dólares promovido pela recente indústria de animação infantil para a TV é financiada por novas linhas de créditos, abertas exclusivamente para o mercado audiovisual pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDS) com o apoio do Ministério da Cultura e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) que, segundo a gerente da BTVP, entenderam que esse setor gera muito dinheiro e muitos empregos (DALMAZO, 2009).

4. Análise da racionalidade da Era do Gelo 3

Neste capítulo iniciamos com algumas considerações sobre a pesquisa. Posteriormente, faremos a análise dos elementos macroestruturais que envolvem a produção da série “A era do Gelo” e, em seguida, discutiremos a racionalidade do filme “A Era do Gelo 3”, fazendo relações com a formação e a pseudoformação. Nossa discussão busca, ainda, dialogar com trabalhos que já fizeram análises de algum filme da série mesmo que a partir de outros referenciais teóricos, pois acreditamos que esta revisão bibliográfica foi fundamental para que percebêssemos sob que prismas esses filmes são prioritariamente discutidos.

Analizamos a racionalidade do filme de animação que alcançou o maior número de público nas salas de cinema do Brasil, no período de 2009 a 2015. O filme selecionado, “A Era do Gelo 3” (BLUE SKY/FOX, 2009) é um desenho animado, com classificação indicativa livre, que apresentou maior alcance de público dentre os filmes de animação exibidos nas salas de cinema brasileiras no período em questão.

4.1 - Considerações sobre o processo da pesquisa

Entendemos como racionalidade o que, conforme Adorno e Horkheimer (1985), apresenta uma conexão sistemática de conhecimentos das coisas, uma forma pela qual se conectam os diversos elementos do conceber algo. A racionalidade permite e faz funcionar as coisas em um sistema, age em prol do entendimento e de uma formação, ou seja, é base para o pensar, o agir e o sentir. A análise da racionalidade a partir da Teoria Crítica da Sociedade leva em conta a contradição, a relação entre particular e universal, entre todo e parte, compreende tanto a realidade numa perspectiva dialética como o processo, o movimento na história (ADORNO e HORKHEIMER, 2006, p. 71) e, no caso de um produto cultural, os elementos estéticos, a forma estética. Essa racionalidade é pensada em sua produção em relação com os conceitos de formação e de pseudoformação.

Elegemos o produto cultural filme em sua expressão mais desenvolvida em termos de busca de público, o filme mais assistido, que atingiu a quantidade maior de público, pois ao revelar essa racionalidade é possível indicar também elementos que estejam em outros filmes preferidos pelos brasileiros (MARX, 1964). Sabemos que a produção de qualquer produto, inclusive do produto cultural, constitui o expectador/consumidor, a forma de consumo e sua circulação (MARX, 1982). Nessa dinâmica, o expectador/consumidor também tem necessidades de certo tipo de filme, tem propensão a aderir. Portanto, não consideramos que

haja apenas uma lógica predominante na indústria cultural que dê certo tom de imposição, mas há um círculo de necessidades retroativas que envolvem a indústria cultural e o espectador.

É importante ressaltar que o filme que inicialmente é distribuído e exibido nos cinemas e que tem uma alta taxa de público, posteriormente é disponibilizado para exibição nos canais de TV, comercialização nas locadoras físicas e locadoras de filmes *on-line* e alimenta as redes de *network*, participando de processos educacionais para além do observado. Quando é sucesso de público é modelo, ganha critério de qualidade que é baseado no sucesso, na alta bilheteria, no lucro, e, portanto, se torna padrão da indústria cinematográfica - o que configura, em si, mais uma justificativa para a escolha do filme como objeto desta pesquisa.

4.1.1 - Classificação Indicativa Livre do Filme

O filme “A Era do Gelo 3” possui classificação indicativa livre. A Classificação Indicativa (CLASSIND) de produtos audiovisuais é realizada pelo Ministério da Justiça (MJ), por meio do Conselho Nacional de Justiça (SNJ). Segundo o Ministério da Justiça (2006), essa classificação tem por princípio a proteção da criança e do adolescente prevista na Constituição Federal de 1988 e no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) contra produtos e imagens que possam prejudicar a formação ou oferecer riscos e danos à sua saúde física e mental. A classificação considera a presença dos temas base sexo, drogas e violência, analisa se há discriminação racial ou de gênero, primando pela promoção da defesa dos direitos da criança, do adolescente e do idoso e pela liberdade de expressão (FEOLA; BERBET, 2014).

Segundo o Ministério da Justiça (2006), o conteúdo das produções é analisado para subsidiar a família na escolha adequada das programações de TV, cinema ou produtos de locação para exibição doméstica, teatro, jogos etc. Para isso, a classificação indicativa informa a faixa etária e os horários para os quais as produções audiovisuais são recomendadas, indicando que isso não substitui a decisão familiar sobre os conteúdos que crianças e adolescentes podem ou não assistir. O MJ considera a CLASSIND uma política Pública Estatal que fortalece a ideia de corresponsabilidade entre Estado, família e sociedade para a formação dos futuros cidadãos (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2006).

Segundo Feola e Berbet (2014), para a Classificação Indicativa, a obra audiovisual é submetida à equipe do SNJ e passa por três etapas: a descrição fática, a descrição temática e a

gradação. Ela é analisada, discutida e classificada considerando as inadequações, agravantes e atenuantes encontrados na obra. Os atenuantes e agravantes variam quando esses elementos tornam o conteúdo da obra mais ameno ou mais agressivo. Ou seja, o que atenua, agrava e, ao mesmo tempo, conforma a Classificação Indicativa é o modo como os três temas base (sexo, drogas e violência) são abordados no conteúdo das produções. O MJ observa os critérios base considerando aspectos como quantidade (número de vezes que aparece), relevância para o entendimento da obra, contextualização (recursos da linguagem audiovisual) e intensidade das cenas de sexo, drogas e violência. Portanto, o que determina a classificação não é a ausência ou presença de determinado conteúdo, mas sim o contexto e maneira a como este foi inserido na obra audiovisual (FEOLA; BERBET, 2014).

4.1.2 - Escolha do filme

Para chegarmos a esse filme, analisamos os relatórios do Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro, publicação produzida pela Agência Nacional de Cinema (ANCINE)²⁰, por meio da Superintendência de Análise de Mercado (SAM) e de suas diversas coordenações, dentre elas, a Coordenação de Monitoramento de Cinema, Vídeo Doméstico e Vídeo por Demanda (CCV), que subordina os trabalhos do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas (SADIS) (ANCINE, [200-?]a).

O SADIS é um sistema de coletas e concentração de dados responsável pelo recebimento das estatísticas da distribuição dos filmes no mercado nacional. Os dados são analisados, compilados e expostos nos anuários de cinema. A compilação dos dados fica a cargo das equipes da Coordenação de Cinema e Vídeo (CVV) subordinada a SAM. Os anuários são publicados e disponibilizados no *web site* do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) em dois formatos: dados oficiais parciais (semanais e mensais) e dados oficiais definitivos dos anuários.

O *web site* do OCA é mantido e organizado pela Coordenação do Observatório do Cinema e do Audiovisual (COB) e se responsabiliza por armazenar, disponibilizar e divulgar a produção estatística sobre o cinema e o audiovisual brasileiro realizada pelos diversos setores da ANCINE (ANCINE, [200-?]b).

Os dados que compõem os anuários estatísticos do cinema brasileiro são coletados

²⁰A ANCINE é a agência reguladora criada em 2001 pela Medida Provisória 2228-1 e, desde 2003, vinculada ao Ministério da Cultura. É uma autarquia que busca fomentar, regular e fiscalizar o mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É administrada por uma diretoria colegiada, aprovada pelo Senado Federal, às quais se subordinam cinco superintendências, dentre elas a SAM, que é responsável pelo SADIS.

por meio das informações enviadas aos SADIS por duas modalidades de coleta, uma semanal (SADIS AGREGADO) e outra mensal (SADIS DETALHADO)²¹. Em ambos, as empresas brasileiras distribuidoras de filmes ficam a cargo de remeter aos bancos de dados do SADIS as informações relativas aos números que as produções cinematográficas geraram ao serem exibidas nas salas de cinema cadastradas na ANCINE (ANCINE, [200-?]b).

Por meio da compilação desses resultados pode-se obter os dados oficiais sobre: 1) os títulos que estiveram em cartaz no período do anuário, além dos rendimentos financeiros; 2) o número de público atingido; 3) as datas de lançamento e período em que estiveram em cartaz, podendo aparecer variações de datas devido aos relançamentos; 4) o número de cópias que foram distribuídas por semana para exibição no Brasil, revelando o número de salas ocupadas com uma produção; 5) o número de salas em que a obra foi exibida e também se foi em película ou digital; 6) a quantidade de público que a obra obteve na semana (relatório SADIS AGREGADO), o número mensal de público de uma obra (relatório SADIS DETALHADO), a renda bruta da obra audiovisual durante a semana e a renda acumulada pelo relatório detalhado.

O sistema SADIS, foi criado pela SAM em outubro de 2008, mas somente em 2009 foi possível a compilação dos dados oficiais das bilheterias no SADIS. Apesar da existência do SADIS, a publicação da primeira edição dos anuários estatísticos do cinema Brasileiro – “Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro de 2012” - só ocorreu no ano de 2013²².

A edição de 2012 do referido anuário se divide em duas partes: a primeira traz números oficiais das bilheterias nas salas de cinema e dados sobre as empresas distribuidoras e o parque exibidor brasileiro do ano de 2012, e a segunda traz um panorama retrospectivo e comparativo dos principais indicadores do mercado cinematográfico do país entre os anos 2009 e 2012 (ANCINE, 2013).

Como a edição de 2012 traz dados da bilheteria de 2009 a 2012, delimitamos como

²¹ O SADIS possui dois sistemas de coletas de dados, o SADIS AGREGADO, no qual se fornece as informações agregadas relativas à exibição semanal de qualquer obra audiovisual brasileira ou estrangeira em salas de exibição, organizadas por título, relatório de informações agregadas a ser enviado à ANCINE, semanalmente, até a quarta-feira subsequente ao final da semana cinematográfica informada, exclusivamente, por meio de formulário web. O sistema SADIS DETALHADO fornece informações detalhadas relativas à exibição diária de qualquer obra audiovisual brasileira ou estrangeira em salas de exibição, organizadas por título, sala e dia de exibição, relatório de informações detalhadas a ser enviado à ANCINE, mensalmente, no prazo de 30 dias subsequentes ao final do período mensal informado, por meio de formulário web ou envio de arquivo em formato XML com formato definido em layout específico. Para efeito de contagem, a legislação demarca o período semanal do cinema com início às quintas-feiras e término às quartas-feiras da semana subsequente. O período anual das salas de cinema no Brasil se inicia no último dia do ano em que se coleta os dados e termina no quinto dia do ano subsequente ao coletado (ANCINE, [200-?]b).

²² A compilação ocorre do final do ano comercial onde são computados os rendimentos de todos os filmes que estiveram em cartaz ou relançamentos nas salas de cinema com dados das bilheterias do ano anterior.

início do período de análise dos filmes mais assistidos o período entre o ano de 2009 e o de 2015, que corresponde ao meu ingresso no programa de mestrado e também à última publicação disponível no *web site* OCA. Desse modo, pesquisamos o levantamento da bilheteria nos anuários de 2012 - que também continham dados de 2009 a 2011²³ - de 2013, 2014 e 2015.

Inicialmente separamos as animações dos demais gêneros (ficção, documentários e animação), nas listas com as 10 (dez) maiores bilheterias de cada ano. Assim pudemos destacar as animações mais vistas de cada ano, chegando à conclusão de que o filme “A Era do Gelo 3”, de direção do Brasileiro Carlos Saldanha e do Canadense Mike Thurmeier, produzido pela associação da “Twentieth Century Fox Animation” e a “Blue Sky Studios Production”, estreado no Brasil em 03 de julho de 2009 e nos EUA, país de origem, em 04 de Julho de 2009, foi o filme que obteve o maior público acumulado²⁴ no período, sendo o mais assistido.

4.2 – A Era do Gelo 3 e suas relações

A Era do Gelo assume o primeiro lugar no que diz respeito ao filme de desenho animado mais assistido no Brasil, mesmo que não seja o desenho animado mais lucrativo em relação a outros filmes de desenhos animados como expressa a tabela abaixo:

Tabela 1 - ANIMAÇÕES DE MAIOR PÚBLICO ACUMULADO ENTRE 2009 -2015							
*	Título	País	Distribuidora	Data de lançamento	Salas ocupadas	Público acumulado	Renda R\$
1	A era do gelo 3	EUA	FOX	03/07/09	777	9.281.202	81.126.935,00
2	Minions	EUA	Universal	25/06/2015	1.084	8.912.094	119.998.320,79
3	A era do gelo 4	EUA	FOX	29/06/12	1.010	8.728.719	94.701.801,95
4	Shrek para Sempre	EUA	Paramount	09/07/10	757	7.368.374	70.471.835,00
5	Meu malvado favorito 2	EUA	Universal	05/07/13	923	6.989.217	80.603.472,00
6	Rio	EUA	FOX	2011	1.016	6.065.545	66.020.659,41

Tabela 1 – Fonte: ranking das 20 maiores bilheterias de 2009-2015 (ANCINE, 2016)

Observamos também que, segundo o “Informe de Acompanhamento de Mercado SADIS AGREGADO – 2009”, “A Era do Gelo 3”, em 2009, obteve maior público acumulado

²³De 2008 a 2011 o SADIS executava a coleta semanal e compilação mensal de dados, mas ainda não publicava em anuários. Os dados eram disponibilizados em documentos on-line no site do OCA.

²⁴ Número total de espectadores do filme no período em que esteve em cartaz.

dentre todos os filmes, independente do gênero, incluindo todas as salas de cinema no Brasil, e atingiu em 2009 “o segundo maior público dos últimos 20 anos, ficando somente atrás de “TITANIC”, que teve público de 16.377.228 espectadores em 1998” (ANCINE, 2010, s/p.). Até o ano de 2015 ainda não houve uma bilheteria de animação que superasse em público acumulado “A Era do gelo 3”²⁵.

Percebemos que todos os seis filmes de animação que foram mais assistidos são da indústria norte-americana. Isso revela a hegemonia das produções dessa indústria de filmes, que têm em seu catálogo os filmes mais vistos no Brasil e no mundo, tanto no gênero animação, quanto nos filmes com atores.

A *FOX Film do Brasil* é distribuidora de três dos seis filmes de desenho animado com maior público acumulado. Um dos fatores que determina essa questão é que essa distribuidora é uma das que monopolizam a distribuição de cópias nas salas de cinema do Brasil. Segundo o ANCINE (2011, p. 9),

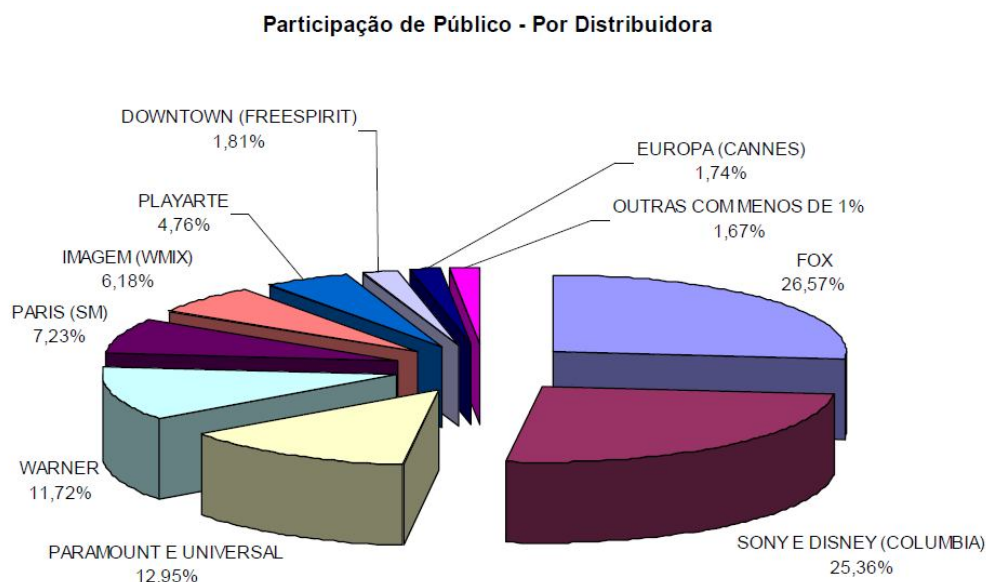
as distribuidoras são empresas detentoras de direitos de comercialização de obras audiovisuais para o segmento de vídeo doméstico. No Brasil há cerca de 90 empresas distribuidoras atuando. Destas, seis são ligadas aos grandes estúdios de filmes norte-americanos, as chamadas *majors* (Sony, Disney, Warner, Universal, Fox e Paramount). As demais são pequenas e médias empresas nacionais independentes.

Segundo Duarte (2008), os grandes estúdios, principalmente os norte-americanos, são corporações que se fortaleceram a partir de fusões e aquisições que ocorreram na década de 1990, e ilustram bem o capitalismo dos monopólios. Dentre os casos levantados por Duarte, destacamos o do Magnata australiano Rupert Murdoch, em 1983, que comprou o canal de TV por satélite britânico *SATV*, e em 1985 comprou a *Twentieth Century Fox*, criando a *FOX TV* em 1988, dividindo espaço com as maiores redes de TV norte-americana. Posteriormente, Murdoch partiu para o mercado asiático transformando a *SATV* em *Sky TV* atuando no mundo, inclusive no Brasil, com parceria da Rede Globo e, até então, dividindo mercado com a *DirecTV*. Em 2005, ocorre a fusão da *Sky* com a *DirecTV* (DUARTE 2008). A *Fox TV* é um dos seis estúdios pioneiros de Hollywood. Por razões comerciais e estratégicas, tem seu nome ligado a canais de televisão e de alcance global com a ideia de produzir com baixos custos, consolidando um formato mundial pautado em *talk shows* e *reality shows* (DUARTE 2008).

²⁵Em 17/12/2017 foi publicado o Anuários edição 2016. Os dados apresentados mantêm *A era do gelo 3* como a maior audiência em bilheteria de cinema no Brasil, dentre todas animações de todos os tempos (ANCINE, 2017).

A *Fox Film do Brasil* é uma das *majors* que mais comercializa títulos nacionais e internacionais de animação e cinema de atores no Brasil. No gráfico abaixo encontramos a participação das distribuidoras no ano de 2009.

Imagem I – gráfico de público atingido por distribuidora no Brasil.



Fonte: Ancine (2010)

Em 2009, a performance das *majors* (Sony, Disney, Warner, Universal, Fox e Paramount) se destaca quando comparada ao número de público de filmes das distribuidoras menores. O número de público acumulado da *Fox Film do Brasil* é o mais elevado. Com certeza “A era do Gelo 3” contribuiu para essa performance. A *Fox Film do Brasil* obteve o primeiro lugar dentre as distribuidoras que atuaram no mercado nacional, acumulando 29.939.200 espectadores em filmes internacionais, o que representa 26,57% do público total de outros filmes estrangeiros. Com os filmes brasileiros, totalizou 6.215.189 de espectadores, correspondendo a 38,62% do público para as obras nacionais. É importante ressaltar que a *Fox Film do Brasil* comercializou somente 10 títulos nacionais para obter esse resultado acima (ANCINE, 2010).

No ano de 2009, 52 empresas atuaram na distribuição de filmes para salas de exibição no Brasil. Ao longo do ano foram exibidos 587 filmes, sendo 174 produções brasileiras, 219 norte-americanas e 194 de outros países. Na tabela abaixo está disposto o comportamento das empresas distribuidoras (ANCINE, 2010).

Imagem II – tabela de distribuidoras no ano de 2009.

Resultados segundo o tipo de distribuidora

Tipo de Distribuidora	Total				Filmes Brasileiros			
	Títulos		Público		Títulos		Público	
	Nº obras	%	Espectadores	%	Nº obras	%	Espectadores	%
Majors	170	28,96%	86.307.528	76,59%	37	21,26%	10.497.458	65,23%
Independentes/ Distribuição Própria	417	71,04%	26.375.855	23,41%	137	78,74%	5.595.024	34,77%
Total	587	100,00%	112.683.383	100,00%	174	100,00%	16.092.482	100,00%

Fonte: Ancine (2010)

No quadro podemos observar que, apesar de as *majors* comercializarem menos títulos que as distribuidoras independentes e próprias, elas obtêm o maior número de público. Isso se dá porque as *majors* ocupam o maior número de salas para exibição de seus títulos. Basta olharmos os números expressos na Tabela -1, disposta acima, para vemos as salas ocupadas pelas *majors*. Por exemplo, a *Fox* ocupou 777 salas para “A era do gelo 3” (2009); a *Universal*, ocupou 1084 salas para exibir “Os Minions” (2015), e a *Paramont* ocupou 757 salas para exibir “Shrek para sempre” (2010).

Em 2015 a Fox Film do Brasil exibiu 48 filmes internacionais e 03 nacionais. Desses, fez o lançando de 20 filmes internacionais e 2 nacionais. Com esses números a Fox ficou em terceiro lugar no ranking de distribuidoras de filmes nos cinemas brasileiro, obtendo 27.476.565 espectadores em filmes internacionais, o que significa 15,9% do público total do segmento. Para filmes nacionais, ela obteve 973.744 de espectadores, significando 4,3%do segmento (ANCINE, 2010). Portanto, podemos dizer que a *FOX* se delineia como um grande monopólio da indústria cultural.

O controle das empresas distribuidoras sobre o parque expositor brasileiro nos oferece elementos para a compreensão do contexto em que se dá a hegemonia da produção cinematográfica estadunidense sobre as produções estrangeiras e brasileiras. Gomes (2008) aponta que, dentre as dificuldades que o cinema de animação brasileiro vivencia, uma delas é encontrar salas disponíveis para exposição das produções nacionais. Amancio (2007) refere-se à dependência do cinema de financiamentos públicos e também lembra essa dificuldade de se encontrar salas disponíveis para exibição da produção nacional.

Se levarmos em conta o período estudado (2009-2015) e outros gêneros de filmes, o “Anuário Estatístico do cinema brasileiro: 2015” indica que o filme “A Era do Gelo 3” (Blue Sky/FOX, 2009) está em sexto lugar no filme de maior bilheteria no Brasil (ANCINE, 2016), conforme exposto na tabela 3:

Tabela 2 - PRIMEIROS COLOCADOS DO RANKING TOP-20 (2009-2015)

Título filme	País	Distribuidora	Ano de lançamento	Salas ocupadas	Público acumulado
Tropa de elite 2	Brasil	Zazen	2010	733	11.146.723
Os Vingadores – <i>The Avengers</i>	EUA	Disney	2012	1.042	10.911.371
Vingadores: A Era de Ultron	EUA	Disney	2015	1.356	10.129.071
Velozes e Furiosos 7	EUA	Universal	2015	1.046	9.857.946
A saga Crepúsculo: Amanhecer – Parte 2 O final	EUA	Paris Film	2012	1.410	9.596.296
A era do gelo 3	EUA	FOX	2009	777	9.281.202

Fonte: Anuário Estatístico do cinema brasileiro: 2015 (ANCINE, 2016, p.13)

Percebemos que os outros não possuem o formato de desenho animado. Constatamos também que a Classificação Indicativa Livre que inclui toda faixa etária não foi predominante para o filme ser o mais assistido, independente do gênero, já que “Tropa de elite 2”, que não é recomendado para menores de 16 anos, foi o que teve maior público, seguido de outros que também não tem classificação livre, como indica a Tabela 4:

TABELA 3 – CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DOS FILMES DA TABELA 3

Filme	Classificação Indicativa
Tropa de elite 2	não recomendada para menores de 16 anos
Velozes e furiosos 7	não recomendado para menores de 14 anos
Os Vingadores – <i>The Avengers</i>	não recomendado para menores de 12 anos
Vingadores: A Era de Ultron	não recomendado para menores de 12 anos
A saga Crepúsculo: Amanhecer – Parte 2 O final	não recomendado para menores de 12 anos

FONTE: Ministério da Justiça <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao>

Esse dado levanta a hipótese de que não é a criança o maior público que vai ao cinema, uma vez que os primeiros filmes da lista têm restrições para públicos menores de 16, 14 e 12 anos.

Outra questão importante é que todos os filmes expressos da Tabela 3 são sequências de franquias de filmes produzidos em séries de episódios de longa-metragem. A franquia “Velozes e Furiosos” lançou o primeiro filme em 2001, e em 2015 lançou o sétimo, já prometendo na imprensa o lançamento do nono episódio para 2020. A série “Vingadores – *Avengers*” tem como tema as aventuras vividas pela união dos super-heróis Thor, Homem de Ferro, Hulk, Viúva Negra e Gavião Arqueiro, que foram criados originalmente para as histórias em quadrinhos da *Marvel comics*. Nos filmes eles estão a Serviço do Governo americano para resolverem conflitos interestaciais. Essa reedição no cinema e junção de personagens mostra uma estratégia da indústria cultural que é de repetir o padrão que deu

sucesso, de apresentar uma mesma lógica, embora com detalhes que são ressaltados, tais como a junção de heróis ou novo desafio para os mesmos.

Esse filme mostra também um forte teor ideológico. Segundo Viana (2005), a origem dos heróis norte-americanos remete aos anos da crise de 1929, quando os Estados Unidos demandavam a figura compensadora imaginária do herói. Essa origem caminha junto à produção de histórias em quadrinhos. Os heróis inspiravam a ação humana e reafirmavam a proeminência dos norte-americanos frente às outras nações na competição interimperialista. Nesse contexto, surgiram personagens como “Tarzan”, “Mandrake”, “Flash Gordon”, “Fantasma” entre outros, que realizavam suas aventuras em terras selvagens e na África. Nos anos de 1930-1940, com a iminência da guerra e a cruzada antifascista surgiram os heróis ligados a militar, “Capitão Comando”, “Falcão Negro”, culminando em famosos super-heróis: “Capitão América” e o “Super-Homem” todos a serviço da proteção mundial.

O cinema e a TV se apropriaram desses heróis e super-heróis das histórias em quadrinhos e produziram vários filmes e seriados, com atores e com desenhos animados. Desfilam nessa indústria um rol de produtos para a telinha e para a telona de filmes tais como “Batman”, “Super-Homem”, “Capitão-America”, “Hulk”, “Homem-Aranha”, entre outros. Todos são *blockbusters*, acumulam grande sucesso de público e mantêm a fórmula de sucesso, revezando os nomes dos atores que vão compor esses personagens e enfatizando os detalhes como artifício de atração da indústria cultural.

Não se trata de uma novidade na indústria cinematográfica. Adorno e Horkheimer (1985) afirmaram já na década de 1940 que não há nada de novo nessa indústria: o que é novo na fase da cultura de massa é a exclusão do novo. A máquina se movimenta sem sair do lugar, pois ao mesmo tempo em que determina o que será produzido, descarta o que não foi experimentado, evitando o risco de perigo que o novo poderia representar para a vitória do ritmo e da dinâmica da produção e reprodução mecânica. Sua ideologia é o negócio, pois a verdade é que a fonte de poder dessa indústria provém do controle da identificação da necessidade produzida (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Essa é a forma pela qual se garante a permanência das coisas como estão. Em outras palavras, a repetição massiva de uma lógica em filmes de franquia e de filmes que envolvem o padrão da indústria cultural confirma a conformação dessa mesma lógica, se justificando pelo gosto do consumidor e dificultando outros filmes de serem distribuídos em salas de cinema. Mesmo que o tempo de lançamento de um filme para outro diminua e que sejam feitos vários lançamentos por ano, esse movimento controlado e ao mesmo tempo frenético mantém a ordem e garante que tudo esteja no mesmo lugar, com a mesma racionalidade.

Outra característica dessa indústria é que os cineastas produzem à luz dos *best-sellers*. “A saga crepúsculo”, da romancista Stephenie Meyer, antes de ser adaptada e filmada para o cinema, fez parte dos livros mais vendidos por semanas nos Estados Unidos e foi traduzido em mais de 37 países. Segundo Siqueira (2014), com o lançamento em 2008 da adaptação do livro no Brasil e a venda de mais de 1,3 milhões de livros em seu último lançamento, os livros de Meyer não deixam nenhuma dúvida quanto ao sucesso de suas continuações. Desfila nesse rol a série “Harry Potter” (Waner Bros/Heyday Films), a Trilogia “Senhor dos anéis” e recentemente as adaptação e filmagem dos romances juvenis de John Green “A Culpa é das estrelas” (FOX, 2014) e “Cidades de Papel” (FOX, 2015).

Para que essas séries disfarcem o tédio proveniente da repetição desmedida, emergem no meio da trama surpresas estupidamente arquitetadas, um detalhe que é ressaltado como novo, um novo coadjuvante, mas a racionalidade é a mesma, sendo apenas uma roupagem nova ao velho torvelinho. A cada filme de “Os Vingadores” novos heróis se juntam como parte do grupo como aliados e como opositores. Nos filmes da “Saga Crepúsculo” ocorrem guerras entre clãs diferentes e no episódio final uma gravidez entre vampiro e uma humana. Na série “Harry Potter”, o bruxo-mirim passa por tormentas a cada filme e quando por um fio escapa da morte intentada por seu algoz, passa para outro filme com sua peleja entre ser aceito no grupo de colegas de escola e escapar da morte programada desde seu nascimento.

Percebemos que os filmes de animação que seguem a lógica da indústria cultural são fontes de lucro para o mercado cinematográfico. Se olharmos o ranking das cinquenta maiores arrecadações de bilheteria do mundo, observamos que os filmes de desenho animado participam da escala na arrecadação de volumosas cifras, juntamente com os filmes de ficção com atores reais. Segundo o site norte-americano *BOX OFFICE MOJO*²⁶, dentre os 50 filmes de maior bilheteria de todos os tempos, 12 são desenhos animados. Desses 12 filmes, 4 conseguiram superar a casa de 1 bilhão de dólares de arrecadação em todo o planeta. O restante beirou essa marca. A série de filmes de “A Era do gelo” conseguiu emplacar dois títulos nessa lista, sendo “A era do gelo 3” ocupando a 43ª posição e o filme “A era do gelo 4” ocupando a 46ª posição.

Segundo a “Revista Filme B”, publicação do *site* homônimo, a franquia “A era do

²⁶ As informações relativas a orçamento de produções, bilheterias e arrecadações, considerando o mercado internacional, foram colhidas em *blogs* e sítios da internet www.boxofficemojo.com e www.filmeb.com.br. Selecionamos dois sítios que se dedicam exclusivamente às atividades monitoração e manutenção de um banco de dados, atualizado diariamente, com o comportamento das salas de exibição, das empresas de distribuição e das produtoras de cinema. Geralmente, estes sítios são os fornecedores de dados primários para os vários *blogs* e sites que analisam o mercado cinematográfico nacional e internacional.

Gelo” acumulou no Brasil números que a torna um fenômeno nacional de bilheteria. De acordo com a revista, até antes do lançamento do quinto filme da sequência, “A era do gelo” obteve o seguinte histórico de acúmulo:

A era do gelo (2002) Ingressos no Brasil: 2,5 milhões Bilheteria mundial: US\$ 383,2 milhões. *A era do gelo 2* (2006) Ingressos no Brasil: 5,8 milhões Bilheteria mundial: US\$ 660,9 milhões *A era do gelo 3* (2009) Ingressos no Brasil: 9,2 milhões Bilheteria mundial: US\$ 886,6 milhões *A era do gelo 4* (2012) Ingressos no Brasil: 8,7 milhões Bilheteria mundial: US\$ 877,2 milhões. (REVISTA FILME B, 2016, p.17).

Somando por aproximação, temos que os quatro filmes da franquia obtiveram mais 26,8 milhões de espectadores somente nos cinemas brasileiros. De acordo com a Revista Exame (2016), “com a marca recorde de R\$ 230 milhões e cerca de 25 milhões de espectadores com os últimos lançamentos, a franquia de “A Era do Gelo” acumula a maior bilheteria em animação no Brasil”²⁷. Tanto a matéria da Revista Filme B, quanto da Revista Exame apostavam no quinto filme da série, numa repetição do sucesso de bilheteria dos quatro filmes anteriores. Mas, ao contrário das expectativas, o filme não rendeu a mesma quantidade que o terceiro e o quarto filmes da franquia. Segundo o Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro de 2016, o filme “A era do Gelo 5 – o big bang”, ocupou um total de 1180 salas de cinema no Brasil e obteve um total de 5.260.450 de espectadores no cinema.

Observa-se assim que “A Era do Gelo 3” faz parte de uma série de filmes que contém cinco episódios de longa-metragem para o cinema e nove filmes curta-metragem que exploram histórias curtas e temáticas especiais com os personagens, principalmente Scratt e Sid, protagonizando histórias com a trupe. Na tabela abaixo, relacionamos os filmes longa-metragem com os curta-metragem.

TABELA- 4 FILMES DA SÉRIE ERA DO GELO		
Titulo inglês/português	Ano	Público acumulado (mi)
Ice Age/A era do gelo	2002	2,5 *
Ice Age 2 – meltdown /A era do gelo 2 – O degelo	2006	5,8 *
Ice Age 3 – Dawn of the Dinosaurs 3D/A era do gelo 3	2009	9.281.202
Ice Age 4 – continental drift /A era do gelo 4 - Deriva continental	2014	8,7 *
Ice Age 5 – Collision in Course/A era do gelo 5 – Big Bang	2017	5.260.450
GoneNutry - A Aventura Perdida De Scratt curta-metragem DVD	2002	--
Not times for nuts/Sem tempo para nozes curta metragem para DVD	2006	--
Surviving Sid / Sobrevivendo Ao Sid	2008	

²⁷ A Revista comercial, Exame [on-line], na seção tecnologia, publicou no dia 01, de julho de 2016, por ocasião do lançamento do quinto filme da franquia “A era do Gelo”, uma reportagem com a seguinte Manchete: Waze ganha voz de Sid, de “A Era do Gelo”. A matéria apresenta o lançamento do filme, mas a ênfase do texto ressalta os valores monetários alcançados pelo filme e o subproduto que o APP WAZE lançara para a esteira do sucesso do filme. Em contrapartida, a Waze marcara todos os cinemas do Brasil em que o filme esteja em cartaz. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/waze-ganha-voz-de-sid-de-a-era-do-gelo/>>

Scrat's Continental Crack-up	2010	
Scrat's continental crack-up 2	2011	
A era do gelo especial de natal	2011	--
Cosmic Scrat-tastrophe / Scratástrofecomic	2015	
A era do gelo a grande caçada aos ovos de páscoa	2016	--

Fontes: www.filmeb.com.br; ANCINE;

*valores de público aproximado.

O primeiro filme longa-metragem estreou em 2002, uma produção da associação da *Fox Animation* com a *Blue Sky Studios*. O filme foi dirigido por Chris Wedge, com a co-direção do brasileiro Carlos Saldanha. O roteiro do filme é de responsabilidade de Mike Thurmeier e Galen T Chum; a produção é de Lori Forte; a música de David Newman. Esse filme teve a co-direção do Brasileiro Carlos Saldanha, animador, especializado em animação computadorizada, que foi produtor e co-diretor de “A Era do Gelo” e produtor de “A era do gelo 2”. Saldanha trabalhou com Chris Wedge desde o Curta-metragem “Bunny”, ganhador do OSCAR em 1999, portanto essa pareceria se alargou durante algum tempo. Segundo a revista Exame, a busca por formação na computação gráfica e o sucesso como diretor em Hollywood da “A era do gelo” consagrou Saldanha como o brasileiro de maior sucesso em Hollywood de todos os tempos, ao menos em termos de arrecadação de bilheteria²⁸.

“A era do gelo” (Blue Sky/FOX, 2002) utilizou um programa Raytracing capaz de imitar a luz ambiente em computador. Essa engenharia foi atribuída à equipe de cientistas - físicos especializados em teoria da física da luz que estavam presentes no filme. O diretor Chris Wedge afirmou que essa tecnologia simula as sutilezas da luz ambiente fazendo tudo parecer mais atraente e tangível. Já percebemos nesse filme a tecnologia sendo enaltecida como diferencial e justificativa para o mesmo ser visto como de qualidade, de “arte” - como se o aparato tecnológico e a nova forma de se produzir antecipassem o delineamento de uma boa obra. Adorno e Horkheimer (1985) já indicam o quanto esse recurso é usado para qualificar um produto da indústria cultural. Matérias de jornal também ressaltam que o diretor, a equipe de produção e os consultores fizeram uma longa pesquisa no museu de história natural em Nova York para construírem o ambiente do filme²⁹.

Nesse filme existem os personagens centrais da série: o mamute Manny (Manfred), a Preguiça Sid, o tigre Diego e o personagem Scrat, um esquilo pré-histórico, como indica o quadro abaixo:

²⁸<https://exame.abril.com.br/carreira/a-noz-de-carlos-saldanha/>

²⁹ Jornal ESTADÃO, folha cultura, manchete: O diretor de “A Era do Gelo” é Brasileiro, 21/03/2012. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/cinema,o-diretor-de-a-era-do-gelo-e-brasileiro,20020321p375>>

Imagem III – Personagens principais do filme “A era do Gelo 1”.



Da esquerda para a direita: Manny, Sid, Diego e Scrat.

Fonte: <http://www.iceagemovies.com/br/characters>

Os personagens dos filmes foram dublados, tanto na versão norte-americana como na brasileira, por atores renomados, considerados grandes estrelas da indústria cultural. O personagem Manny ganhou voz do ator norte-americano Ray Romano e do brasileiro Diogo Vilela; Sid foi dublado na versão original por Jhon Leguizamo e no Brasil por Tadeu Mello; o tigre Diego dublado nos EUA por Denis Leary, e na cópia brasileira recebeu a voz do ator Márcio Garcia; o esquilo Scrat recebeu voz pelo diretor do filme Chris Wedge.

Durante o período de lançamento do filme de “A era do Gelo”, os dubladores nacionais foram anunciados em matérias publicitárias e noticiários que tratavam de cinema e entretenimento. Percebemos que todos são atores contratados do oligopólio da comunicação brasileira “Rede Globo”. O ator Diogo Vilela esteve envolvido em *sitcom*³⁰ e novelas, geralmente em personagens cômicos; o Ator Tadeu Melo é humorista atuando em programas infantis, nos filmes da Xuxa e personagens cômicos em novelas da Globo. Entre 2003 e 2010 protagonizou o personagem, “Tatá”, em “A turma do Didi”, programa humorístico que foi lançado depois do término de “Os trapalhões”. O Ator Márcio Garcia é um conhecido galã de TV e de cinema, com participação em filmes em Hollywood. Entre 2000 e 2002 Márcio Garcia esteve como apresentador do *talk show* infantil “Gente Inocente”, contracenando com um elenco mirim da emissora e conduzindo brincadeiras e jogos com a plateia. Assim, os atores escolhidos para a dublagem tinham visibilidade na mídia com programas infantis e de humor que não saem da lógica do próprio filme, havendo uma retroalimentação da própria lógica da indústria.

No sítio oficial do filme na internet a descrição dos personagens é a seguinte:

³⁰Seriado para televisão de caráter cômico que apresenta temas do cotidiano familiar ou de trabalho, que pode ser gravado, com ou sem a presença de plateia, ou em locações, geralmente com um cenário central, onde grande parte da trama ocorre. (<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/sitcom/>)

SCRAT: Scrat é um esquilo da pré-história cujo único propósito na vida é enterrar uma noz traiçoeira, que sempre (sempre!) causa eventos catastróficos. SID: Sid é uma preguiça cheia de boas intenções, mas suas travessuras exageradas muitas vezes geram resultados desastrosos; assim, ele é o centro das risadas em *A Era do Gelo*. Mas não importa o quanto ele possa irritar Manny e a turma, suas qualidades cativantes fazem de Sid um amigo querido do bando. MANNY: Antes, um andarilho solitário das altas planícies, o mamute Manny agora é cara de família que, por baixo do exterior forte, é um patriarca e amigo caloroso. DIEGO: Diego é um tigre dente-de-sabre durão, mas tem um grande coração. Ele mudou muito desde que entrou para o bando, mas nunca perdeu seu ar de perigo.
(<http://www.iceagemovies.com/br/characters>)

Nesse filme, os personagens Sid e Manny são tipos solitários e isolados. Sid é abandonado, na surdina, por sua família, e Manny é uma espécie de andarilho que acredita ser o último mamute de sua espécie extinta. Em seguida, o tigre Diego, que pertence a um grupo de tigres caçadores, se junta à dupla com interesses de ludibriá-los e tirar proveito. O grupo recém-formado tem a missão de entregar um bebê humano a um grupo nômade que está migrando para o norte para atravessar uma passagem e formar acampamento em um lugar longe das geleiras. Solitário, o grupo vai apresentando suas personalidades e emoções. À medida que se conhecem se percebem fortes como grupo. A jornada termina como uma batalha entre o trio e o antigo bando de Diego, onde o trio sai vencedor. Em seguida, o bando encontra o grupo humano e entrega-lhe o bebê. O primeiro filme termina com o trio de amigos planejando novas aventuras, construindo o esquema para o próximo filme. A união do trio feita no primeiro filme permanece até o último episódio da série.

Encontramos na internet três sinopses diferentes sobre esse filme. Uma no site oficial da franquia, outra no site da *Fox film do Brasil* e outra no site de buscas *Google*. Todas resumidamente apresentam uma aventura que ocorre na terra há vinte milhões de anos atrás, onde três animais pré-históricos partem em aventura pra devolverem uma criança humana à sua tribo e nessa caminhada adquirem novas experiências e vão se transformando durante o percurso. A referência que se faz ao personagem Scrat é sobre suas participações esporádicas em diversos momentos da trama. Por causa do seu grande sucesso nesse primeiro filme, nos próximos filmes é referência permanente. Essa racionalidade de se reproduzir o sucesso e de eliminar elementos estranhos que não são ainda testados também está presente na indústria da cultura.

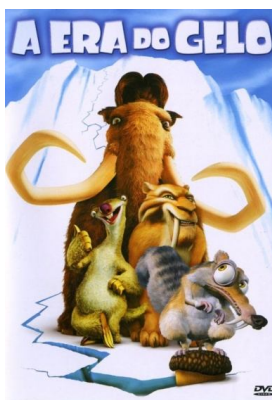
A sinopse do site oficial apresenta o filme:

O mundo pleno de maravilhas e perigos foi apresentado pela primeira vez em *A ERA DO GELO*, quando Manny, nosso mamute peludo, encontra-se pela primeira vez com Sid, a adorável preguiça e Diego, o tigre dente-de-sabre predador (na época). Eles estabelecem laços surpreendentes quando o trio de desajustados é

forçado a fazer uma viagem para devolver um bebê humano ao seu acampamento. Nenhum deles sabia que este seria o começo de uma amizade que continuaria por toda a vida. E, claro, Scrat, o esquilo dente-de-sabre, estreia como o pobre coitado que nunca consegue a sua noz. (<http://www.iceagemovies.com/br/films/a-era-do-gelo>).

O cartaz do filme³¹ é ilustrado com a figura dos quatro personagens como tema central na composição da imagem.

Imagem IV - Cartaz do filme “A era do gelo 1”.



Fonte: <http://www.iceagemovies.com/br/films/a-era-do-gelo>

Notamos que o fundo apresenta uma montanha gigantesca de gelo com uma rachadura que termina na parte de baixo da composição, ligando-se à noz e ao esquilo Scrat, localizado em primeiro plano mas na parte baixo, com o olhar que se volta para trás, meio receoso, no sentido de averiguar os demais personagens. A rachadura da geleira ocorre já nos minutos iniciais da trama quando Scrat (um esquilo dente de sabre) em sua perseguição obstinada pela noz provoca essa rachadura e muitas confusões. Eles se dispõem em triângulo, tendo o mamute como figura maior que protege o bando.

Quatro anos depois, em 2006, estreou o segundo filme da franquia. A direção desse episódio é de Lori Forte; a música passa a ser de John Powell; o roteiro é de Peter Gauker, Guerry Swallon e Jim Hecht; os produtores executivos são Chris Wedge e Christopher Meleandri e a direção de produção é do brasileiro Carlos Saldanha. A sinopse oficial diz:

Em A era do gelo 2, nossos heróis glaciais estão de volta. A Era do Gelo está chegando ao fim e os animais aproveitando o paraíso derretido que é seu novo mundo. Manny, Sid e Diego aprendem rapidamente que o aquecimento do clima tem

³¹Encontramos apenas cartazes do filme *A Era do Gelo* e *A Era do Gelo 2* no cinema com baixa resolução, por isso inserimos o cartaz do filme em DVD, mas a imagem é a mesma. Mesmo sabendo que é importante resguardar a fidelidade do cartaz do filme por ter informações de créditos, como não fazemos do cartaz elemento central da nossa pesquisa, inserimos estes, que possuem a mesma imagem, arte, dos personagens e do título.

uma grande desvantagem: uma enorme represa glacial está prestes a romper, ameaçando todo o vale. A única chance de sobrevivência está no extremo oposto do vale. Os três embarcam nesta missão, em que conhecem Ellie, uma excêntrica mamute, e seus dois irmãos gambás, Crash e Eddie, que fazem companhia ao grupo. O bando segue em meio a um universo cada vez mais perigoso em busca da salvação. (<http://www.iceagemovies.com/br/films/a-era-do-gelo-2>)

O grupo de amigos enfrenta no segundo filme a missão de salvar todos os habitantes da região em que vivem de uma catástrofe que poderia ser provocada pelo rompimento de um lago formado pelo descongelamento da terra. Nesse episódio a produção mantém o mesmo time de atores dubladores, tanto no Brasil como nos EUA, porém são acrescentados ao filme mais três personagens coadjuvantes: Ellie, uma mamute fêmea que acredita ser uma gambá e mais tarde formará par romântico com o mamute Manny, e dois gambás, Crash e Eddie, que são irmãos adotivos de Ellie. As dubladoras de Ellie são duas atrizes reconhecidas do grande público: a holywoodiana Queen Latifah nos EUA e Cláudia Jimenez no Brasil. Jimenez é atriz da rede Globo, esteve no elenco de *sitcom*, novelas e programas humorísticos tais como “Escolinha do professor Raimundo” e “Sai de Baixo”. A participação de Claudia Jimenez nas animações foi muito noticiada como forma de divulgação dos filmes. Ela fez a dublagem no segundo e terceiro filmes da série. Crash e Eddie receberam, respectivamente, as vozes dos atores norte-americanos, Seann William Scott e Josh Peck. Atores de comédias juvenis como a série “American Pie” (Paris film) e da série de TV (Nickelodeon). No Brasil, não conseguimos obter informações sobre os dubladores de Crash e Eddie.

Percebemos mas uma vez que os artistas famosos elencados para a dublagem dos filmes revelam a sistemática que reúne os diversos setores da indústria cultural. O que é sucesso em uma mídia (televisão, rádio) ou em um produto cultural (programa, novela etc.) é reforçado no outro, havendo uma rede que se apresenta em todas as mídias. “Não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 103). Por esse e outros motivos é que acontece a reificação em massas e que também esses autores definem indústria não por ser uma só mídia e nem um só produto cultural, mas uma rede que envolve várias mídias e produtos.

Imagem V – Principais personagens acrescentados ao segundo filme de “A era do gelo”.



Da esquerda para Direita Ellie e Crash e Eddie

Fonte: <http://www.iceagemovies.com/br/characters>

Os personagens são apresentados no site oficial da franquia da seguinte forma:

ELLIE, a mamute que se considera parte gambá, conta com uma personalidade única. Sua natureza amorosa faz dela o par perfeito para Manny. Enquanto Manny é o líder poderoso do bando, Ellie é o coração. CRASH & EDDIE, são os irmãos gambás não tão brilhantes de Ellie, que se orgulham muito por suas travessuras destemidas e sempre encontram maneiras audaciosas de se meterem em apuros. (<http://www.iceagemovies.com/br/characters>)

Esses personagens compõem definitivamente o grupo e permanecem na *trupe* até o último episódio. Crash e Eddie, debochados, insanos e espertalhões, despertarão o riso com o deboche das mazelas dos outros personagens. Crash e Eddie são emblemas do humor que Adorno e Horkheimer (1985) caracterizou como típico da indústria cultural que vive do escárnio daquilo que há de humano nos outros. Como já discutido pelos autores, esse humor não reconcilia o sujeito com a sua humanidade, com seus limites e imperfeições, pelo contrário, promove o deboche de suas fraquezas.

A personagem Ellie, confusa, pois acredita que é um gambá, deixa aparente nessa situação certa imaturidade que também é tratada como peraltice de quem quer viver a vida sem pensar em relacionamentos a dois. Nesse querer também pulsa a noção de “liberdade” da personagem. Manny acredita que ele e Ellie são os últimos de sua espécie, um dos motivos para querer se relacionar com ela para perpetuar a espécie. No filme, inicialmente, ele se apresenta um grandalhão, machão e machista, desajeitado e bom moço, que no decorrer da trama é educado emocionalmente pela parceira.

Imagem VI – Cartaz do filme “A era do Gelo 2”.



Fonte: <http://www.iceagemovies.com/br/films>

O cartaz do filme “A Era do Gelo 2” aparece com todos dependurados no mamute, que se equilibrando em um bloco de gelo, tenta se manter. Só Scrat, mais uma vez, aparece à parte e com posição de sufoco com sua noz. Algo relevante é que o primeiro cartaz desse filme não apresenta a personagem Ellie, mamute fêmea, que é incluída nesse filme.

Encontramos na folha online reportagem sobre o filme destacando que “A Era do Gelo 2” teve um custo estimado em torno de US\$ 80 milhões e tomou três anos da equipe de Saldanha. Afirma-se que nesse filme foi desenvolvida uma tecnologia responsável pela aparência, densidade e movimento na pelagem de alguns dos personagens, que começou a ser trabalhada pela produtora um ano antes do início da produção. Nesse quesito já observamos a tentativa do filme deixar os personagens mais próximos da realidade, o que para Adorno e Horkheimer (1985) pode ser uma estratégia de tornar o filme uma continuidade da realidade e vice-versa. Esse filme foge ao que se denomina arte, que não intenta copiar a realidade, não é uma mimese sem transformação. A arte estabelece um domínio próprio fechado em si, mas que manifesta uma relação com o mundo real que deixa vestígios, rastros, espaços de enigmas (SOUZA, 2014). Para Benjamin, a técnica pode revelar o que o olho humano deixou escapar, auxiliando as massas a ver ângulos, dimensões da realidade que o olho nu não é capaz de enxergar, propiciando a experiência do “inconsciente óptico”, questão que nesse caso do filme, pela montagem rápida e cópia do real, dificulta (BENJAMIN, 2012).

No filme há uma óbvia referência à Arca de Noé em seu desfecho³². Convém lembrar que o recurso de montagem fílmica que usa de forma constante a adaptação, a reprodução de um fragmento de uma situação conhecida ou de um filme de sucesso como ticket, um ingresso, uma passagem que almeja o mesmo comportamento para o expectador e para o filme. (ADORNO, 1986).

No terceiro filme, em 2009, a direção do filme é de Carlos Saldanha e a co-direção é

³²<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u59232.shtml>

do canadense Mike Thurmeier. Mike Thurmeier foi o roteirista do primeiro filme. O roteiro volta a ser da equipe que fez o primeiro filme - Michael Berg, Peter Ackerman e Mike Reiss, a produção executiva é de Chris Wedge e a produção de Lori Forte. A música continua com John Powell.

Nesse filme, o diretor Carlos Saldanha é o diretor principal. Na Tabela 1 percebemos que três filmes, dentre os seis listados, são de produção da associação entre *Blue Sky* e a *Century Fox*, e dois têm a direção do brasileiro Carlos Saldanha (*A era do gelo 3* e *Rio*), sendo que o outro (*A era do gelo 4*) conta com sua produção executiva.

Em entrevista produzida pelo jornal Folha de São Paulo *online*, na seção ilustrada³³, em 2009, por ocasião do lançamento do filme “*A era do gelo 3*”, Carlos Saldanha fala da fórmula de sucesso, da necessidade de se produzir filmes em sequências e de reproduzir filmes de sucesso. Segundo o diretor, “Quando você parte para uma sequência, uma das razões principais é a parte financeira: você encontrou um nicho, tem um público cativo que faz com que a projeção de lucro seja mais certa. Há certa pressão para superar os resultados do anterior, mas desde que o filme se pague, está bom” (SALDANHA, 2009). Esse depoimento expõe aquilo que Horkheimer e Adorno (1985) afirmaram quando se reflete que os empresários não precisam mais forjar que um filme tem qualidade pela própria análise dele, mas pelas cifras e pelo sucesso que alcançou. Os dirigentes não estabelecem mais tanto o interesse em encobrir o seu poder, podendo, inclusive, se fortalecer quando o assumem claramente.

Na entrevista, Saldanha fala da criação de “*A Era do gelo 4*” como uma obrigação de lançar mais um produto pela possibilidade de lançamentos de outros produtos licenciados a partir da franquia, com lucratividade certa devido ao sucesso garantido. Essa dimensão da preferência dos consumidores por mercadorias que são associadas a outras por meio dos personagens dos filmes já foi indicada por Loureiro e Fonte (2003) e move uma grande parcela de lucros dos filmes. A franquia “*A era do gelo*” também concretizou isso produzindo jogos eletrônicos para *Xbox* e *Playstation*, shampoos, bonecos, livros de colorir, produtos alimentícios, kits de decoração de festas infantis e roupas de cama.

³³ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2906200921.htm>

Imagem VII – Mercadorias licenciadas com o nome da franquia “A era do gelo”



Fonte: www.google.com.br

Para Carlos Saldanha, as estratégias para manter o sucesso são a intensificação dos trabalhos nas sequências dos filmes de sucesso, a criação de novos personagens e o uso da tecnologia. Na entrevista, o uso da tecnologia 3D é ressaltado como novidade nessa versão. Segundo Saldanha, "É o que está pegando agora, e o nosso ambiente [cinema de animação] é o mais adaptado a esse processo. É um modo de entretenimento que veio para ficar por um tempo. [...] “A Era do Gelo 3” tem cópias nos formatos 3D e 2D. O lançamento no formato da moda é parte da estratégia para tentar repetir o sucesso do filme anterior, que arrecadou quase oito vezes seu custo, estimado em US\$ 80 milhões. Na mídia, algumas matérias também ressaltaram a aposta na tecnologia 3D como estratégia de atração de público, como ponto de sucesso do filme e como combate à pirataria³⁴.

Percebe-se também que esse filme faz referência a outros filmes de sucesso na indústria cultural, tais como “Rambo”, “Jurassic Park” e “Star Wars” e que também o nome de um personagem é Ronaldo, fazendo alusão ao personagem “Zina” do programa de TV “Pânico na TV”, que tinha um personagem homônimo de grande aceitação popular na época da estreia (<https://samucapf.wordpress.com/tag/a-era-do-gelo-3/>). Outra associação produzida no filme acontece na cena de entrada do tiranossauro fêmea, onde há a reprodução da cena do

³⁴<http://vcviu.com.br/filmes/animacao/a-era-do-gelo-3-3d/>;

filme “Jurassic Park”, de Steven Spielberg. Furiosa, ela resgata os bebês e leva junto Sid para a selva subterrânea. Em seguida, o grupo entra na caverna em que Sid encontrou os ovos e descobre um mundo perdido, onde vivem dinossauros e outros mamíferos que todos pensavam estarem extintos. Nesse momento também há referência às cenas de abertura do seriado de TV, sucesso nos anos de 1970 “Land of Lost”, traduzido no Brasil com o título “O elo perdido”.

Nesse episódio, Rudi, um dinossauro gigantesco, inimigo de Buck, é enfatizado durante todo o filme, mas só aparece no final. Esse recurso foi utilizado para manter expectativas no público, para prender sua atenção até o fim do filme. Esses são os personagens que são apresentados como novidades ao filme já desgastado. Os personagens são apresentados oficialmente no site do filme com as seguintes características.

BUCK é a doninha caolha, diferente e fanfarrona que vive nos subterrâneos, no mundo perdido dos dinossauros, e dedica sua vida para lutar contra o enorme dinossauro que lhe prejudicou. Mas ele sempre será considerado parte da família estendida da era do gelo. SCRATTITA é uma linda e esperta esquilina dente-de-sabre fêmea, que sempre dá um jeito de ser mais esperta do que Scrat, reunindo todo seu talento na arte da manipulação para deixar o esquilo sem sua amada noz. (<http://www.iceagemovies.com/br/characters>).

Imagem VIII – Principais personagens acrescentados ao filme “A era do gelo 3”.



BUCK

SCRATTITA

Fonte <http://www.iceagemovies.com/br/characters>

Na imagem da doninha acima, vemos presença de uma faca, arma pela qual ela enfrenta todos os perigos da floresta. A doninha Buck, que havia decidido seguir com o grupo para a superfície, repentinamente escuta um rugido de um antigo inimigo e decide permanecer no vale dos dinossauros, dando a impressão de que ela retornaria em episódios posteriores – o que realmente acontece. Essa forma de deixar o suspense no personagem para outras edições também está muito presente na racionalidade dos filmes sequenciais da indústria cultural.

Acontece certo primado da forma e a expropriação do esquematismo kantiano, antecipando ao sujeito algo que possa esperar encontrar no próximo filme.

A sinopse oficial assim apresenta o filme:

Em A ERA DO GELO 3, nosso bando, cada vez maior, está de volta em uma aventura ainda mais fascinante. Desta vez sob o gelo, onde eles descobrem um mundo repleto de dinossauros. Sid é acidentalmente levado para o mundo dos dinossauros após pegar, sem querer, três bebês dinossauros da mãe, deixando Manny e o bando sem outra escolha a não ser resgatá-lo. Eles embarcam em uma viagem surpreendente por um universo repleto de perigos com a ajuda de Buck, uma animada doninha e novo amigo do bando.
(<http://www.iceagemovies.com/br/films/a-era-do-gelo-3>).

“A Era do Gelo 3” apresenta três momentos: um inicial, em que o grupo enfrenta crises e até ameaça se separar, outro intermediário, em que o grupo se reúne e luta para estar junto e se proteger, e o desfecho, onde juntos vencem os conflitos e segue unido pela presença do bebê do casal Manny e Ellie.

Silva (2013) afirma que o discurso da narrativa de “A Era do gelo 3” tende a conceber o arranjo familiar heteroafetivo, a família nuclear como natural e modelo ideal a ser seguido e que perpetua estereótipos do heterossexual, a divisão sexual de papéis, mostrando na maternidade a feminilidade e na paternidade a masculinidade. Essa naturalização ocorre no filme em detrimento de outros arranjos familiares diversos. (SILVA, 2014). A maternidade, a sensibilidade, a sensualidade e uma vulgarização da sedução são atribuídas às mulheres do filme. Aos homens ficam as características estereotipadas de paternidade, de tolos, desajeitados, incapazes de saber cuidar de uma gestante ou de um bebê. Além do mais, são atribuídos aos homens comportamento racional, incapacidade de se emocionar e virilidade excessiva.

A trilha sonora segue com Jhon Powell, músico Inglês erradicado nos EUA desde o final da década de 1990, que compôs trilhas sonoras para vários filmes da indústria cinematográfica. Está na Blue Sky desde a produção do segundo filme da série Era do gelo e permaneceu até o último filme da franquia. Trabalhou também em outros projetos do estúdio. A trilha é composta por 44 faixas sonoras entre sons de suspense, comédia, romance, instrumentais e músicas de sucesso. Dois grandes sucessos são fragmentados e permeiam as cenas de romance do filme: *You'll Never Find Another Love like mine*³⁵, de *Low Rawl* (Powell, 2009, faixa 44), e *Alone Again*, cantado por *Chad Fischer* (POWELL, 2009, faixa 33), música composta por *Gilbert O'Sullivan*, *Alone again (Naturally)*.

³⁵ Lista de musicais dos sucessos que alcançaram grande popularidade.
(https://pt.wikipedia.org/wiki/You%27ll_Never_Find_Another_Love_Like_Mine)

A fragmentação de uma obra pela concepção da identidade entre parte e todo faz parte da racionalidade da indústria cultural. Essa fragmentação da música segue a lógica instrumental onde ela se converte em apêndice da imagem fílmica, trazendo [...] “a cena para perto do público, tal como a cena traz, ela própria, para perto, por meio do close-up; a música trabalha para ‘interpor um revestimento humano entre o desenrolar da cena e os espectadores’” (ADORNO & EISLER, 1994, apud LOUREIRO, 2010, p. 78). A música entra na hora certa e antecipa o choque.

Para esse filme foram produzidos dois cartazes. Um para a versão em 3D e outro para a versão 2D.

Imagem IX – Cartazes do filme “A era do gelo 3”.



Fonte: da esquerda para direita: <https://cinesurpresa.files.wordpress.com/2009/08/cartazeradogelo.jpg>
<https://prestencao.wordpress.com/2009/08/18/era-do-gelo-3-resenha-do-filme/>

No cartaz da versão 3D, os produtores buscaram uma imagem que representasse o olhar do público saindo da boca do dinossauro. Isso, para nós, poderia despertar a curiosidade do efeito 3D, uma vez que era uma tecnologia nova e pouco conhecida. A caracterização dos personagens está separada: à esquerda o casal de mamutes, à direita está Scrattita, o esquilo fêmea e também, Sid e Diego o que remete ao conflito do grupo na trama. No centro tem Scrat e a noz. Ao fundo, muito distante do primeiro plano está o aventureiro Buck voando dependurado em um bicho que se assemelha a um pterodátilo. As cores do cartaz 3D são todas em policromia, com riquezas de detalhes na paisagem e nas figuras da imagem. No

cartaz da versão 2D se retorna ao conceito dos cartazes dos filmes anteriores. Há um fundo objetivo, com cores puras. Nessa versão o dinossauro aparece com proeminência pressionando o trio. Novamente as fêmeas não aparecem no cartaz do filme.

No quarto filme da série, lançado em 2012, a *trupe* enfrenta um grupo de piratas à deriva nas águas das geleiras que estão derretendo. Aparecem personagens antagonistas que rivalizam e contrastam com cada um dos personagens fixos da série. Diego encontra seu par romântico: a tigresa-dente-de-sabre Shira. Aparece nesse filme a família de Sid, que retorna para deixar a avó da preguiça com o grupo e depois desaparece novamente sem deixar explicações. O Capitão Gutt é o líder dos piratas e rivalizará com Manny, líder do grupo de protagonistas. Um bando de piratas, personagens secundários, participa da trama.

A apresentação dos personagens no site oficial da série é:

AMORA é uma mamute adolescente, filha de Ellie e Manny, que herda traços do pai e da mãe igualmente; ela é forte como o pai, mas espirituosa e independente como a mãe, e sempre coloca a família em primeiro lugar. SHIRA é uma tigresa que fazia parte da tripulação de piratas que manteve Diego, Manny e Sid como reféns. Mas ela conheceu Diego e provou ser um ótimo par para o valente tigre dente de sabre. Agora Shira é uma integrante valiosa do bando da Era do Gelo. VOVÓ, para o espanto de todos, a avó de Sid sobreviveu a um naufrágio, quando Manny, Diego e Sid foram lançados ao mar em um iceberg, após a rachadura continental provocada por Scrat. Impossível de se conviver, seus comentários ferinos são sempre engraçados. O Capitão Entranha é um *Gigantopithecus* que se autointitula mestre e capitão pirata do alto mar. Seu nome não se baseia em sua barriga, mas, sim, nas longas unhas afiadas que ele usa para arrancar as entranhas dos inimigos. (<http://www.iceagemovies.com/br/characters>)

Imagem X – Principais personagens acrescentados ao filme “A era do Gelo 4”



Da esquerda para a direita: Amora, Shira, Vovó e Capitão Entranhas.

Fonte: <http://www.iceagemovies.com/br/characters>

A direção do filme é de Steve Martino e Mike Thurmeier, a produção executiva é de Carlos Saldanha e de Chris Wedge. A música continua com JhonPowell e a direção de produção é de Lori Forte.

Há na trilha sonora de “A era do Gelo 4” uma faixa musical com a adaptação de um tema de Beethoven, para ambientar a cena da fantasia de Scrat, quando encontra a Scratlantis,

uma espécie de Atlântida cheia de nozes. Nesse mesmo filme, quando ocorre a separação dos continentes, para caracterizar o continente africano e a formação da Itália, a trilha sonora reproduz trechos de música étnica para a África e, para a Itália, de Tarantela, música popular italiana. Isso caracteriza a fetichização do recurso musical, o que Adorno e Eisler apontaram como “o uso forçado da música folclórica quando se referencia imagens de países estrangeiros com forte tradição cultural” (ADORNO & EISLER, 1994, apud LOUREIRO, 2010, p. 79), um recurso recorrente aos produtos da indústria cultural.

A sinopse oficial traz as seguintes informações:

Em A ERA DO GELO:4 : DERIVA CONTINENTAL, a busca frenética de Scrat pela maldita noz, que ele persegue desde a princípio dos tempos, traz consequências que irão mudar o mundo – um cataclismo continental que desencadeia uma aventura única para Manny, Diego e Sid. Como consequência dessas reviravoltas, Sid se reúne com sua avó mal humorada e o bando encontra um grupo de piratas determinados a impedir que eles voltem para casa. (<http://www.iceagemovies.com/br/films/a-era-do-gelo-4-deriva-continental>)

No quarto filme com a divisão continental, o grupo fica à deriva e enfrenta um grupo de piratas em navios feitos de gelo de pedaços de icebergs. A união do bando salva o grupo e protege outras criaturas dos piratas e dos perigos dos mares. No cartaz oficial do filme encontramos uma imagem em 3D, com riquezas de detalhes. Em primeiro plano está o trio de personagens e Scrat, destoando da cena e atrás da noz. Ao fundo o navio pirata feito de um bloco de *iceberg* persegue os personagens centrais. Mais uma vez as personagens femininas não aparecem no cartaz. No letreiro em destaque, junto com o título, há a informação sobre a tecnologia 3D.

Imagem XI – Cartaz do filme “A era do gelo 4”.



Fonte: <http://www.iceagemovies.com/br/films/a-era-do-gelo-4-deriva-continental>

O quinto e último filme da série estreou em 2016, e manteve na produção executiva Carlos Saldanha e Chris Wedge e Lori Forte na produção geral. A direção ficou a cargo de Mike Thurmeier e a co-direção de Galen T. Chu. A sinopse do filme diz:

A épica perseguição de Scrat pela noz o impulsionou ao universo, onde ele acidentalmente desencadeia uma série de eventos cósmicos que transformam e ameaçam A Era do Gelo. Para salvarem-se, Sid, Manny, Diego e o resto do grupo devem deixar sua casa e embarcar em uma missão cheia de comédia e aventura, viajando por novas terras exóticas e encontrando uma série de novos personagens coloridos. (<http://www.foxfilm.com.br/a-era-do-gelo-o-big-bang>).

Nesse filme são acrescentados vários personagens novos e secundários. A novidade é que Sid encontrará o seu par romântico: Brooke. A personagem é dublada pela atriz global Ingrid Guimarães, muito famosa por participar de filmes e programas humorísticos no cinema e na TV. Outro dublador famoso é o *youtuber* Whindersson Nunes, dono do maior canal brasileiro na rede social “You Tube”, considerado o segundo maior influenciador digital do mundo, com grande aceitação entre o público infanto-juvenil. Com exceção de Ingrid Guimarães, Whindersson Nunes e os outros dubladores da versão anterior, não há nenhum outro dublador famoso.

Brooke fecha o ciclo de relacionamentos e casamentos entre o trio de amigos. Ela é caracterizada do seguinte modo na comunicação oficial do filme: “Esta bela e artística preguiça incorpora todas as qualidades utópicas da sua pacífica comunidade. Assim, quando ela se apaixona perdidamente por Sid, é uma surpresa – especialmente para o Sid.”

Imagem XII – Personagem Brooke dublada pela atriz Ingrid Guimarães.



FONTE: (<http://www.iceagemovies.com/br/characters>)

O cartaz do filme apresenta Scrat astronauta e alguns meteoritos rachando fazendo referência à trama. Todos os demais personagens estão ausentes.

Imagem XIII – Cartaz do filme “A era do gelo 5”.



Fonte: <http://www.iceagemovies.com/br/films/a-idade-do-gelo-o-big-bang>

O grupo se une para evitar o fim do mundo provocado mais uma vez pelas trapalhadas de Scratt. É como se os acontecimentos naturais fossem provocados pelas ações desordenadas de um personagem, havendo a personalização. O trio de amigos, suas parceiras e personagens secundários, enfrentarão a iminência da colisão de um meteoro na terra que pode extinguir a vida no planeta. Como conflito paralelo, o filme apresenta o *quid pro co* relativo ao casamento de Amora, a filha do casal de mamutes, que já está adulta. A pretensão de se casar causa insegurança e ciúmes no casal de mamutes, principalmente no pai. A doninha Buck retorna do subsolo, como esquematizado no filme anterior, para auxiliar o grupo na jornada de impedimento do fim do mundo. Aparece no filme uma lhama, ShangriLlama, que será o guru do grupo. Sua auxiliar é Brooke uma preguiça hippie que fará par romântico com Sid. ShangriLlama e outros personagens secundários vivem num local encantado por uma magia alienígena que forma uma fonte de juventude eterna. Além de Buck, retornam nesse filme alguns dinossauros que na trama têm interesse em matar Buck. A Vovó preguiça arranja um par romântico que vive em Geotopia. Ao final, uma solução espetacular faz o desfecho da trama, quando num passe de mágica o grupo consegue desviar o meteoro, que quase encosta na superfície da terra.

Esse filme não teve o mesmo sucesso de crítica e de público dos anteriores. O portal de internet G-1³⁶, na ocasião do lançamento, considera que nesse filme a série perdeu fôlego. Aponta como motivos o excesso de personagens que dificultou o desenrolar do enredo e retirou o foco do trio de personagens principais, e que esse filme se parece mais com

³⁶ <http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2016/07/era-do-gelo-o-big-bang-5-filme-da-serie-perde-forca-com-herois-demaix.html>

episódios de desenho infantil, por isso agrada mais aos jovens e crianças do que ao público adulto.

Fazendo uma breve análise da racionalidade dos filmes da franquia “A era do gelo”, percebemos que eles reforçam a individualização que é responsável pela criação e pela resolução dos conflitos, questão que Adorno e Horkheimer (1985) afirmam existir na racionalidade da Indústria Cultural e que está integrada à lógica burguesa de sociedade. Essa lógica é permeada pelo culto à personificação que trata os problemas sociais de forma isolada como se fossem dos indivíduos, atribuindo a cada um ou a um pequeno grupo de pessoas que se une voluntariamente, a responsabilidade pela resolução de problemas complexos, isentando as determinações concretas, as mediações do sistema capitalista da análise do problema. Outra questão que aparece é a existência do herói mediano como emblema de herói contemporâneo. O herói que salva, o líder, é, ao mesmo tempo, permeado por estereótipos machistas.

O estilo de humor provocado nas cenas dos personagens, principalmente Sid e Scrat, reportam às animações antigas/clássicas das *gags* (humor provocado por atributos físicos do personagem ou por situações que afligem seu corpo, tropeções, quedas, pancadas, roupas rasgadas, certa comédia visual, flagelo do personagem para provocar riso) e também do *slapstick comedy* (comédia pastelão, bufonaria). Trazem, ainda, o estilo de comédia alucinada que foi criado pelos estúdios *Warner Brothers* e *MGM* na década de 1940. A comédia alucinada se caracteriza por realizar distorções, exageros, e por não levar em conta as leis da física para gerar resultados cômicos e surrealistas (FOSSATTI, 2009). No filme, nas cenas de Scrat, uma noz é capaz de rachar *icebergs* e de separar os continentes; os personagens sofrem pancadas, torções, esmagamento, esticam e encolhem, caem de alturas gigantescas na tentativa de arrancarem o riso.

Outra questão interessante ao pesquisarmos trabalhos científicos sobre a série, é que percebemos uma tendência predominante nas discussões de trabalhos científicos que analisaram os filmes da franquia “A era do gelo” de detectarem o uso do filme como recurso didático, ferramenta para o trabalho em sala de aula para determinadas disciplinas escolares, e confirma essa adequação com a ampliação de elementos voltados para a aprendizagem de conteúdos científicos, havendo certa ênfase dessa dimensão em detrimento de outros elementos presentes na racionalidade do filme.

Os filmes “A era do gelo” (2002), “A era do gelo 3” (2009) e “A era do gelo 4” (2012) foram citados como exemplos de filmes que possibilitam a atividade didática, principalmente para o ensino de Ciências, Biologia, Geografia, História e Arte, salientando inclusive a necessidade de que os professores sejam capacitados para executarem tal tarefa. Na discussão

sobre o uso das TICs, principalmente do cinema como recurso didático, sugere-se que os filmes da série “A Era do Gelo” sejam instrumentos para o ensino de teorias da evolução e educação ambiental: mudança climática, aquecimento global e extinção de animais (SANTOS, 2016), além de serem um meio de tornar as aulas mais dinâmicas e prazerosas. Os filmes são concebidos como atalho para a obtenção de conhecimento e para aproveitar as emoções que despertam nos espectadores, sugerindo, inclusive, a análise do discurso como metodologia para trabalhar o filme em sala de aula. Para isso, indica-se a necessidade do professor incorporar os recursos audiovisuais como meios e métodos da prática educacional (DUARTE, 2002).

Também ressalta-se que “A era do gelo” (2002)³⁷ possibilita, na segunda série do Ensino Fundamental, a interdisciplinaridade entre os conhecimentos. Nas ciências e geografia, para discussão da constituição da terra, dos continentes, dos mares, dos oceanos e da vida no planeta; na história e nas artes, a idade da terra, dos seres humanos, dos fósseis, dos primeiros grupos humanos, a arte rupestre (das cavernas) e seus significados, os animais existentes, como dinossauros e mamutes, bem como sua extinção, as primeiras organizações culturais (MAGNO, 2003).

Existem trabalhos que, ao demonstrarem a importância do filme “A Era do Gelo” (2002) e de outros filmes, para as aulas de Ciências e Biologia no Ensino Médio, elaboram propostas metodológicas e de planejamento de atividades para cada filme, tentando ir além do seu uso como recurso ilustrativo e figurativo. Assim, os alunos podem identificar o tempo geológico, as espécies extintas, e compreender como as evidências históricas (fósseis e inscrições rupestres) participam do pensamento evolutivo das espécies (PEREIRA; et all, 2012).

Também se enfatiza que, mesmo que o filme “A era do gelo 3” não apresente conteúdos científicos, mantém certo compromisso com a ciência, pois em sua produção recebeu consultoria de paleontólogos e biólogos. O filme apresenta conteúdos, como extinção e mudança climática, que se relacionam às mudanças naturais e às mudanças climáticas antropomórficas, por isso foi trabalhado em um curso de extensão de preparação de professores (SPIRONELLO; TAVARES; SILVA, 2012). A discussão de mudanças climáticas nos períodos interglaciais no ensino de Geografia no ensino fundamental com o filme “A era do gelo 4” (2012), a partir da exibição de um trecho de quarenta minutos do filme para chamar a atenção dos alunos, também foi considerado instrumento valioso para a educação

³⁷ A autora analisa de forma breve “A era do gelo” (2002), para construir um método para se utilizar o filme como recurso pedagógico.

(COSTA; et all, 2012). Assim, os filmes dessa franquia são considerados atrativos para tornar as aulas mais dinâmicas e para estimular o debate de determinados assuntos.

Encontramos ainda trabalhos que ressaltam características de mudança de personalidade dos personagens de “A era do Gelo” (2002), considerando a particularidade de uma situação de exclusão, a forma como lidam com adversidades, repensam atitudes e comportamentos produzindo efeitos nas relações interpessoais, na superação dos seus problemas em grupo (ARANTES, 2008) e na educação emocional (SCHORN; SANTOS, 2016).

Vimos que no geral há um modelo de superação da exclusão não vinculado a situações concretas da sociedade e que não aborda a diferença de classe social ou de gênero, como se houvesse uma naturalização, além de não serem discutidas as determinações que fazem certas pessoas serem excluídas. Como afirmam Adorno e Horkheimer (1985), há a tendência da indústria cultural de transformar todos em consumidores, certo nivelamento por cima, que oculta o conflito de classes e realça a diferença pessoal em contraposição a um padrão da sociedade que não é problematizado, que não discute a desigualdade pelo prisma de classe. A outra questão é que a educação emocional que se requer com o uso desses filmes tem relação com o padrão de indivíduo que se quer produzir na sociedade capitalista. Um estilo de sujeito que saia dos seus problemas se puxando pelos próprios cabelos, estilo estória das aventuras do Barão de Munchausen, havendo também a direção sobre que tipo de emoção se deve valorizar, estilo alfabetização emocional.

Batista (2011), com o aporte teórico de Adorno e Benjamin, analisa que o cinema de animação, especificamente a série de desenhos “A Era do Gelo” e “Shrek” funciona como fábulas modernas que mantêm a relação com o desenvolvimento moral pautado na voz dos adultos sobre as crianças. Nesses filmes, monstros e ogros, bobos e ingênuos, revelam a integração da humanidade. Todos são aceitos e se tornam protagonistas. Na esteira de “Emílio”, de Rousseau, critica a lógica predominante nesses filmes e indica a tendência da identificação da criança pelo amor a si próprio, pois ninguém gosta de se humilhar. A criança se identifica com a lebre esperta e não com a tartaruga lenta e desengonçada, com a cigarra alegre e divertida e não com a formiga rigorosa e fatigada.

Em vez de moderação, humanidade e justiça, testemunham licença, adulação, desumanidade, injustiça e sátira. [...] elas o fazem quase sempre ao contrário da intenção do autor e que, ao invés de atentarem para o defeito de que lhes querem curar ou prevenir, elas se inclinam para o vício mediante o qual se tira proveito dos defeitos dos outros.” (BATISTA, 2011, p. 147).

Se só esse direcionamento é dado, dificulta-se a possibilidade de, no processo educacional, revelar tanto outros elementos presentes como a própria contradição existente na racionalidade dos produtos dessa indústria, o que seria bastante formativo (ADORNO, 2003). Nesse bojo, revelar estereótipos, clichês e tickets e a própria expropriação do esquematismo kantiano que empobrece a subjetividade e que leva a uma pseudoformação seria fundamental. Mas percebemos que isso também não acontece, por que os filmes são analisados a partir de referenciais que desconsideram elementos estéticos, enfatizando a questão da temática e da história, questão predominante de muitas análises e que também o filme na sua produção direciona para um uso mais metodológico imediato em escola, tendência muito presente na atualidade.

4.3 - Análise do filme A era do Gelo 3

Para analisar o terceiro filme, construímos categorias que estavam presentes em “A Era do Gelo 3”, que saltaram do próprio filme, mas que também estabeleceram relação com os outros filmes da franquia e com o referencial teórico de análise. Essas categorias são interdependentes, embora enfoquem elementos diferenciados. Não temos a intenção de afirmar que essa é uma leitura conclusiva que vai desembocar imediatamente em certo tipo de sujeito, mas oferecer outros elementos para a reflexão sobre esse produto cultural.

a) Finalidade externa: sucesso e lucro

O filme pelas entrevistas dadas em seu lançamento já deixam claro a busca de uma finalidade externa, que é o lucro e o sucesso, que corre longe do que seria uma finalidade sem fim kantiana, ou seja, uma finalidade estabelecida no interior do próprio filme, que seria um elemento importante de caracterização da arte. São os motivos relacionados à negociação do produto que pautam a necessidade da sua produção. Percebemos que um filme resistência não traria essa questão como função do filme mesmo que em sua apreensão isso acontecesse. Conforme pontuou Chaves (2015), para Adorno, não é o fato de se “consumir”, de vender uma obra que a desqualifica como arte, mas quando esse produto se destina em sua produção a esse fim ele é em todos os sentidos uma mercadoria. Nesse filme percebemos a valorização do capital quando se cria, reproduz e perpetua as formas de vida social organizadas segundo o regime do lucro, se desenvolve segundo a lei do mercado, significando que o que acontece no plano econômico se reconstrói no plano cultural.

b) Confirmação da ideologia dominante

A lógica do filme confirma a ideologia necessária para a manutenção da sociedade capitalista. Conforme Horkheimer e Adorno (1978), no capitalismo tardio a ideologia é a própria realidade apresentada. Como esse mostrar vem acompanhado da ocultação das mediações que produziram a realidade, dificulta a autodeterminação e a possibilidade de transformação. Nesse sentido, a hiper-realidade do filme 3D é real, mas é falsa. Adorno já se referia ao quanto o hiper-realismo pode ser maléfico na afirmativa de que as cores do cinema tinham causado mais destruição do que as bombas da guerra. Nesse filme a liberdade de escolha é tratada como se pudesse existir sem vinculação com o todo. Todos podem decidir o seu destino e também o destino da humanidade.

c) Presença de tickets e da vivência

Esse filme faz referências a filmes de sucesso da indústria cinematográfica tais como as cenas dos filmes “Rambo”, “Jurassic Park”, “Star Wars” e seriados de TV como “O elo perdido”. Essa montagem filmica que usa de forma indiscriminada um recurso cinematográfico que copia ou reproduz um fragmento de outro filme ou produto cultural – programa - que fez sucesso realiza o ticket que busca trazer para “A Era do Gelo 3” uma apreensão, um comportamento e um efeito de sucesso, dificultando a experiência e o monólogo interior (ADORNO, 1986).

Há cenas que se alimentam de pontos altos de filmes anteriores da franquia. A cena de abertura com Scrat já é a repetição que virou marca do filme. Nos primeiro filme após fugir da geleira que se racha por causa de sua noz, Scrat é esmagado pelos pés dos animais gigantescos que estão em migração. No terceiro filme a cena/piada do esmagamento se repete novamente na abertura.

Segundo Adorno e Horkheimer (1985), o ticket é usado por pessoas em situações com o intuito de se inserir em grupos e serem aceitos. É como se fosse um passaporte. O ticket faz com que as pessoas se posicionem diante de tudo, sem, na verdade, entrar em contato com nada. São fórmulas estereotipadas para lidar, como convém a cada um, com os acontecimentos, e são inimigas da diferença (ADORNO ET AL., 1965). Como induzem comportamentos já previamente delineados, propiciam muito mais a vivência.

d) Lógica que retroalimenta a indústria da cultura

A indústria cultural é entendida como um conjunto de esferas de produção e divulgação de informações representadas por diversos meios, como jornais, revistas, televisão, cinema, rádio e, na atualidade, internet, games, redes sociais e *blogs* que constituem um sistema coerente em si mesmo e em seu conjunto. Essa indústria realiza uma forma de pressão sobre a produção de conhecimentos e informações. Ela atinge igualmente o todo e a parte: “a chamada Idea abrangente é um classificador que serve para estabelecer ordem, mas não conexão [...]. A cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança” (ADORNO e HORKHEIMER, 1985, p. 113). Não é à toa que um ator que esteja em voga em uma mídia ou produto cultural novela ou programa de TV, faça a voz do personagem no filme, retroalimentando o sistema. O comportamento da imprensa revela também a formação de um sistema coeso. Antes do lançamento, produz matérias diversas, gerando expectativas sobre o filme. Durante a exibição alimenta sua pauta, podendo fazer críticas, mas sem prejudicar o interesse do público em assistir ao filme, para não atrapalhar a performance econômica da mercadoria. Percebemos também que um dos nomes de um personagem do filme “A Era do Gelo 3” é “Ronaldo”, bordão de um personagem “Zina”, do programa humorístico “Pânico na TV” que arranca risos, havendo a retroalimentação de personagens que estão presentes em vários produtos que se reforçam mutuamente. Além do mais, essa busca de um nome também apresenta-se como um ticket que busca trazer para o filme o riso presente do personagem em outro momento, havendo também a expropriação do esquema do nome Ronaldo, que no filme não instiga a possibilidade de ser outra pessoa. Esse recurso também é usado quando os personagens fogem escorregando pelo corpo do gigante gritando “iaba-daba-doo” em referência ao desenho animado *The Flintstones*, dos Estúdios Hanna-Barbera.

e) Humor que não reconcilia com a humanidade

Percebemos que no processo de produção de um filme, até as piadas são calculadas de modo que possam ser reproduzidas no escritório ou nos ambientes sociais do dia-a-dia (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). No filme “A era do gelo 3” notamos que o sorriso que ele propicia não é conciliador com a universalidade da humanidade. Na realidade, ele humilha a condição humana para arrancar do sujeito a sua gargalhada. Quando o produto cultural busca a alegria a qualquer custo se colocando a serviço de algo, ele acaba reduzido a simples necessidade humana, adaptando-se ao mecanismo do mundo e tornando-se propaganda dele

para encorajar os seres a se deixarem levar. Eis a tristeza do produto cultural sob os ditames da indústria cultural: totalmente destituída de alegria, em conformidade com os horrores da realidade. O cômico e o riso são relegados ao obscurantismo e, o que antes fora a imagem da humanidade, regride ao desumano. A alegria do produto cultural compatível com o arbitrariamente imposto se apresenta deturpada em sua linguagem e o divertido perde a graça se tornando gracejo que consolida a vida como se ela fosse assim mesmo. Nessa condição, o humor se torna morada do cinismo (ADORNO, 2001). “O riso é um banho medicinal - esquecimento do que nos faz sofrer” (ADORNO; HORKHEIMER 1985, p. 132).

Para o escritor israelense Amós Oz, a crise na democracia atual tem relação com a mistura sem limites entre política e indústria do entretenimento e mais especificadamente com os programas satíricos da TV, que não oferecem informações sedimentadas sobre o que é necessário para um governante de uma nação. Um dos motivos da ascensão dos candidatos extremistas, é que eles são “mais divertidos”, por isso têm mais popularidade (MEIRELES, 2016).

O filme mostra a ridicularização dos limites humanos, o uso de artifícios vexatórios, de anedotas repletas de estereotípias, de apelo sexual e de violência de gênero e étnico-racial. Formar família, encontrar um parceiro para o amor, gerar novos membros, tudo isso é tratado com comicidade, mas os risos que as cenas provocam, não são de um riso reconciliador. O riso que ele provoca provém do ridicularizar os costumes, é a auto-afirmação e celebração da falta de escrúpulos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Quando a doninha Buck caminha e anuncia o monstro, Rudi se depara com uma imagem que se assemelha a um monstro colorido obstruindo o seu caminho. Buck enxota o “monstro” aos gritos e, imediatamente a figura se revela uma bela borboleta. Em tom sarcástico, Buck diz que conheceu aquele cara antes da transformação quando ainda era uma lagarta, antes de sair do casulo. A piada faz alusão à expressão popular “sair do armário”. Em outra cena em que Manny e Diego se encontram presos em uma planta carnívora, num espaço apertado, a planta libera um líquido ácido para a digestão dos personagens. Há uma piada homofóbica quando Diego alerta ao amigo para um certo formigamento provocado pelo contato com o líquido. Imediatamente Manny pede ao amigo que não fale em formigamentos enquanto estiver encostado nele.

f) Empobrecimento do conteúdo

A indústria cultural compactua e promove a infantilização dos sujeitos. Torna conteúdos mais palatáveis. Mesmo o filme não sendo considerado uma obra científica, por

trabalhar com questões climáticas pode até ser mais essencial do que o professor em sala de aula. A presença de baixa complexidade ou de enfoque de conteúdos de forma interessante a ser imediatamente entendido por todos e com entretenimento é a fórmula perfeita. Essa dinâmica dá base para que qualquer pessoa possa falar de qualquer conteúdo, mesmo sem referências e, como alguns estudos indicam, de considerar a inclusão do filme como um recurso didático essencial, até um fetiche que pode diferenciar uma escola da outra em termos de educação. Adorno (2003) salienta o mal que os filmes da era nazista fizeram à juventude alemã ao insuflar um modelo padronizado do amor; ao ensinarem o amor, os filmes ensinam a não amar.

g) Personificação de situações e resoluções de questões da sociedade

No momento em que se personifica determinantes sociais, se individualiza questões, também se apela para a resolução pela lógica do indivíduo e pelo voluntariado. Nesse sentido, tenta-se conciliar as contradições e isso gera a perpetuação do sofrimento, pois encobre as causas, as mediações das determinações, o que já denota certa frieza. Nesse contexto, há a exaltação da bondade que é a maneira pela qual a sociedade confessa o sofrimento que ela causa. Além de encobrir as causas do sofrimento sobre o manto da camaradagem improvisada, a indústria cultural ainda conclama as pessoas a encararem a realidade virilmente (ADORNO e HORKHEIMER, 1985). A personificação ainda pode mediar a experiência substitutiva fantasiosa de uma reconstrução social.

É recorrente ressaltar a união do grupo para modificar as adversidades do planeta. O mamute é o líder forte, sagaz e virtuoso, o tigre possui força, agilidade, racionalidade e determinação e a preguiça é dependente, ligada à fragilidade e ao instinto de proteção, como se as características individuais é que dessem o equilíbrio para a resolução do mundo e de problemas mais situacionais, lógica da sociedade do capital muito usada no desenvolvimento de equipes, de liderança e de mensagens motivacionais. Quando um mamute, um tigre, uma preguiça e uma doninha derrotam um dinossauro gigante através da integração, trabalho sincronizado e espírito de equipe, essa ideia perpassa. Nota-se que a própria montagem das cenas e falas dão base para esse uso mais imediato.

h) Tipificação de personagens

A tipificação de personagens dificulta a possibilidade de o expectador mediar a

ligação da experiência singular com a universalidade humana, com a universalidade que constituiu o sujeito, elemento presente no que se delineia como um produto cultural arte. Manny é o Manny apresentado como pai macho adulto que se desestrutura no momento de perigo, que tem dificuldades de resolver as situações e Ellie é a mãe que tem o dom nato para a maternidade.

i) Ênfase no detalhe

A criação de novos personagens aparece como um detalhe que é realçado na trama, como se fosse alterá-la. O uso da tecnologia 3D confere mais detalhes e realismo ao filme. Esses são recursos utilizados como estratégias, que atribuem uma grande novidade que modifica o filme. As matérias jornalísticas apostaram na inclusão de personagens novos e no uso de uma nova tecnologia, no entanto, o que é de estrutural na trama continua idêntico, ou seja, o produto se revela com a mesma racionalidade.

i) Expropriação do esquematismo kantiano

A indústria cultural dirige a percepção, fornece as chaves de interpretação, expropria uma capacidade que estava originalmente no sujeito. Ela antecipa os esquemas dificultando a marcha do esclarecimento (ADORNO e HORKHEIMER, 1985). Esse recurso gera uma associação já codificada pela própria indústria, um esquema já mastigado, fechado, originário, em específico, dificultando o espaço para imaginação ou criatividade. O aparecimento da noz sempre causa efeitos críticos no filme. Não há como esperar outra situação diante da montagem que é realizada.

j) Heroificação do indivíduo mediano.

O herói é permeado de estereótipos, preconceitos, usa de subterfúgios amorais e mesmo assim é o herói. “Agora os felizardos exibidos na tela são exemplares pertencendo ao mesmo gênero a que pertence cada pessoa do público, mas esta igualdade implica a separação insuperável dos elementos humanos. A semelhança perfeita é a diferença absoluta” (ADORNO; HORKHEIMER 1985, p. 136).

Manny é preconceituoso, infantilizado, tem dificuldades em expressar suas emoções e em aceitar o outro em suas particularidades, o que vem permeado também de outras características. No filme, quando é estimulado pela esposa a ver que problema havia com

Diego, que apresentava não estar bem, Manny responde “Machos não conversam, resolvem tudo com um tapinha no ombro”. Após a insistência de Ellie, Manny resolve ir falar com o amigo e eles desentendem. Manny retorna à esposa nervoso, dizendo que o Diego vai embora por causa do desentendimento e diz “é por isso que machos não conversam”.

k) Presença de estereótipos e de clichês

Busca-se uma experiência já categorizada e previamente valorizada. O mundo é dividido em bom ou mal, perfeito ou imperfeito, útil ou inútil. Nesse processo, a realidade é organizada de forma binária, classificatória e esquemática. No filme há estereótipos de comportamento masculino, feminino, de relacionamento e de família. A sedução da fêmea sobre Scrat que usa atributos físicos, malícia, pseudofragilidade para que ele se distraia e como *femme fatale* ela possa pegar a noz, as cores ligadas a borboleta para o masculino que se afeminou, Sid ao encontrar três ovos de dinossauro e ao adotá-los como filhos se chama de mamãe, como se só as mulheres tivesse esse tipo de postura e Scrat que é o típico personagem masculino que quando se apaixona fica submetido às vontades da amada, perde a capacidade de avaliar as situações e é seduzido e enganado pela personagem feminina. Na família, o homem provém financeiramente e a mulher é responsável pela organização, cuidado e afeto no lar.

l) Pouco erotismo e ênfase no desejo corporal

Conforme Adorno e Horkheimer (1985, p. 131) a indústria da cultura almeja mostrar que não sublima os desejos. “Expondo repetidamente o objeto do desejo, o busto no suéter e o torso nu do herói esportivo, ela apenas excita o prazer corporal ocultando a liberdade e o prazer já mutilado”. Não há situação que não seja associada à excitação corporal, sendo o erotismo em termos mais complexos eliminado. Assim, a lógica mostra uma redução do erotismo e um desejo voltado para o ato sexual, numa lógica de encorajamento da dominação da natureza do outro.

m) Forma em detrimento do conteúdo

A forma de aventura com pitadas de humor e romance é o que predomina nesse filme como em todos da série. Também percebemos que não importa o conteúdo ou o recurso, a técnica é sujeito e uma vez estabelecida é permanente nos outros filmes. No filme são recorrentes as cenas de perseguição com o recurso da técnica da câmera subjetiva e da câmera campo contra-campo. Esse recurso é constante em cenas de perseguição, suspense e comédia.

Nele duas câmeras em situações diferentes focam acontecimentos simultâneos com cortes para a câmera subjetiva que mostra o ponto de vista do personagem na cena e outro para a câmera que mostra o acontecimento de forma geral, inclusive com a imagem do personagem na cena (XAVIER, 2005). Na cena em que Sid é salvo por Buck, a doninha, acompanhada de Crash e Eddie, ocorre uma perseguição aérea que repete a técnica da mudança de ponto de vista. Em duas cenas de perseguição de Diego às suas vítimas, além desse recurso há a recorrência do uso de câmera lenta para aumentar o efeito da dramaticidade da cena. Há também a presença constante do uso do zoom de câmera para explorar a tecnologia 3D. A maioria das cenas em close são precedidas de um zoom, principalmente nas falas da doninha Buck na ocasião em que fala do dinossauro Rudi. Percebemos também a constância do recurso da imagem panorâmica para ressaltar a profundidade que a tecnologia 3D possibilita.

n) Mimese como mera reprodução e não como criação de semelhanças

Na própria tecnologia 3D há a reprodução dos objetos empíricos, reprodução do mundo da percepção quotidiana, duplicação dos objetos percebidos e cheios de estereótipos e não a mimese que possibilita o acesso a semelhanças que promovem a alegoria, o inconsciente óptico ou a atenção flutuante, como afirma Benjamin.

o) Montagem – cenas rápidas e som que acompanha a cena

Xaveir (2005) aponta a montagem paralela como recurso que pode ser utilizado para adiar o desfecho da cena com duas câmeras diferentes, uma focando os acontecimentos e outra a motivação inicial. Nessas sequências são feitos cortes de cenas alternando as imagens. Aliado à trilha sonora, esse recurso, que já existia na literatura na forma do “enquanto isso”, adia a ação, aumenta a tensão e a dramaticidade. No filme há quatro focos sequenciais de cenas em montagem paralela: o parto de Ellie, a penúria de Sid para sobreviver a Rudi e depois de se livrar dele cair no rio de lava, a batalha de Diego e Manny contra dinossauros que queriam atacar Ellie na hora do trabalho de parto, e o voo de Buck, Crash e Eddie no lombo de um pterodátilo para salvar Sid, mas no ínterim são surpreendidos e perseguidos por um bando de pterodátiles rivais. A trilha sonora preenche as cenas com efeitos de sonoplastia, inclusive com barulho de avião para as cenas dos pterodátiles em perseguição.

Percebemos também cortes de cenas abruptos e a velocidade da sucessão de cenas que não contribui para despertar no público a possibilidade de viver uma experiência que desperte a imaginação e a fantasia. A montagem das cenas que velozmente desenrolam os acontecimentos dentro do filme se fazem em um ritmo tão veloz que dificulta ao espectador

parar para pensar no que está vendo, sob pena de não compreender o conteúdo do filme, ao perder os fatos arrolados velozmente à sua frente. Segundo Adorno e Horkheimer (1985), essa é a forma como o filme adentra o espectador para que ele se integre à realidade representada no filme: atrofiando a imaginação, dificultando as capacidades intelectuais e o monólogo interior (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

p) Saídas espetaculosas, mudança de personalidade dos personagens

A surpresa que irrompe a ação fílmica, recorre ao puro absurdo, não permite o esclarecimento, mas o contentamento com o susto com as situações precariamente interligadas. Há uma cena em que Sid, com dúvida sobre sua capacidade de ser pai, pensa, e imediatamente entra uma música instrumental de violinos, em seguida as nuvens se abrem no céu, luzes do alto iluminam os ovos e Sid vê os embriões. A montagem da cena remete a um chamado sobrenatural à maternidade/paternidade despertada na preguiça. Em seguida ele abraça os ovos. Uma luz se projeta sobre eles formando na parede da rocha uma sombra com a imagem de uma grávida. Um dom divino, dádiva natural dado ao ser por uma intervenção celestial.

Após o desfecho das cenas de ação e aventura de salvamento de Sid e parto de Ellie, os personagens estão tocados pelo sentimento de vida em família e decidem ir todos para a superfície. No filme tudo parece caminhar para o fim quando os personagens chegam na porta da caverna que liga o mundo subterrâneo à superfície, repentinamente aparece de forma inexplicada o dinossauro Rudi. Daí acontece a batalha final entre os quatro personagens masculinos e o dinossauro gigante. Numa finalização inesperada os esquilos cravam a noz na terra, que se racha e forma um “foguet” de rocha que os leva para a superfície. Outro momento inesperado acontece quando um movimento parte o gelo, a barreira que separa a superfície do mundo perdido subterrâneo cai, derruba a noz no mundo perdido e obstrui a passagem entre os dois mundos, ou ainda na virada espetacular na vida dos personagens quando após um tango com um final mal sucedido, Scrat salva a dama/algoz e começa a se desenhar um romance correspondido.

r) Trilha sonora

A trilha sonora na indústria cultural leva o espectador a emoções, prende a atenção e permite certa previsibilidade que remeta à formação da racionalidade predita na lógica da produção (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). A trilha sonora de “A era do gelo 3”, não foge à lógica da produção em massa. É composta John Powell, tem 44 faixas e conta com o

sucesso dos anos 1970, *You'll Never Find Another Love like mine*, de *LowRawl* (Powell, 2009, faixa 44). A música é fragmentada, colocada em outros ritmos melódicos, vira tango, instrumental com piano e com orquestra, e retorna nas cenas dos dois esquilos com roupagem inovada. A outra canção de sucesso que ambienta o romance dos esquilos e a noz é *Alone Again*, cantado por *Chad Fischer* (POWELL, 2009, faixa 33), que tem composição original de *Gilbert O'Sullivan*, *Alone again (Naturally)*. No filme, a canção também é fragmentada e recebe uma versão curta para protagonizar o sofrimento da noz por ter sido abandonada pelo esquilo Scrat. Essa faixa retorna ao final do filme na sequência em que Scrat, cansado da rotina da vida a dois, prefere se manter solteiro, fugindo sorrateiramente ao encontro de sua noz e abandonando Scratita.

Desse modo, observamos que a música aparece de forma fragmentada e há a presença da canção de sucesso. A sonoplastia propõe a ambientação da cena para torná-la mais próxima do realismo e de um esquema pré-formado. Nesse sentido há a harmonização da palavra, da imagem e da música produzidas pelo mesmo processo técnico exprimindo uma unidade. “Esse processo de elaboração integra todos os elementos da produção desde a concepção [...] até o último efeito sonoro” (ADORNO, HORKHEIMER;1985, p. 116-117). Nesse caso a música é um acessório e não ajuda a despertar no espectador a memória involuntária, as reminiscências, a fazer uma viagem de cores e sons num mundo de sonho, fantasia, alegria e tristeza, mas dificulta esse imaginar solto.

5. À guisa de conclusão

É certo que para a Teoria Crítica existem cineastas e filmes que em sua produção delineiam uma experiência estética formativa. Antonioni, Schlöndorff, Alexandre Kluge, Kracauer, Eisenstein, Fritz Lang, Dudow e Chaplin, com críticas e elogios, apresentam elementos para a reflexão sobre o cinema formativo. Também existem outros estudiosos que se debruçaram sobre cineastas brasileiros tais como Glauber Rocha, Júlio Bressane, Walter Salles, Fernando Meireles e Jorge Furtado, e sobre Lars Von Trier, filmes iranianos e/ou filmes de desenho animado (*A Tartaruga Vermelha*”, “*O Menino e o Mundo*” etc). Mesmo que tenham referenciais teóricos diferenciados, esses estudos apontam para uma “racionalidade” de filme que resiste à lógica da indústria cultural.

Acreditamos que nesse debate é importante também que se revele a racionalidade que permeia a produção do filme, a distribuição dos filmes, as cópias disponibilizadas, a quantidade de salas ocupadas e a publicidade, já que essas questões também determinam a relação que o consumidor pode ou não ter com o produto cultural. Conforme apontamos, existem grandes monopólios de distribuidoras que ocupam, porque não dizer, controlam o que vai ser exibido nas salas de cinema no Brasil. Nesse contexto, percebemos que não só os desenhos animados mas as produções fílmicas mais assistidas advêm do monopólio estadunidense e reproduzem a lógica da indústria cultural. Assim, a exibição, o sucesso e o lucro dependem de toda essa engrenagem.

Nessa racionalidade os produtos culturais se assemelham apresentando a mesma racionalidade. No todo e de forma específica vimos um movimento acelerado de lançamentos de filmes, mas que na verdade não fogem à mesma racionalidade, mostrando o que Adorno assevera existir no capitalismo: se corre muito para se chegar ao mesmo lugar. No filme *A Era do Gelo 3*, como em todos da série, há reprodução da ideologia dominante quando não se apresentam contradições, expropriação dos esquemas, difusão de clichês e estereótipos, personalização de questões sociais, individualização do indivíduo, tipificação de personagens, montagem que não instiga o inconsciente óptico, mas o aparato do choque, ou seja a lembrança voluntária (talvez por isso esse tipo de filme seja tão usado nas escolas), identidade entre parte e todo, fetiche da técnica, ausência de estilo ou um estilo empobrecido, proximidade com o mundo empírico e não presença de espaços que propiciem o vagar do pensamento.

Vimos que o público adere a esses produtos, o que comprova que em seu tempo livre, de entretenimento, assistem os produtos culturais industrializados, não fugindo à lógica do trabalho do capitalismo. A manipulação retroativa do gosto no consumidor em que ele se convence que está escolhendo quando na verdade recebe a mercadoria cultural de acordo com pesquisas de opinião que detectam tendências psicossociais latentes (personagem que faz sucesso, recurso tecnológico da moda, aceitação de determinados atores, músicas de sucesso etc.), misturadas com uma enxurrada de propagandas, publicidade em todas as mídias desde o lançamento até o período de cartaz, que abordam a série e o filme em questão, foi uma realidade na *Era do Gelo 3*, lógica totalmente integrada à indústria cultural.

Observamos ainda que o filme expõe uma violência do imaginário sobreposto ao pensamento como afirma KEHL (1995), onde o pensamento não opera, mas o imaginário

incita a passagem ao ato como reação à angústia causada pela não presença do pensamento. Como se configura o filme, tal qual Benjamin falou dos brinquedos eletrônicos, não há estímulo da imaginação livre, da construção e reconstrução de situações, mas da promoção estereotipada de papéis femininos, masculinos e de família, de forma bipolar, dividindo o que é certo e o que é errado, não propiciando uma narração que dialogue com o passado, o presente e auxilie a pensar o futuro, que permita uma experiência individual no coletivo.

Afirmar que o filme objetiva o sucesso de lucro, o comércio, deixa explícita a mentira manifesta que aparece mesmo em menor ênfase na justificativa da qualidade do filme pela inclusão de uma tecnologia nova ou pela consultoria de cientistas. Ao mesmo tempo se percebe que em grande maioria esses filmes não precisam mais almejar serem obra de arte, os próprios empresários já fazem o inverso - são bons, têm qualidade porque são assistidos, se gastou certa quantia ou teve determinado lucro.

Quando Adorno e Marcuse se colocam reticentes à popularização da cultura alertando que o acesso aos bens culturais não significa imediatamente a formação cultural e, muito pelo contrário, pode representar uma pseudoformação generalizada e a propagação da racionalidade tecnológica, e Benjamin pondera o culto ao artista, a estetização da política e a montagem que não se faz como enigma, compreendemos o quanto este trabalho carrega essas preocupações. Mesmo sabendo que a formação cultural não resolve sozinha a transformação do sujeito e da sociedade, realizamos este estudo para que possamos, a partir de um produto cultural empobrecido, subverter essa lógica pensando em sua negação.

Nesse contexto, parece natural que o expectador assista e goste do filme, mas para Adorno essa identificação a essa racionalidade não acontecem e nem permanecem por acaso, afinal há um padrão de novidade que ao mesmo tempo lembra algo conhecido, dá ao sujeito a percepção de que o produto cultural foi feito para ele e que é ele que está escolhendo. Esse processo de identificação também o inclui em um grupo e o reforça como sujeito falante capaz de emitir uma opinião quando o assunto aparece nas rodas de conversas. Então realizar a defesa de sua opinião e do filme e rechaçar de forma ferrenha qualquer ideia crítica, perseguindo o seu opositor, faz parte desse processo (CHAVES, 2015a).

Esses foram os elementos que encontramos, mas isso não significa que outros trabalhos e outras análises não possam vir a encontrar divergências dessas análises. O filme de animação é uma obra aberta para a recepção, mas o elementos de produção permanecem bem

claros nesse processo. Diante de toda a nossa discussão esperamos ter contribuído com o debate sobre a formação e a pseudoformação a partir do produto cultural filme no cinema.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1971.
- _____. Notas sobre o filme. In: COHN, Gabriel (org.) **Theodor W. Adorno; grandes cientistas sociais**. São Paulo, Ed. Atica, 1986. p. 100 - 107.
- _____. Tempo Livre. In: _____. **Palavras e sinais: modelos críticos 2**. (trad.) Maria H. Ruschel, Petrópolis, RJ: Vozes, 1995, pp. 70 – 82.
- _____. Teoria da semicultura. **Educação & Sociedade**. Campinas-SP, ano 17, n. 56, p. 388-411, dez. 1996. (Original publicado em 1959)
- _____. A arte e alegre? In: RAMOS-DE-OLIVEIRA, N.; ZUIN, A. Á. S.; PUCCI, B. (orgs.). **Teoria Crítica, estética e educação**. Campinas – SP: Autores Associados; Piracicaba – SP: Unimep, 2001, pp. 11 – 18. (Teoria crítica, 3)
- _____. Transparência sobre o filme. In: _____. **Sobre a Indústria Cultural**. Coimbra – PT: Angelus novus, 2003, pp. 181- 198
- _____. **Educação e Emancipação**. Tradução Wolfgang Leo Maar. São Paulo, Editora Paz e Terra LTDA, 3ª ed., 2003a.
- _____. **Educação e Emancipação**. Tradução Wolfgang Leo Maar. São Paulo, Editora Paz e Terra LTDA, 7ª impressão, 2012.
- ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. p. 113 – 156. (Original publicado em 1947).
- _____. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Tradução Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- AMANCIO, tunico. Pacto cinema-Estado: os anos EMBRAFILME. **REVISTA ALCEU**. v.8 - n.15 – Rio de Janeiro: PUC-RJ, jul./dez. 2007. p. 173 a 184.
- ANCINE. **Apresentação**. [200-?]a. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/pt-br/ancine/apresentacao>> Acesso em: 21/04/2017.
- ANCINE. **FAQ – SADIS (Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas)**. [200-?]b. Disponível em: <http://app1.ancine.gov.br:8080/webrun/Download/Ajuda_SADIS.pdf> . Acesso em: 22/04/2017.
- ANCINE. **Informe de acompanhamento de mercado: SADIS – AGREGADO 2009: Informe anual (02 de janeiro a 31 de dezembro de 2009)**, 2010. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/Informe_Distribuicao_2009.pdf> . Acesso em: 17/06/2016.

ANCINE. **Anuário estatístico do cinema brasileiro: 2012.** [On-line], publicado em 03/10/2013. Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/Anuario_2012.pdf > Acesso em: 17/06/2016.

ANCINE. **Anuário estatístico do cinema brasileiro: 2013.** [On-line], publicado em 27/10/2014. Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/Anuario_2013.pdf > Acesso em: 17/06/2016.

ANCINE. **Anuário estatístico do cinema brasileiro: 2014.** [On-line], publicado em 17/11/2015. Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/Anuario_2014.pdf > . Acesso em: 17/06/2016.

ANCINE. **Anuário estatístico do cinema brasileiro: 2015.** [On-line], publicado em: 01/12/2016. Disponível em: https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/anuario_2015.pdf > . Acesso em: 20/12/2016.

ANCINE. **Anuário estatístico do cinema brasileiro: 2016.** [On-line], publicado em: 28/09/2017. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/anu%C3%A1rio-estat%C3%ADstico-do-cinema-brasileiro-2016> > . Acesso em: 17/12/2017.

ANGELUCCI, Alan César Belo. Pesquisa em Televisão Digital: contribuições e tendências. Anais do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – São Paulo - SP – 12 a 14 de maio de 2011. USP-SP.

ARANTES, Judith T. **Inclusão em sala de aula:** uma abordagem em três perspectivas. Cadernos de Pós-Graduação em Letras (on-line), V. 8, N. 1, Makenzie, São Paulo: 2008, s/p. <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/cpgl/article/view/9700/6002>>

ARANTES JUNIOR, E.; CINTRA, R.A.; ALCANTARA, A.C.J. **O Problema Da Modernidade Em Walter Benjamin: Uma Abordagem Sobre A Infância E A Educação.** Revista Sapiência: Sociedade, Sabres e Práticas Educacionais, Vol.1(2), 01 Dez. 2012, pp.130-145 (DOAJ)

AUMONT, Jacques. Eiseinstein e a montagem intelectual. In. **As teorias dos cineastas.** Campinas – SP: Papirus, 2004, p. 22-26.

BATISTA, Sueli S. dos S. **Cinema e infância: produção cultural para crianças aparentemente desencantadas.** Rumores Revista on-line de Comunicação, Linguagem e Mídia. V. 05, N.10, USP/São Paulo: jul-dez, 2011, p. 144-153. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/issue/view/4260>

BARRETO, M. Dei Tós; ROCHA, Milena; BARRETO JR., Benedito R.. **Indústria cultural e alienação: uma reflexão a partir do desenho animado bob esponja.** VIII EPCC – Encontro Internacional de Produção Científica Cesumar , (Anais Eletrônico), UNICESUMAR , Maringá – PR: 2013.

BENJAMIN, Walter. **Reflexões: a criança, o brinquedo e educação.** São Paulo-SP, Summus, 1984.

_____. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: _____.; HORKHEIMER, M.; ADORNO. T. W. **Textos escolhidos.** 2^a ed., São Paulo-SP: Abril, 1983a. pp. 03 – 28. (Col. Os pensadores).

_____. Sobre alguns temas em Baudelaire. _____.; HORKHEIMER, M.; ADORNO. T. W. In: **Textos escolhidos**. 2^a ed. São Paulo- SP: Ed. Abril, 1983b. pp 29-56. (Col. Os pensadores).

_____. Experiência e pobreza. In: **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. (Trad.) Sérgio Paulo Rouanet. 7^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1994a, pp. 114 - 119.

_____. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. (Trad.) Sérgio Paulo Rouanet. 7^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1994b, pp.197 - 221.

BENJAMIN, W. [et al.]. **Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção**. Trad. Marijane Lisboa e Vera Ribeiro; org. Tadeu Capistrano. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

BERNADETE, Jean-Claude. **O que é cinema?** São Paulo – SP: Brasiliense, 1985.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**, Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Publicado em Diário Oficial da União, 16 de julho de 1990.

CAIROLI, Priscilla. **A criança e o brincar na contemporaneidade**. Revista de Psicologia da IMED, vol.2, n.1, Porto Alegre: 2010, p. 340-348.

CAMPOS, Dinael C. de. Atuando no subsistema treinamento de pessoas. In. _____. **Atuando em psicologia do trabalho, psicologia: organizacional e Recursos Humanos**. São Paulo: 2008.

CANELAS, CARLOS F. L. **Os Fundamentos Históricos e Teóricos da Montagem Cinematográfica: os contributos da escola norte-americana e da escola soviética**. In BIBLIOTECA ON-LINE DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-canelas-cinema.pdf>

CÁNEPAS, Laura L. Expressionismo Alemão In. MASCARELLO, Fernando. (org.) **História do cinema mundial**. Campinas – SP: Papirus, 2006. pp. 55 – 88.

CARDOSO, R. S. **Quem disse que desenho animado é coisa só de criança**. (monografia) Brasília, UNICEUB, 2006.

CASTANHEIRA, J. C. S.; ERTHAL, A. M. **O cinema sensível: sensorialidade em pré e pós-cinemas**. Rev. Fronteiras – estudos midiáticos - UNISINOS, São Leopoldo – RS, v. 13 n.2, 2011. p.130-139. Disponível em: <
<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2011.132.06>> Acesso em: 10/10/2016.

CHAVES, J. C.; Ribeiro, D. R.. **Arte em Hebert Marcuse: formação e resistência à sociedade unidimensional**. Psicol. Soc., Belo Horizonte, v. 26, n.1, abril. 2014.

CHAVES, J.C. **O entrelaçamento entre arte, cinema e subjetividade: Possibilidades, impasses e desafios na teoria Crítica**. Rev. Impulso, 25(62). Piracicaba: jan/abril. 2015.

_____. Capitalismo dos monopólios e a Indústria cultural: Formação do sujeito asujeitado. In. **Escritos de psicologia, educação e cultura**. vol. 2. Campinas – SP: Mercado de Letras, 2015a. pp. 63-96.

CHAVES Jr. Cassimiro C.. **Arte, técnica e estética investigação: animação cinematográfica**. Dissertação (mestrado) - Unicamp, Instituto de Artes, Campinas, SP: [s.n.], 2009.

CERRI, Sandra; TREVISAN, Amarildo L. **A indústria cultural, a infância e a educação.** (Aguardando retorno de contato por e-mail. Com as referências de publicação). Disponível em: < <http://coral.ufsm.br/gpforma/2senafe/PDF/050e5.pdf>>

COSTA, Claudiane da; SANTIN JR., Jair A.; LIMA, Jaqueline N de; ANDRADE, Karina e GOMES, Emerson de S. Relato de experiência de oficina pedagógica na educação básica: filme “a era do gelo 4” e as mudanças climáticas. **IV Fórum das Licenciaturas/VI Encontro do PIBID/II Encontro PRODOCÊNCIA – Diálogos entre licenciaturas:** demandas da contemporaneidade [Anais – on-line], Guarapuava-PR – UNICENTRO – 2015.

DAMAZO, Luiza. Um novo produto de exportação. **Revista EXAME.** n. 949, de 12/08/2009.

DUARTE, R. Esquematismo e semiformação. **Revista Educação e sociedade**, vol. 24, n. 83, Campinas – SP: agosto de 2003. p. 441-457.

DUARTE, R. Indústria cultural hoje. In: DURÃO, F. A. ZUIN, A. & VAZ, A. F. (org.). **Indústria Cultural hoje.** São Paulo, Boitempo, 2008. p. 99-110.

DUARTE, Rosália. **Educação e cinema.** Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

ELÍAS, C. AMICH. **Desenhos animados e estereótipos de Gênero.** In: 1º SIMPÓSIO PERNAMBUCANO DE PESQUISADORAS/ES SOBRE A MULHER E RELAÇÕES DE GÊNERO. GÊNERO, DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE, 2006, Recife. **Anais** [on-line], 2006.

FEOLA, G., BERBERT, S. Classificação Indicativa no Brasil: as discrepâncias entre a televisão e o cinema. **Rev. Anagrama beta:** Revista Científica Interdisciplinar da Graduação, Ano 7, Edição 2, São Paulo-SP: Dez. 2013 – Fev.2014. Disponível em: www.revistas.univerciencia.org/index.php/anagrama/article/download/8656/7930 Acesso em: 08/02/2017.

FERREIRA, Luciana Fagundes Braga. **A narrativa cinematográfica alegórica / simbólica no cinema de animação.** [Dissertação de mestrado] - PPG A-UFMG, Belo Horizonte - MG: Escola de Belas Artes da UFMG, 2007, 220f

FIALHO, Antônio. **Desvendando a metodologia da animação clássica:** A arte do desenho animado como empreendimento industrial. 2005, 195f. Dissertação, (Mestrado em Artes visuais) - Escola de Belas Artes-UFMG. Belo Horizonte: 2005.

FISCHER, Graciana. S. **Competências dos profissionais de comunicação em mídias eletrônicas na era da convergência digital.** [Tese de Doutorado] PPG de Engenharia de Produção UFSC, 2017, 211f.

FOSSATTI, C. L. Cinema de animação uma trajetória marcada por inovações. In: VII ENC. NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA – MÍDIA ALTERNATIVA E ALTERNATIVAS MIDIÁTICAS, **Anais**, 2009.

FRANCO, R. **10 lições sobre Walter Benjamin.** Petropolis, RJ: Vozes, 2015.

FREDERICO R. O.; FILIPE R. & GEISA M. (orgs.). **Normalização do trabalho acadêmico: regras da ABNT**, Goiânia: Gráfica UFG, 2016. 134 p.

FURLAN, M. R. ; MAIA, Dayane de J. **Infância, indústria cultural e mídia:** algumas reflexões em torno da lógica do consumo na sociedade contemporânea. ANAIS da III Jornada de didáticas: desafios da docência e II seminário de pesquisa do CEMAD 2014. Londrina: UEL, de 29 a 31/07/2014. Disponível em: <

<http://www.uel.br/eventos/jornadadidatica/pages/anais-da-iii-jornada-de-didatica-desafios-para-a-docencia-e-ii-seminario-de-pesquisa-do-cemad.php>>

GAGNEBIN, J. M. Do conceito de *Mímeses* no Pensamento de Adorno e Benjamin. In. **Sete aulas sobre Linguagem, Memória e História**. Rio de Janeiro-RJ: Imago, 1997. pp. 81-106.

_____. A criança no limiar do labirinto. In. **História e Narração em Walter Benjamin**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2004. pp. 73-92.

_____. Limiar: entre a vida e a morte. In. **Limiar, Aura e Rememoração: Ensaio sobre Walter Benjamin**. São Paulo: 34, 2014a, pp. 33 - 50.

_____. O trabalho de rememoração de Penélope. In. **Limiar, Aura e Rememoração: Ensaio sobre Walter Benjamin**. São Paulo: 34, 2014b. pp. 217-250.

GOMES, Andréia Prieto. **História da animação brasileira**. Rio de Janeiro: Cena Universitária, 2008.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. (Org.). **Temas básicos da sociologia**. Tradução Álvaro Cabral. São Paulo: Cultrix; Universidade de São Paulo, 1978. (Original publicado em 1956)

JULIER, L.; MARIE, M. **Lendo as imagens do cinema**. São Paulo – SP: Ed. SENAC, 2009.

JUSTIÇA, MINISTÉRIO DA. **Classificação Indicativa: Obras AudioVisuais**. [200-?].

Disponível em:

<http://portal.mj.gov.br/ClassificacaoIndicativa/jsps/DadosObraForm.do?select_action=&tbobra_codigo=30098> Acesso em 18/10/2016.

JUSTIÇA, MINISTÉRIO DA. **Classificação Indicativa: Guia Prático** Brasília: 2006.

Disponível em: <<http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/publicacoes/comunicacao/guia-pratico-da-classificacao-indicativa>>

JUSTIÇA, MINISTÉRIO da. **Classificação Indicativa: Guia Prático**. 2 ed. Brasília: 2012.

Disponível em: <<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/guia-pratico/guia-pratico.pdf>>

JUSTIÇA, MINISTÉRIO da. **Portaria N. 368, de 11 de fevereiro de 2014**. Disponível em:

<<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/legislacao/portaria-mj-368-14.pdf>>

Acesso em: 19/10/2016.

KANGUSSU, I. Cinema, história e Nossa Música. In: LOUREIRO, Robson. ZUIN, Antonio Álvaro (orgs.). **A teoria crítica vai ao cinema**. Vitória, ES: Edufes, 2010, pp. 115 – 132.

KEHL, M. R. Imaginário e pensamento. In: SOUSA, M W. de. **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo; Brasiliense, 1995. p. 169-179.

LEMONS, Moisés F. **Psicanálise e cinema: em busca de uma aproximação** [Teses de doutorado] PPGE-Faculdade de Educação-UFG, Goiânia: 2014, 157f.

LOUREIRO, R. . Adorno e o cinema: a conversa continua. In: LOUREIRO, R.; ZUIN, A. A. S. (Orgs.). **A teoria crítica vai ao cinema**. Vitória: Edufes, 2010. p. 53-83.

_____. Theodor Adorno e Alexandre Kluge: conferências estéticas em torno do Novo

Cinema Alemão. In: PUCCI, B.; COSTA, B. C. G. da C.; DURÃO, F. A. (Orgs.). **Teoria crítica e crises: reflexões sobre cultura, estética e educação**. Campinas: Autores Associados, 2012. p. 79-95.

LOUREIRO, R.; Fonte, S. S. D. **Indústria cultural e educação em tempos “Pós-modernos”**. Campinas-SP: Papirus, 2003.

LUCENA Jr., **Arte da Animação**: Arte Nova/arte livre. Petrópolis: Vozes, 1971.

MAAR, W. L. **Adorno, semiformação e educação**. Revista Educação Sociedade, vol. 24, n. 83, Campinas –SP:Unicamp, Agosto de 2003, p. 459-476.

MAGNO, Maria I. C. **O desenho animado em sala de aula**. Revista Comunicação e educação – ECA/USP, N. 27, São Paulo: 2003. <
<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37498/40212>>

MARCUSE, H. **A dimensão estética**. Portugal: Ed. 70, 1999. (original publicado em 1977)

_____. A arte na sociedade unidimensional. In: LIMA, Luís C. **Teoria da cultura de massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990, pp.259-270.

_____. Comentários para uma redefinição de cultura. In **Cultura e Sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998a. pp. 153-175.

_____. Sobre o caráter afirmativo da cultura. In: **Cultura e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 1998b.

MARX, K. H. **Manuscritos Econômicos-filosóficos**. Lisboa: Edições 70, 1964.

MARX, K. H. Introdução à crítica da economia política. In: **Para a Crítica da Economia Política; Salário, preço e lucro; O rendimento e suas fontes: a economia vulgar**. São Paulo: Abril Cultural, 1982. p. 3- 21.

MEDEIROS, S. A. L. de. **O cinema na escola com Walter Benjamin**. 32ª reunião anual da ANPED: sociedade, cultura e educação: novas regulações? Caxambu – MG: 04-07/10/2009.

MEIRA, A. M. **Benjamin, os brinquedos e a infância contemporânea**. Psicologia e Sociedade (Impresso), v. 15, p. 74-87, jul/dez. 2003. (SCIELO)

MELO, Jorge J. de. **Boilesen, um empresário da ditadura**: a questão do apoio do empresário paulista à Oban/Operação Bandeirante 1969-1971. 2012, 138f. Dissertação, (Mestrado em História Social) – PPGHS- ICHF- DEPTO. de História, Niterói – RJ: UFF, 2012.

MEIRELES, Maurício. Crise democrática é fruto da indústria cultural diz escritor Amos Oz. Jornal Folha de São Paulo- seção Ilustrada. [on-line], São Paulo 26/06/2016. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/06/1895944-crise-democratica-e-fruto-da-industria-cultural-diz-escritor-amos-oz.shtml>>

MIRANDA DA SILVA, M. C.. **Lanterna Mágica: fantasmagoria e sincretismo audiovisual**. In: XIII Encontro Anual da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em comunicação, 2004, São Bernardo do Campo. Caderno de Texto: GT Produção de Sentido nas Mídias. Recife: Fundação Antônio dos Santos Abranches - FASA, 2004. p. 85-92.

MORETTIN, E. V. **As exposições universais e o cinema: história e cultura**. Rev. Bras. de História, v.31, n.61, ECA-USP, São Paulo: 2011, p. 231-249.

OLIVEIRA, D. M. S. de; SHIMIZU, A. de M. **A criança e o desenho animado: concepções sobre os desenhos mais assistidos e os personagens preferidos.** III Encontro Nacional de Estudos da Imagem, ANAIS, Londrina – PR: 03 a 06 de maio de 2011.

OLIVEIRA, I. V.; BERARDO, R. **O Brasil no cinema de animação estrangeiro.** In: V Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual FAV/CPG-ACV Anais, Goiânia: 2012. p.776-778.

OLIVEIRA, Dianni P. de. **Desenhos animados e desenhos infantis: relações de experiência e memória.** ANPAP - 20º Encontro Nacional: Subjetividade, Utopias e Fabulações (Anais Encontro). Rio de Janeiro: UERJ, 26/09 a 01/10 de 2011. p. 406-416 Disponível em:

<http://www.anpap.org.br/anais/2011/pdf/ceav/dianni_pereira_de_oliveira.pdf>

OLIVEIRA, Dianni P. de. **Desenhos animados e desenhos infantis: relações de experiência e memória.** 2012, 179f. Dissertação de mestrado – PPGE-Centro de Educação da Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória-ES: 2012.

PEREIRA, M. G.; ROCHA, G. S. D. C. da e BARBOSA, A. T.. **O uso de desenhos animados no ensino de ciências e de biologia: uma abordagem diferenciada.** In. I CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIÓN EN DIDÁCTICA DE LAS CIENCIAS EXPERIMENTALES: Desafíos de la educación científica hoy formar sujetos competentes para un mundo en permanente transformación. Santiago – Chile de 18 a 20/07 de 2012.

PEREIRA, U. Apresentação a edição brasileira. In. BENJAMIN, W. **Reflexões: a criança, o brinquedo e educação.** São Paulo-SP: Summus, 1984, pp. 09 – 12.

RESENDE, A. C. A. **Subjetividade em temas de reificação: um tema para a psicologia social.** Estudos: revista da UCG. v. 28, nº. 4, jul./ago. 2001. Goiânia: Ed. UCG, p. 511-538.

_____. Arte e conhecimento. In: CHAVES, Juliana de Castro; RESENDE, Anita Cristina Azevedo. (Org.). **Psicologia social: crítica socialmente orientada.** Goiânia: Ed. PUC Goiás, 2010. p. 77-92.

_____. A escola e a constituição do sujeito. In. COELHO, I. M. (org). **Escritos sobre o sentido da escola.** Campinas – SP, MercaEstudos, 2013. pp. 139-154.

ROUANET, S. P. **As razões do iluminismo.** São Paulo: Companhia das letras, 1998.

SANTOS, Glauber A. de S. S.. **O cinema como recurso didático no ensino da evolução das espécies e educação ambiental.** Rev. Ideias e Inovações, V. 3, N.1, Aracaju: fev. 2016. p. 45-56

SANTOS, Sandro V. S. dos. Walter Benjamin e a experiência infantil: contribuições para a educação infantil. **Revista Pro-Posições**, v. 26, n. 2 (77), on-line, UNICAMP. Campinas – SP: mai./ago. 2015, p. 223-239.

SARTORI, A. S.; SOUZA, K. R. de & KAMERS, N. J. **Desenho Animado, Tv e YouTube: Reflexões Sobre Educomunicação e Linguagens.** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação-Anais (ON-LINE) – Recife , PE – 2 a 6 de set. de 2011.

SCHLESENER, Anita H. Educação e infância em alguns escritos de Walter Benjamin. **Rev. Paidéia**, Vol. 21, No. 48, jan.-abr. 2011, p.129-135

SCHORN, Solange C.; SANTOS, Eliane G. dos. Cinema: instrumento pedagógico na educação emocional. **Anais da XI ANPED SUL – Reunião Científica Regional da**

ANPED: Educação, movimentos sociais e políticas governamentais, Curitiba-PR, UFPR, 24 a 27/07/2016.

SILVA, Paloma F. C. **Quando o discurso constrói o “natural”:** família, gênero e sexualidade em *A era do gelo 3*. Rev. Bagoas: estudos Gays gêneros e sexualidade.V., 7 n. 10, UFRN: 2013 p. 91-110.

SILVA, Paloma F. C. **Família no Cinema:** a construção de discursos nos filmes hollywoodianos contemporâneos. *Estud. sociol.* Araraquara v.19 n.36 p.129-145 jan.-jun. 2014

SIQUEIRA, Lidianie dos S. S. Best-seller e literatura: uma análise da saga crepúsculo. **Alumni Revista Discente da UNIABEU Alumni- Revista Discente da UNIABEU** v. 2. nº. 4 agos-dez./2014. Disponível em:
<<http://revista.uniabeu.edu.br/index.php/alu/article/view/1729/1214>>

SOUZA. Aparecida M. S. de. A temática da infância sobe a visão de Benjamin. **Revista Memento.** V. 2, n. 1 jan.- jun 2011. pp. 63 – 73. (Revista do mestrado em Letras Linguagem, Discurso e cultura – UNINCOR)

SOUZA. André C. de S. Arte, Infância e Indústria Cultural. Revista **Inter-Ação.** V. 39, n. 31 – Goiânia – GO: UFG, jan./ abr. 2014. pp. 129 – 143.

SOUZA, Eduardo; et al. O cinema de animação no Rio Grande do sul e os animadores argeninos. **Anais, XI SEMINÁRIO DE HISTÓRIA DA ARTE DO CENTRO DE ARTES DA UFPEL,** Pelotas – RJ: 2012.

SPIRONELLO, Rosangela L.; TAVARES, Fabiane S. e SILVA, Eder P. da. Educação ambiental: da teoria à prática, em busca da sensibilização e conscientização ambiental. **REVISTA GEONORTE:** Revista do Departamento de Geografia do PPG em Geografia da UFAM, São Gabriel da Cachoeira - AM, V.3, N.4, Edição Especial, p. 140-152, 2012.

VIANA, Nildo. **Heróis e super-Heróis no mundo dos Quadrinhos.** Rio de Janeiro – RJ: Editora Achiamé, 2005.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico:** a opacidade e a transparência. 3ª edição, São Paulo: Paz e Terra, 2005.

ZUIN, A.; PUCCI, B.; LASTÓRIA, L. N. Reflexões Estéticas sobre o conteúdo verdade da obra de arte. In. **10 Lições sobre Adorno.** Petropolis-RJ, Vozes, 2015.