

Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Artes Visuais
Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual
Mestrado

**A Representação Brasileira no
Cinema de Animação Nacional**

Identidade, Mercado Cinematográfico e Prática Artística

Isabela Veiga Oliveira

Goiânia/GO
2013

Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Artes Visuais
Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual
Mestrado

**A Representação Brasileira no
Cinema de Animação Nacional**

Identidade, Mercado Cinematográfico e Prática Artística

Isabela Veiga Oliveira

Orientadora Prof^a Dr^a Rosa Berardo

Goiânia/GO
2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação na (CIP)

Oliveira, Isabela Veiga.

A Representação Brasileira no Cinema de Animação Nacional: Identidade, Mercado Cinematográfico e Prática Artística [manuscrito] / Isabela Veiga Oliveira. - 2013.

xv, 234 f. : il., figs, tabs.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Rosa Berardo

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais, 2013.

Bibliografia.

Inclui lista de figuras e tabelas.

Anexos.

Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Artes Visuais
Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual
Mestrado

**A Representação Brasileira no
Cinema de Animação Nacional**

Identidade, Mercado Cinematográfico e Prática Artística

Isabela Veiga Oliveira

Orientadora Prof^ª Dr^ª Rosa Berardo

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual – Mestrado da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás, como exigência parcial para a obtenção do título de MESTRE em ARTE E CULTURA VISUAL sob a orientação da Prof^ª Dr^ª Rosa Berardo.

Goiânia – GO
2013

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR AS TESES E DISSERTAÇÕES ELETRÔNICAS (TEDE) 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), 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

Autor (a):	Isabela Veiga Oliveira		
E-mail:	isa_veiga@yahoo.com.br		
Seu e-mail pode ser disponibilizado na página? <input checked="" type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não			
Vínculo empregatício do autor	Bolsista		
Agência de fomento: CAPES/CNPQ		Sigla:	
País:	Brasil	UF:GO	CNPJ:
Título:	A Representação Brasileira no Cinema de Animação Nacional, identidade, mercado cinematográfico e prática artística		
Palavras-chave:	Arte, cultura visual, cinema, identidade, animação, mercado cinematográfico		
Título em outra língua:	The Brazilian Representation at National Film Animation, identity, film market and artistic practice		
Palavras-chave em outra língua:	Art, visual culture, cinema, identity, animation, film market		
Área de concentração:	Arte, Cultura e Visualidades		
Data defesa: (dd/mm/aaaa)	05/04/2013		
Programa de Pós-Graduação:	Arte e Cultura Visual		

Orientador (a):	Profª Drª Rosa Berardo
E-mail:	rosa@rosaberardo.com.br
Co-orientador (a):*	
E-mail:	

*Necessita do CPF quando não constar no SisPG

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 ou DOC da tese ou dissertação.

O sistema da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações garante aos autores, que os arquivos contendo eletronicamente as teses e ou dissertações, antes de sua disponibilização, receberão procedimentos de segurança, criptografia (para não permitir cópia e extração de conteúdo, permitindo apenas impressão fraca) usando o padrão do Acrobat.

Data: 05 / 04 / 2013

Assinatura do (a) autor (a)

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.

Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Artes Visuais
Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual – Mestrado

A Representação Brasileira no Cinema de Animação Nacional

Identidade, Mercado Cinematográfico e Prática Artística

Isabela Veiga Oliveira

Dissertação defendida e aprovada em 05 de Abril de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Rosa Berardo (FAV/UFG) Orientadora e Presidente da Banca

Prof. Dr. Raimundo Martins (FAV/UFG) Membro Interno

Prof^a. Dr^a. Selma Regina Nunes de Oliveira (FAC/UnB) Membro Externo

Prof. Dr. Edgar Franco (FAV/UFG) Suplente do Membro Interno

Prof^a. Dr^a. Suely Gomes (FACOMB/UFG) Suplente do Membro Externo

à minha família pela ajuda,
paciência, e memórias....

Resumo

Neste trabalho buscamos refletir sob variados pontos de vista o conceito de “identidade”, e seu desenvolvimento ao longo da história, dando ênfase à pós-modernidade, sua relação com o imaginário social, a cultura de massa e a memória. Direcionamos este estudo para a cultura brasileira e o cinema como suporte para uma representação da identidade brasileira. Para demonstrarmos reflexos deste conceito na produção nacional e observarmos o mercado cinematográfico em pleno desenvolvimento a partir das leis de incentivo, analisamos três longa-metragens de animação: *Brichos* (2007), *A Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo* (2007) e *Brasil Animado* (2011). Por fim, a partir destes estudos e de vivências pessoais, realizamos a poética “A Velha Gulosa”, um filme de ficção com inserções animadas, financiado através de leis de incentivo municipal.

Palavras-Chave: Arte, cultura visual, cinema, identidade, animação, mercado cinematográfico

Abstract

This study aims to reflect varied viewpoints on the concept of "identity" and its development throughout history, emphasizing the post-modernity, its relationship with the social imagination, mass culture and memory. We direct this study to the Brazilian culture and cinema as a support for the representation of Brazilian identity. To demonstrate this concept reflected in national production and look at the film market in full development from incentive laws, we analyzed three animated feature films: *Brichos* (2007), *A Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo* (2007) and *Brasil Animado* (2011). Finally, from these studies and personal experiences, we held the poetic "A Velha Gulosa", a fiction film with animated inserts, financed through municipal incentive laws.

Key-Words: Art, visual culture, cinema, identity, animation, film market

Sumário

ÍNDICE DE FIGURAS	1
ÍNDICE DE TABELAS	4
INTRODUÇÃO	5
CAPÍTULO 1: CONSTRUÇÕES TEÓRICAS	13
1.1. A CULTURA VISUAL, O CINEMA E NÓS	14
1.2. METODOLOGIA	16
1.3. A IDENTIDADE AO LONGO DA HISTÓRIA.....	20
1.3.1. <i>Modernidade</i>	20
1.3.2. <i>Pós-Modernidade</i>	26
1.3.3. <i>Da identidade ao imaginário social</i>	29
1.3.4. <i>Do imaginário social à cultura de massa</i>	31
1.4. A FORMAÇÃO DA IDENTIDADE BRASILEIRA.....	39
1.5. CINEMA E REPRESENTAÇÃO	46
1.6. IMAGINÁRIO, MEMÓRIA E O NASCIMENTO DA POÉTICA “A VELHA GULOSA”	48
CAPÍTULO 2: HISTÓRIA E MERCADO	53
2.1. <i>LIVE-ACTION</i> E ANIMAÇÃO: O NASCIMENTO DE DOIS CINEMAS?.....	55
2.1.1. <i>História da animação: Walt Disney</i>	57
2.1.2. <i>História da animação: a evolução técnica</i>	61
2.1.3. <i>História da Animação: Brasil</i>	62
2.2. O MERCADO CINEMATOGRAFICO BRASILEIRO E SUAS LEIS DE INCENTIVO.....	76
2.3. ANÁLISE DE MERCADO	81
2.3.1. <i>A Turma da Mônica em uma aventura no tempo</i>	82
2.3.2. <i>Brichos</i>	93
2.3.3. <i>Brasil Animado</i>	97
2.4. FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL E AS NOVAS POSSIBILIDADES	103
CAPÍTULO 3: ANÁLISES FÍLMICAS	107
3.1. BRICHOS	109
3.2. BRASIL ANIMADO.....	129
3.3. A TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO	145
CAPÍTULO 4: POÉTICA VISUAL “A VELHA GULOSA”	158
4.1. BAGAGEM ARTÍSTICA: INTERSEÇÕES TEMÁTICAS	160
4.2. BAGAGEM PESSOAL: INSPIRAÇÕES.....	164
4.3. DO NASCIMENTO À REALIZAÇÃO	173

4.3.1. <i>Diário de bordo: roteiro</i>	173
4.4. APRESENTAÇÃO E REFLEXÕES SOBRE O PROJETO.....	177
4.4.1. <i>Personagens</i>	178
4.4.2. <i>Diário de bordo: Seleção de elenco</i>	179
4.4.3. <i>Direção de Arte</i>	181
4.4.4. <i>Diário de bordo: Locação e arte</i>	184
4.4.5. <i>Direção de Fotografia</i>	185
4.4.6. <i>Diário de Bordo: Fotografia</i>	186
4.4.7. <i>Animações: técnica e estética</i>	187
4.4.8. <i>Diário de bordo: Animações</i>	197
4.4.9. <i>Trilha sonora</i>	198
4.5. REFLEXÕES SOBRE O MITO “A VELHA GULOSA”	199
BIBLIOGRAFIA	209
BIBLIOGRAFIA PARA A REALIZAÇÃO POÉTICA	211
ANEXO 1: ROTEIRO	212
ANEXO 2: STORYBOARD	219
ANEXO 3: DECUPAGEM FÍLMICA	224
ANEXO 4: CONCEPTS ANIMAÇÕES	233
ANEXO 5: ARTE GRÁFICA	236

Índice de Figuras

FIGURA 1 – DELIBERAÇÃO Nº 233 DE 30 DE SETEMBRO DE 2005. FONTE: DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO.....	82
FIGURA 2 – DELIBERAÇÃO Nº 125. FONTE: DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO	93
FIGURA 3 – DELIBERAÇÃO Nº 68. FONTE: ANCINE	98
FIGURA 4 – PROJETOS CONTEMPLADOS POR GÊNERO ENTRE 2008-2010. FONTE: ANCINE.....	105
FIGURA 5 – PROJETOS CONTEMPLADOS POR GÊNERO E POR LINHA EM TODAS AS CHAMADAS. FONTE: ANCINE	106
FIGURA 6 – FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE	109
FIGURA 7 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	110
FIGURA 8 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE	111
FIGURA 9 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	111
FIGURA 10 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	112
FIGURA 11 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	112
FIGURA 12 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	113
FIGURA 13 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	113
FIGURA 14 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	114
FIGURA 15 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	115
FIGURA 16 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	116
FIGURA 17 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	117
FIGURA 18 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	117
FIGURA 19 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	118
FIGURA 20 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	119
FIGURA 21 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	120
FIGURA 22 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	120
FIGURA 23 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	121
FIGURA 24 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	121
FIGURA 25 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	122
FIGURA 26 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	123
FIGURA 27 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	123
FIGURA 28 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	124
FIGURA 29 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	125
FIGURA 30 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	126
FIGURA 31 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	126
FIGURA 32 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	127
FIGURA 33 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	127
FIGURA 34 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRICHOS</i> PARA ANÁLISE.....	128
FIGURA 35 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	129
FIGURA 36 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	130
FIGURA 37 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	131
FIGURA 38 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	132
FIGURA 39 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	132
FIGURA 40 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	133
FIGURA 41 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	134
FIGURA 42 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	134
FIGURA 43 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	135
FIGURA 44 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	135
FIGURA 45 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE.....	136

FIGURA 46 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	136
FIGURA 47 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	137
FIGURA 48 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	138
FIGURA 49 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	139
FIGURA 50 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	140
FIGURA 51 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	140
FIGURA 52 - FRAMES RETIRADOS DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	141
FIGURA 53 - FRAME RETIRADO DO FILME <i>BRASIL ANIMADO</i> PARA ANÁLISE	141
FIGURA 54 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	145
FIGURA 55 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	146
FIGURA 56 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	147
FIGURA 57 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	147
FIGURA 58 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	148
FIGURA 59 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	149
FIGURA 60 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	149
FIGURA 61 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	150
FIGURA 62 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	150
FIGURA 63 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	151
FIGURA 64 - FRAME DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	152
FIGURA 65 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	153
FIGURA 66 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	154
FIGURA 67 - FRAMES DO FILME <i>TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO</i> PARA ANÁLISE	155
FIGURA 68 – FRAMES DO FILME <i>A PISADEIRA, 2007</i>	161
FIGURA 69 – FRAMES DO FILME <i>MINHAS MEMÓRIAS DE DRAGÃO, 2009</i>	162
FIGURA 70 – FOTOGRAFIA DO GENERAL JOSÉ VIEIRA COUTO DE MAGALHÃES. FONTE: MUSEU ZOROASTRO ARTIAGA	169
FIGURA 71 – RAFAEL VILLELA INTERPRETA GUILHERME NO CURTA <i>A VELHA GULOSA</i>	179
FIGURA 72 – NEUSA CAETANO INTERPRETA MILZA NO CURTA <i>A VELHA GULOSA</i>	180
FIGURA 73 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	181
FIGURA 74 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	183
FIGURA 75 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	184
FIGURA 76 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	185
FIGURA 77 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	185
FIGURA 78 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	186
FIGURA 79 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	186
FIGURA 80 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	187
FIGURA 81 – FRAMES DO <i>INSTITUCIONAL MANIFESTO GLOOB</i>	188
FIGURA 82 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	189
FIGURA 83 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	189
FIGURA 84 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	190
FIGURA 85 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	190
FIGURA 86 – FRAMES DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	191
FIGURA 87 – FRAME DO JOGO <i>LIMBO</i>	192
FIGURA 88 – FRAMES DO FILME <i>JOÃO E O PÉ DE FEIJÃO</i> , DVD FÁBULAS E FANTASIAS DE LOTTE REINIGER. VOLUME I	192
FIGURA 89 – XILOGRAVURAS DE CORDEL RETIRADAS DO LIVRO <i>XILOGRAVURA POPULAR NA LITERATURA DE CORDEL</i>	193
FIGURA 90 – REFERÊNCIAS DE PINTURA CORPORAL RETIRADAS DO LIVRO <i>GRAFISMO INDÍGENA</i>	193
FIGURA 91 – REFERÊNCIAS RETIRADAS DO LIVRO <i>GRAFISMO INDÍGENA</i>	194
FIGURA 92 – REFERÊNCIAS RETIRADAS DO LIVRO <i>GRAFISMO INDÍGENA</i>	195
FIGURA 93 – REFERÊNCIA RETIRADA DO LIVRO <i>GRAFISMO INDÍGENA</i>	196
FIGURA 94 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	196

FIGURA 95 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	202
FIGURA 96 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	204
FIGURA 97 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	204
FIGURA 98 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	205
FIGURA 99 – FRAME DO FILME <i>A VELHA GULOSA</i>	206

Índice de Tabelas

TABELA 1 – DADOS BÁSICOS DO MERCADO CINEMATOGRAFICO BRASILEIRO ENTRE OS ANOS DE 2008- 2011. FONTE: ANCINE	7
TABELA 2 – FILMES BRASILEIROS E ESTRANGEIROS LANÇADOS EM 2011. FONTE: ANCINE	9
TABELA 3 – FILMES BRASILEIROS POR GÊNERO ENTRE OS ANOS DE 1995-2011. FONTE: ANCINE	9
TABELA 4 – RELAÇÃO DOS BENEFICIADOS POR MECANISMOS DE RENÚNCIA FISCAL EM 2006. FONTE: ANCINE	84
TABELA 5 – FILMES PRODUZIDOS PELA EMPRESA DILER & ASSOCIADOS NO ANO DE 2006. FONTE: RELATÓRIO ANCINE 2006	84
TABELA 6 – LONGAS-METRAGENS BRASILEIROS LANÇADOS COMERCIALMENTE NO MERCADO DE SALAS DE EXIBIÇÃO EM 2007. FONTE: ANCINE.....	85
TABELA 7 – FILMES POR NÚMERO DE SALAS POR SEMANA CINEMATOGRAFICA EM 2007. FONTE: ANCINE.....	86
TABELA 8 – OBRAS EXIBIDAS EM SALAS POR SEMANA E POR UF EM 2007. FONTE: ANCINE.....	87
TABELA 9 – FILMES NACIONAIS LANÇADOS ENTRE 1995-2009, ORDENADO POR NÚMERO DE FILMES PRODUZIDOS POR PROPONENTE. FONTE: ANCINE	88
TABELA 10 – FILMES NACIONAIS LANÇADOS ENTRE 1995-2009, ORDENADO POR PÚBLICO E DISTRIBUIDORA. FONTE: ANCINE	90
TABELA 11 – FILMES NACIONAIS LANÇADOS ENTRE 1995-2009, ORDENADO POR RENDA. FONTE: ANCINE.....	90
TABELA 12 - FILMES NACIONAIS LANÇADOS ENTRE 1995-2009, RENDA E PÚBLICO POR DISTRIBUIDORA E TÍTULO. FONTE: ANCINE..	91
TABELA 13 – CLASSIFICAÇÃO DOS TÍTULOS BRASILEIROS LANÇADOS EM 2007 POR RENDA E PÚBLICO. FONTE: ANCINE	92
TABELA 14 – RECURSOS CAPTADOS POR PROPONENTE EM 2005. FONTE: RELATÓRIO ANCINE 2005.....	94
TABELA 15 – RECURSOS CAPTADOS POR PROPONENTE EM 2006. FONTE: RELATÓRIO ANCINE 2006.....	94
TABELA 16 – LONGAS-METRAGENS BRASILEIROS LANÇADOS COMERCIALMENTE NO MERCADO DE SALAS DE EXIBIÇÃO NO ANO DE 2007. FONTE: ANCINE	95
TABELA 17 – VALORES TOTAIS CAPTADOS POR PRODUTORA PARA OBRAS DE FICÇÃO E ANIMAÇÃO ENTRE OS ANOS DE 1995 A 2011. FONTE: ANCINE	95
TABELA 18 – CLASSIFICAÇÃO DOS TÍTULOS BRASILEIROS LANÇADOS EM 2007 POR RENDA E PÚBLICO. FONTE: ANCINE	96
TABELA 19 – RENDA E PÚBLICO POR DISTRIBUIDORA E TÍTULO. FONTE: ANCINE	96
TABELA 20 – FILME POR NÚMERO DE SALAS POR SEMANA CINEMATOGRAFICA NO ANO DE 2007. FONTE: ANCINE	97
TABELA 21 - VALORES AUTORIZADOS E CAPTADOS POR PROJETO ENTRE OS ANOS DE 1995-2011. FONTE: ANCINE	99
TABELA 22 – VALORES TOTAIS CAPTADOS POR PRODUTORA PARA OS GÊNEROS DE FICÇÃO E ANIMAÇÃO ENTRE OS ANOS DE 1995-2011. FONTE: ANCINE	99
TABELA 23 – CLASSIFICAÇÃO DOS 20 FILMES MAIS ASSISTIDOS NA SEMANA DE ESTREIA DO FILME BRASIL ANIMADO, EM 2011. FONTE: ANCINE	100
TABELA 24 – LANÇAMENTOS POR DISTRIBUIDORA EM SALAS DE CINEMA NO ANO DE 2011. FONTE: ANCINE	101
TABELA 25 – INVESTIMENTOS DISPONIBILIZADOS PARA AS LINHAS DE AÇÃO DE PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO ENTRE OS ANOS DE 2008-2012. FONTE: ANCINE	104
TABELA 26 – VALORES INVESTIDOS EM CADA LINHA DE AÇÃO DO FSA ENTRE OS ANOS DE 2008-2010. FONTE: ANCINE	104

Introdução

O mestrado, na linha de pesquisa de *Poéticas Visuais e Processos de Criação* do Programa de Pós-graduação em Arte e Cultura Visual da FAV/UFG, possibilita desenvolver um projeto prático em artes dentro do ambiente acadêmico. Assim, o artista aproxima-se de seu objeto de estudo com a ajuda de outros olhares críticos, teorias e estudos que compõem uma teia de conhecimentos: os alicerces para sua obra artística.

Desta forma, partimos de nossos questionamentos subjetivos para iniciar este estudo. Do ponto de vista de uma animadora, sempre tive dúvidas sobre como representar o Brasil e o povo brasileiro, respeitando suas diferentes manifestações regionais, culturais e identitárias. Na construção da obra cinematográfica buscamos um olhar interdisciplinar, característica própria do cinema, sem nos distanciarmos de sua função ideológica como meio de comunicação de massa. Essa interdisciplinaridade fica visível também nas escolhas das teorias que sustentam a pesquisa e na realização da obra.

Entre essas teorias, se destacam conceitos sobre identidade nos estudos culturais, na história, sociologia e antropologia, numa abordagem que envolve o seu conceito geral e sua relação com a nação, o poder cultural, o discurso nacionalista, o conceito de comunidade imaginada até o pertencimento. Desta forma, quisemos mostrar as modificações do pensamento existente entre a Modernidade e a Pós-Modernidade. Neste percurso, como foco específico, observamos a situação do Brasil, o processo de formação de seu povo e da nação, regionalismos e culturas locais, além das questões sobre globalização, cultura de massa e indústria cultural.

Os estudos culturais nos inspiram um olhar subjetivo, porém crítico, das visualidades cotidianas. As imagens têm poder e as representações visuais que

observaremos nos filmes estudados nesta dissertação e em nossa produção artística nos dizem muito acerca da identidade brasileira. Neste sentido, Raimundo Martins (2008), coloca qual é, afinal, a proposta da cultura visual:

A proposta da cultura visual é questionar e construir um conhecimento mais profundo, rico e complexo ao colocar em perspectiva a “relevância que as representações visuais e as práticas culturais têm dado ao ‘olhar’ em termos das construções de sentido e das subjetividades no mundo contemporâneo” (HERNÁNDEZ, 2007, P.27). Além disso, a cultura visual dá grande importância não apenas à compreensão, mas também à interpretação crítica da arte e da imagem como artefatos culturais. (MARTINS, 2008, p.33)

A partir desta proposta, a intenção do nosso estudo é observar como o cinema de animação nacional transmite os valores culturais e a representação da identidade e cultura brasileira em suas narrativas.

A intenção deste trabalho não é diminuir ou rotular as produções cinematográficas que eventualmente reproduzam os estereótipos, afinal não podemos negar os valores culturais que estão naturalmente agregados a estes modelos de representação. O objetivo maior é entender como a obra transmite a representação identitária como um todo.

Entre outros critérios de escolha, dos quais falaremos mais à frente, consideramos trabalhar com longas de animação que estrearam nos cinemas, por se tratar de um tipo de entretenimento muito consumido pelos brasileiros, bem como por podermos desenvolver pensamentos no âmbito das problemáticas que envolvem o setor, direcionando para os filmes de animação nacional:

Dados básicos do Mercado				
Indicador	2008	2009	2010	2011
Público em salas de exibição	89.960.164	112.665.601	134.364.520	143.886.208
Público filme nacional em salas de exibição	9.143.052	16.070.368	25.227.757	17.869.385
Público filme estrangeiro em salas de exibição	80.817.112	96.595.233	109.136.763	126.016.823
Renda Bruta em salas de exibição	R\$ 729.522.782,41	R\$ 969.744.934,14	R\$ 1.256.550.704,09	R\$ 1.437.801.236,00
Renda Bruta em salas de exibição filmes nacionais	R\$ 70.244.803,07	R\$ 131.873.775,25	R\$ 222.169.100,11	R\$ 163.270.076,00
Renda Bruta em salas de exibição filmes estrangeiros	R\$ 659.277.979	R\$ 837.871.158,89	R\$ 1.034.381.603,98	R\$ 1.274.531.160,00
Número de filmes lançados em salas	323	319	303	339
Número de filmes nacionais lançados em salas	79	84	75	99
Número de filmes estrangeiros lançados em salas	244	235	228	240

Tabela 1 – Dados básicos do mercado cinematográfico brasileiro entre os anos de 2008- 2011. Fonte: Ancine²

Na tabela 1, desde 2008, observa-se que, em média, a cada 4 filmes lançados nas salas de exibição no país, 1 é brasileiro. Isto demonstra o crescimento do cinema nacional, porém, em média, de 10% a 20% do público opta por estes filmes.

Para entendermos essas opções dos espectadores brasileiros é preciso um estudo sobre a distribuição dos filmes nacionais e o mercado cinematográfico interno no Brasil. A indústria cinematográfica mundial configura-se como um sistema estruturado, dividido em três setores: produção, distribuição e exibição.

No Brasil, o setor de distribuição é composto por empresas nacionais e internacionais. Elas têm a mesma função: criar um elo entre o setor de produção e o de exibição, alimentando o mercado interno brasileiro. São papéis destas empresas, a negociação com produtores, elaboração de estratégias de lançamento, ações de marketing, negociação com exibidores e acompanhamento da performance comercial do título. Por todos estes fatores, no geral as empresas tendem a se concentrarem em um número restrito de títulos, identificados como de maior potencial comercial.

As distribuidoras internacionais são denominadas *majors* e se fazem presentes em todos os mercados mundiais. Elas concentram seu trabalho tanto na inserção de

² Disponível em

<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/Dados_Gerais_do_Mercado_Brasileiro.pdf> - acesso em 03/07/12

títulos estrangeiros no Brasil, quanto na distribuição de títulos nacionais, tendo em vista seu potencial dentro do mercado. São elas: Disney, Paramount, Sony, Fox, Universal e Warner.

As distribuidoras brasileiras demonstram um pouco da fragilidade deste setor. Por não seguirem o ritmo acelerado da produção nacional, levam os produtores a buscarem empresas estrangeiras para realizarem a distribuição de seus filmes, acarretando na falta de absorção total destas produções nacionais. Assim, muitos filmes produzidos não chegam às salas de cinema, ou, quando chegam, são direcionados para algumas cidades apenas, ou permanecem pouco tempo em cartaz.

Para solucionar este problema, a Lei do Audiovisual permite uma associação entre as *majors* e produções nacionais. Até 70% do imposto devido por estas empresas ao Governo Federal pode ser aplicado na forma de investimento nos filmes brasileiros. Por consequência, estas produções são distribuídas pela empresa internacional investidora.

Mas há também no Brasil, um gargalo no setor de exibição. Com um número de salas de cinema fixo no país e a produção em aceleração, observamos a supressão dos filmes nacionais nestas salas. Para evitar este processo, a Agência Nacional do Cinema (Ancine) instaurou, em 2001, a “cota de tela”³. Seus objetivos são: dar autossustentabilidade ao mercado audiovisual, em particular, da indústria brasileira, promoção da cultura nacional e da língua portuguesa e estímulo à diversificação da produção. De acordo com a instrução normativa, é obrigação das empresas proprietárias de salas ou complexos de exibição pública comercial, exibirem “anualmente, obras cinematográficas brasileiras de longa metragem, no âmbito de sua programação, observados o número mínimo de dias e a diversidade dos títulos fixados por decreto”.

³ Instrução normativa disponível em < <http://www.ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-88-de-02-de-mar-o-de-2010> > acesso em 03/07/12

Ainda assim, os exibidores optam por títulos mais promissores, que estão respaldados por *majors* ou exibem títulos menores durante um curto espaço de tempo. Portanto, somos atingidos tanto (ou mais) por imagens estrangeiras do que brasileiras. No caso das animações, a relação é mais preocupante. Vemos na tabela 2 abaixo, a relação dos 10 filmes estrangeiros de maior bilheteria nos cinemas brasileiros no ano de 2011. Entre eles, 5 são animações estrangeiras, lideradas por “Rio”, o segundo filme de maior bilheteria do ano em questão.

Filmes Brasileiros e Estrangeiros Lançados - 2011
Período: 31 de dezembro de 2010 a 05 de janeiro de 2012

#	Título	Distribuidora	País	Data de Lançamento	Salas*	Público	Renda Bruta (R\$)
1	A Saga Crepúsculo: Amanhecer - Parte 1	Paris (SM)	EUA	18/11/2011	1.278	7.020.756	65.174.912,38
2	Rio	Fox	EUA	08/04/2011	1.066	6.352.260	68.776.589,42
3	Harry Potter e as Relíquias da Morte – Parte 2	Warner	EUA	15/07/2011	951	5.577.760	57.146.058,00
4	Os Smurfs	Sony (Columbia)	EUA	05/08/2011	575	5.075.834	52.071.045,68
5	Piratas do Caribe: Navegando em Águas Misteriosas	Disney	EUA	20/05/2011	763	4.428.934	48.965.342,50
6	Enrolados	Sony (Columbia)	EUA	07/01/2011	465	3.933.495	39.755.104,48
7	Gato de Botas	Paramount/Universal	EUA	09/12/2011	909	3.793.626	40.249.984,00
8	Velozes e Furiosos 5	Paramount/Universal	EUA	06/05/2011	521	3.612.706	33.424.514,00
9	Carros 2	Disney	EUA	23/06/2011	700	3.394.461	33.533.481,00
10	Transformers: o Lado Oculto da Lua	Paramount/Universal	EUA	01/07/2011	655	3.134.578	35.796.388,00

Tabela 2 – Filmes brasileiros e estrangeiros lançados em 2011. Fonte: Ancine⁴

De um lado o mercado brasileiro é tomado por animações estrangeiras que são sucesso de bilheteria e público, do outro, as animações nacionais, apesar de terem conquistado uma abertura maior devido ao aquecimento do mercado cinematográfico brasileiro, raramente se destacam. De acordo com os dados da Ancine (tabela 3), entre os anos de 1995 a 2011, dos 797 filmes lançados no país, apenas 9 foram do gênero animação:

Filmes Brasileiros por Gênero - 1995 a 2011

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Animação	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	0	1
Documentário	3	1	2	2	4	2	8	10	4	15	12	25	32	25	38	32	40
Ficção	11	17	19	21	24	21	21	19	26	33	32	46	44	53	45	43	57
Outros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total	14	18	21	23	28	23	30	29	30	49	45	72	78	79	84	75	99

Tabela 3 – Filmes brasileiros por gênero entre os anos de 1995-2011. Fonte: Ancine⁵

⁴ Disponível em <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2108.pdf>> acesso em 03/07/12

⁵ Disponível em <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2104.pdf>> acesso em 03/07/12

Em comparação com os outros tipos de cinema (documentário e ficção), ainda notamos a tímida participação deste tipo de produção nas salas de exibição nacionais. No capítulo 2 falaremos mais acerca da dificuldade da inserção deste gênero na produção cinematográfica nacional, bem como sobre a importância do mercado brasileiro e da história da animação nacional. Estes nos permitem conhecer a experiência brasileira, entender os processos históricos que acarretaram a formação da indústria do cinema de animação nacional, das leis de incentivo e do público.

A análise fílmica, situada no capítulo 3, será nossa ferramenta metodológica para a interpretação discursiva do *corpus*. Através desta metodologia de trabalho, pretendemos chegar às discussões sobre como as técnicas de representação dos personagens e o desenvolvimento da narrativa são responsáveis pela criação de significações ideológicas e culturais contidas nos filmes.

Sobre o *corpus*, cinco critérios foram observados: primeiramente, deveriam ser animações de longa metragem que tivessem sido lançadas nos cinemas brasileiros. Esta escolha nos permitiu encontrar projetos que visem uma abrangência midiática nacional, cuja exibição e distribuição, revelem alternativas para o gênero na sua inserção no mercado cinematográfico nacional. Pudemos ter acesso aos estudos que a Ancine, órgão público que regula as leis de incentivo e a exibição de obras cinematográficas no país, divulga através do portal O.C.A⁶ (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual). Estes são dados estatísticos das produções nacionais, como: público, renda, valor captado dentro das leis de incentivo, distribuição, produção, entre outros. A partir desta fonte, traçamos o caminho percorrido pelos filmes, da produção à distribuição nos cinemas, verificando sua recepção e os interesses do mercado.

O segundo critério foi o desenvolvimento dos filmes a partir das leis de incentivo governamentais. Vários editais são lançados por ano para produtores que

⁶ Disponível em <<http://oca.ancine.gov.br/>>

buscam financiamento para suas criações. Desta forma, foi interessante observar a forma como estes filmes buscaram este incentivo, além das associações entre empresas produtoras e distribuidoras.

O terceiro critério para escolha do *corpus* foi o da variedade regional. Seria impossível selecionar um filme por região, pois em se tratando de longa-metragem, entre os anos de 1995 e 2011, apenas as regiões Sudeste e Sul produziram este gênero. Desta forma, selecionamos um representante de cada estado a seguir: São Paulo, Rio de Janeiro e Paraná.

O quarto critério de seleção foi o uso da técnica digital de desenho e animação, mesma técnica que usaremos em nossa prática, que nos permite estabelecer pontes de reflexão entre os trabalhos a partir de diversos aspectos da produção.

O quinto e decisivo critério foi observar no contexto das histórias, a presença da representação cultural e da identidade brasileira. As imagens, mensagens e ideologias acerca desta representação serão discutidas no capítulo 3, onde analisaremos as cenas individualmente.

Sob esses critérios, foi formado nosso *corpus* de análise, composto por três animações nacionais: *Brichos*, 2007, (Paraná); *A Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo*, 2007, (Rio de Janeiro); e *Brasil Animado*, 2011, (São Paulo).

Os três capítulos descritos nesta introdução sustentam a realização de nosso trabalho prático, cujo tema principal é a relação do sujeito com sua identidade na pós-modernidade. O quarto capítulo se reserva à documentação deste processo, do conteúdo aos elementos técnicos, além de uma análise sobre a construção da narrativa.

É importante verificar que a produção descrita no quarto capítulo conversa com os demais e os modifica, de modo que se interpenetram quando necessário. Este ponto foi verificado ao longo do processo, quando muitas vezes a teoria casava

perfeitamente com a prática e outras vezes, quando a teoria não bastava, precisando ser modificada, ampliada, para melhor se entrelaçarem.

Penso que isto ocorreu para me lembrar da presença da subjetividade da criação, presente tanto no texto teórico, que é a uma visão costurada de vários pensamentos interdisciplinares de diversos autores, quanto na realização da obra artística. Afinal, ambas brotam da imaginação de seus autores.



CAPÍTULO 1:

Construções teóricas

1.1. A cultura visual, o cinema e nós

A realização deste estudo dentro de um programa de pós-graduação que privilegia os estudos culturais nos permite compreender o papel social das artes. Como visualidades, estas imagens se fazem presentes em nosso cotidiano. Este trabalho foca o cinema, sua influência cultural e ideológica no contexto da formação identitária brasileira.

O cinema é um instrumento ideológico, que nos mostra pontos de vista políticos, sociais, econômicos, psicológicos, entre outros. Observá-lo a partir da cultura visual trás à tona preocupações com o contexto da produção, o sujeito que produz e o sujeito que consome a produção.

No caso da obra cinematográfica, este “sujeito que fala” é composto por uma tríade: o roteirista, o diretor e o produtor. A mensagem que vemos nas telas é uma junção das ideias destes profissionais, cada um atuando sobre suas especialidades.

O roteirista é responsável pela parte imaginativa do processo. Dele surgirão as ideias que compõem o roteiro. Este é adaptado à visão do diretor, que precisa se preocupar com a materialização destas imagens, avaliando as questões técnicas de captação das cenas. O produtor, nosso último personagem, possui a missão de adequar os pensamentos do diretor à realidade financeira do projeto.

Desta forma, vamos da imaginação do roteirista à materialização das cenas, sendo que este item do orçamento, nas produções nacionais, exerce grande influência no resultado final. Pelo exposto, pretendemos entender como o discurso contido nas animações analisadas seria afetado pelas condições de produção e pelos sujeitos que a produzem.

Entendemos que os significados gerados por estas obras são variáveis. A cultura visual permite que a subjetividade e a interpretação dialoguem com os

significados contidos nestas obras e prevê uma abertura para que cada espectador reaja e interprete a partir de sua vivência.

A metodologia adotada para a análise fílmica também nos ajuda neste quesito, pois, apesar de parecer uma estrutura rígida ela abre o filme para retirarmos dele as interpretações de seus significados. Neste momento cabe explicitarmos, como sujeitos da análise, de onde falamos. Estamos na posição de artistas, estudantes de cinema, brasileiros, observadores e críticos.

Desejamos olhar para o discurso produzido pelo cinema acerca do que é a brasilidade, a identidade brasileira, e a forma como é construído este sentimento ao longo das narrativas.

Mas não nos basta olhar. Não somos mais o observador que estuda o outro de longe. Colocamo-nos também na posição de produtor destas imagens. Através deste trabalho, o qual roteirizei, dirigi, editei e animei, aproveito para deixar claro minha identidade, as imagens que me movem e me freiam. Imagens que refletem o que vejo nos olhos do outro que me vê.

1.2. Metodologia

Como disse Marcel Martin (1990), “não há neutralidade nas imagens de um filme”. Primeiro devemos considerar que os autores de uma estória representam em imagens sua ideologia, seus valores culturais e seus pontos de vista sobre aquilo que criam. Esta afirmação é também verdade para o cinema de animação.

As próprias condições da produção deste cinema, os altos custos e o tempo, quase sempre curtos demais, inviabilizam cenas que não dizem nada ao espectador, vazias de significado. Basta, então, interpretar as mensagens que estas imagens tentam, direta ou indiretamente, passar a quem assiste.

Para tanto, a análise fílmica do *corpus* selecionado para este estudo, será desenvolvida no capítulo 3 e volta-se para os elementos técnicos e psicológicos que produzem as sensações, conscientes ou inconscientes, neste espectador.

A linguagem cinematográfica não se limita às ações dos atores ou diálogos do roteiro. Ela é composta por elementos como: movimentos de câmera, transições, planos, som e efeitos sonoros, montagem, diálogos, narração, espaço, tempo, iluminação, cores, entre outros. O diretor de um filme deseja expressar suas intenções discursivas manipulando estes elementos e assim projeta na história os significados por ele imaginados.

Vale dizer que a realidade que aparece na tela não é jamais totalmente *neutra*, mas sempre o *signo* de algo mais, num certo grau. Essa dialética de significante-significado foi comentada assim por Bernard Pingaud: “Diferentemente de seus análogos reais, vemos sempre o que (os objetos) querem dizer, e quanto mais evidente esse saber, tanto mais o objeto se dilui, perde seu valor particular. De modo que o filme parece condenado, seja à opacidade de um sentido rico, seja à clareza de um sentido pobre. Ou é símbolo, ou é enigma” Essa ambiguidade da relação entre o real objetivo e sua imagem fílmica é uma das características fundamentais da expressão cinematográfica e determina em grande parte a relação do espectador com o filme, relação que vai da crença ingênua na realidade do real representado à relação que vai da crença ingênua na realidade dos *signos* implícitos como elementos de uma *linguagem*. (MARTIN, 1990, p.18)

Para interpretar e esta linguagem utilizaremos trabalhos de análise desenvolvidos por um quarteto de teóricos franceses: Marcel Martin, Laurent Jullier, Michel Marie e Jacques Aumont.

A análise deve ser realizada sobre sequências, ou seja, um conjunto de planos definidos em um mesmo espaço e tempo. Desta forma específica e detalhada desejamos chegar ao cerne das questões trazidas pelas animações, realizando uma leitura de imagens. A sequência destas imagens produz a narrativa que traz o discurso fílmico, o qual queremos interpretar.

A escolha das sequências obedecerá ao nosso estudo inicial, desejando flagrar os momentos em que discursos sobre identidade entram em cena.

A leitura de uma obra cinematográfica exige ainda múltiplos conhecimentos adquiridos previamente que são exteriores à obra. Dentre eles, a técnica e o conhecimento histórico se destacam.

O conhecimento técnico, principalmente quando falamos em cinema de animação, nos traz esclarecimentos quanto ao modo de produção de uma sequência e reflete escolhas discursivas observadas na análise, do mesmo modo que o contexto histórico. Toda produção fílmica se insere em um contexto que nos revela as condições de produção e, neste momento, algumas forças podem agir sobre as obras como, por exemplo, a política, a economia, os movimentos artísticos vigentes, entre outras. Entender a influência destas forças dentro dos filmes se faz necessário neste tipo de interpretação. Dentre estas influências, a própria força interna do cinema marca sua análise, pela adição de características próprias de uma época.

As animações que compõem nosso *corpus* entram no período em que os autores Jullier e Marie (2009) determinam Era Pós-Moderna do cinema, quando as narrativas entram em crise, as lições de vida, os heróis cansados e a modernidade das avant-gardes passam a ser meras preocupações marginais:

O cinema pós-moderno é modesto e se baseia na consciência de que tudo já foi dito, e que é preciso retomar as antigas regras (o que os modernos se recusaram a fazer), renovando o que pode ser renovado. Essa “consciência de vir depois” provoca certa liberdade de movimento nos filmes, permitindo-lhes de “tudo mostrar”, emprestar todas as estéticas possíveis e contar qualquer coisa do ponto de vista moral (com exceção dos habituais racismo e negacionismo, caindo sob o peso da lei). (Jullier e Marie, 2009, p.214)

Retomando a fala de Marcel Martin no primeiro parágrafo desta descrição de metodologia, “não há neutralidade nas imagens de um filme”. Esta afirmação também é verdadeira quando pensamos na construção metodológica do capítulo 1. Ele foi montado (e remontado) a partir de questionamentos que surgiram antes, durante e após a realização fílmica deste estudo. Por isso dissemos anteriormente que a teoria e prática se interpenetram e ambas podem sofrer alterações no percurso para o bem das reflexões nascidas desse processo.

Decidimos neste primeiro capítulo caminhar da modernidade à pós-modernidade, desenvolvendo os conceitos de identidade, bem como os próximos a ele, aprofundando na formação identitária brasileira e na construção desse imaginário, através das relações de cultura de massa, arquétipos e cinema. Somente durante a qualificação foi possível enxergar que uma parte importante da fundamentação teórica não havia sido desenvolvida. O roteiro pedia uma aproximação mais intimista do assunto. Nos foi sugerido pela banca, acrescentarmos as partes de história, memória e imaginário social. Estes tópicos dão sustentação ao roteiro desenvolvido e proporcionam um nível de proximidade diferente com o assunto.

No capítulo 2 nos aproximamos do mercado cinematográfico brasileiro utilizando uma abordagem quantitativa, observando os dados recolhidos sobre as animações nacionais através do portal O.C.A (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual) da Ancine⁷. Entre os principais dados liberados pelo portal, estão: público, renda, valor captado dentro das leis de incentivo, distribuição, produção e

⁷ Disponível em <<http://oca.ancine.gov.br/>> acesso em 03/07/12

sua permanência nas salas de cinema de todo o país. Com a ajuda desta fonte, procuramos entender as dificuldades de produção dos três filmes que compõem o *corpus* deste estudo. Fizemos ainda um levantamento histórico sobre o estabelecimento do mercado audiovisual brasileiro a partir das leis de incentivo, que o impulsionaram para o momento atual.

Na subjetividade da criação fílmica que marca o último capítulo dessa dissertação, pudemos observar que já possuíamos uma ideia do que pensávamos ser a identidade e como ela se refletia no dia a dia, mas isto ainda era muito difícil de interpretar nas teorias. Através, principalmente, do texto de Ecléa Bosi, essa relação ficou mais clara e acabou surpreendendo, mostrando na produção poética sinais de uma identidade, que antes não saberíamos externar em forma de palavras. Um outro nível de interpretação do filme veio à mente e então entendi que ele estava comigo a mais tempo do que eu imaginava.

Partimos para a experimentação neste estudo. O capítulo 4 descreve o processo de criação do roteiro “A Velha Gulosa”, tentando estabelecer as conexões com as teorias trabalhadas e esclarecendo as escolhas realizadas para sua produção. Nos tópicos definidos como “diário de bordo”, permito-me uma colocação mais subjetiva, a partir do meu ponto de vista como diretora estreante.

1.3. A Identidade ao longo da história

Observamos que o conceito de identidade sofre alterações à medida em que o sujeito é mutável, ou seja, o sujeito pode assumir identidades diferentes em momentos diversos a partir das constantes mudanças de suas identificações com o mundo. (Hall, 2003 p.11-12)

As influências sofridas pelo sujeito devido aos períodos históricos torna necessário buscarmos os antecedentes que resultaram na acepção atual, pós-moderna, do termo identidade.

1.3.1. Modernidade

Durante a modernidade, tinha-se uma concepção de identidade na qual Hall (2003, p.11) denomina “sociológica”. O sujeito estabelece uma relação interativa com a sociedade para formar sua identidade. Assim, forças exteriores permanecem em diálogo contínuo com este sujeito, que projetava-se em sua identidade cultural, fixa, estável, internalizando-a e, ao mesmo tempo, fazendo parte dela. Ele encontrava-se suturado na estrutura através dessa identidade, estabilizando-o, unificando-o e, porque não dizer, definindo-o.

O pertencimento à nação imprime neste sujeito uma ideia estreita, baseada na diferenciação cultural, limitada por fronteiras nacionais. Assim, o conceito original de identidade se desdobra em identidade nacional. Stuart Hall (2003, p.37) vê as culturas nacionais, o interior das quais nascemos, como uma das principais fontes desta identidade, vista como parte de nossa natureza essencial, internalizamos seus simbolismos.

A nacionalidade seria um exemplo de como agem as culturas nacionais. Considerar-se brasileiro seria uma construção adquirida, herdada. Como define Hall (2003, p.38), “as identidades nacionais não são coisas com as quais nascemos, mas são formadas e transformadas dentro e em relação à representação”. Indo além, Bauman (2005a) sugere que esta ideia foi forçada a entrar na mente de homens e mulheres, não sendo um sentimento natural de pertencimento, desencadeado pela iniciativa dos estados nacionais. Este “pertencer-por-nascimento”, como explica o autor, seria uma convenção moderna arduamente construída.

A identidade nacional, permita-me acrescentar, nunca foi como as outras identidades. Diferentemente delas, que não exigiam adesão inequívoca e fidelidade exclusiva, a identidade nacional não reconhecia competidores, muito menos opositores. Cuidadosamente construída pelo Estado e suas forças (ou “governos à sombra” ou “governos no exílio” no caso de nações aspirantes – “nações in spe”, apenas clamando por um Estado próprio), a identidade nacional objetivava o direito monopolista de traçar a fronteira entre “nós” o “eles”. (BAUMAN, 2005a, P.28)

As identificações originárias da vida tribal, regional ou religiosa foram transferidas para a cultura nacional, composta não apenas por instituições, símbolos e representações. Acima de tudo, as culturas nacionais são um discurso que compartilhamos a ponto de moldar nossas ações e concepções. Elas se relacionam intimamente ao sentido de nação, conceito definido por Benedict Anderson (2008, p.32) como “uma comunidade política imaginada”. Imaginada para ser limitada em suas fronteiras, mas livre em pensamento, soberana.

Na verdade, toda comunidade maior, que supere o contato face a face da aldeia primordial, ou a partir do momento em que todos os seus membros jamais se conhecerão, mesmo se estes membros mantiverem uma comunhão ou imagem ideológica viva de união, segundo Anderson (2008, p.32-33), é uma comunidade imaginada. Este discurso, nada novo, se resume nas memórias do passado, o desejo de vida em comum e a perpetuação da herança.

Anderson cita ainda o desenvolvimento do capitalismo e da tecnologia de imprensa como potencializadores do fenômeno criador das nações. A diversidade linguística humana teria se abalado pela invenção da imprensa, diminuindo a presença do latim – demonstrando a decadência do domínio secular –, contribuindo para a ascensão de línguas-oficiais, sua cristalização no seio da sociedade e ainda, como elemento unificador ou de dominância sobre povos vizinhos. Ao mesmo tempo Jacques Le Goff, ao trazer o pensamento de Leroi-Gourhan, coloca o advento da imprensa como a “revolução da memória”:

Até o aparecimento da imprensa [...] dificilmente se distingue entre a transmissão oral e a transmissão escrita. A massa do conhecido está mergulhada nas práticas orais e nas técnicas; a área culminante do saber, com um quadro imutável desde a Antiguidade, é fixada no manuscrito para ser aprendida de cor [...] Com o impresso [...] não só o leitor é colocado em presença de uma memória coletiva enorme, cuja matéria não é mais capaz de fixar integralmente, mas é frequentemente colocado em situação de explorar textos novos. Assiste-se então à exteriorização progressiva da memória individual; é do exterior que se faz o trabalho de orientação que está escrito no escrito. (LEROI-GOURHAN apud LE GOFF, 2012, P.438)

Esta evolução da escrita e, por conseguinte da memória, segundo Leroi-Gourhan, depende essencialmente da evolução social e especialmente do desenvolvimento urbano:

“A inovação diz respeito ao vértice do sistema e engloba seletivamente os atos financeiros e religiosos, as dedicatórias, as genealogias, o calendário, tudo o que nas novas estruturas das cidades não é fixável na memória de modo completo, nem em cadeias de gestos, nem em produtos.” (LEROI-GOURHAN apud LE GOFF, 2012, P.415)

O autor lembra que as grandes civilizações (Mesopotâmia, Egito, China e América pré-colombiana) trouxeram a memória escrita primeiramente para o calendário e as distâncias: “A soma dos fatos que devem ultrapassar as gerações imediatamente seguintes limita-se à religião, à história e à geografia. O triplo problema do tempo, do espaço e do homem constitui a matéria memorável”. (LEROI-GOURHAN apud LE GOFF, 2012, P.415). Sendo assim, a revolução da memória

segue no sentido em que as capacidades do homem se limitam. “A memória coletiva tomou, no século XIX, um volume tal que se tornou impossível pedir à memória individual que recebesse o conteúdo das bibliotecas”. (LEROI-GOURHAN apud LE GOFF, 2012, P.415). Na imagem construída pelo autor, o acúmulo de memórias escritas ao longo dos séculos criou um verdadeiro córtex cerebral exteriorizado.

Somos então, levados à procura da memória, à sua pesquisa e exaltação em busca por um possível salvamento. Inerente ao ser humano, a memória para Jacques Le Goff (LE GOFF, 2012, p.455), constitui parte da identidade, seja individual ou coletiva. O passado exerce uma *função social*: “A maior parte das sociedades considera o passado modelo do presente.” E assim, torna-se instrumento e objeto de poder.

Ao analisar a construção discursiva acerca do sentimento de nação, Stuart Hall (2003, p.40) nos dá um exemplo de como a memória social histórica se torna instrumento de poder.

O autor sustenta seu estudo sobre cinco pontos originados da tríade história-memória-sociedade, que culmina na obtenção de um organismo sociológico, de uma comunidade, ou seja, uma nação: em primeiro lugar caracteriza-se um *destino nacional pré-existente* marcado por histórias, imagens, paisagens, triunfos e desastres que resumem-se numa *narrativa a qual somos conectados*; em segundo, a *atemporalidade* de uma nação que pré-existe e que continua para além de nossa vivência; em terceiro, a *“tradição inventada”*, um conjunto de práticas que inserem valores e normas através de repetição, conceito trazido por Hobsbawm e Ranger (apud HALL, 2003, p.40) que enfatizam a ideia da continuidade e atemporalidade; em quarto, a transformação da *narrativa de origem da nação* em um relato mítico e por último, a ideia da formação por um *povo original*, que representa o desejo de comunidade na pura acepção do termo.

A ideia de um organismo sociológico atravessando cronologicamente um tempo vazio e homogêneo é uma analogia exata da ideia de nação, que também é

concebida como uma comunidade sólida percorrendo constantemente a história, seja em sentido ascendente ou descendente. (ANDERSON, 2008, p. 56-57).

As coletividades, para Castoriadis (2010, p.178), são grupos onde cada indivíduo se define e é definido pelos outros em relação a um “nós”. Este grupo, coletividade, sociedade é primeiro um símbolo, antes de tudo, certamente um nome que o qualifica:

[...] para as coletividades históricas de outrora, constatamos que o nome não se limitou a *denotá-las*, que ele as *conotou* ao mesmo tempo – e esta conotação, liga-se a um significado que não é nem pode ser real, nem racional, mas imaginário (qualquer que seja o conteúdo específico, a natureza particular, deste imaginário). (CASTORIADIS, 2010, p.178)

Para Castoriadis (2010, p.179), a nação preenche esta função de identificação, referencial imaginário de uma “história comum”. Para o autor, apesar desta “história comum” ser apenas um passado, e não ser tão comum e mítico em sua maior parte, entretanto: “esse imaginário da nação se revela, no entanto, mais sólido do que todas as realidades, como o mostram duas guerras mundiais e a sobrevivência dos nacionalismos” (CASTORIADIS, 2010, p.179). Para não fugirmos do tema discutido neste momento, aprofundaremos no conceito de *imaginário social* à frente.

Para Hall (2003, p.43), nossa cultura nacional nos coloca no presente, um meio termo, entre memórias de um passado glorioso e a construção do futuro nacional. As primeiras nos servem de inspiração para a busca do segundo. Ambas trabalham juntas modelando uma atmosfera unificadora para esta sociedade que compartilha a cultura.

O discurso da cultura nacional não é, portanto, tão moderno quanto aparenta ser. Ele constrói identidades que são posicionadas de forma ambígua entre o passado e o futuro, e incita à tentação de retornar a glórias antigas e ao movimento de ir em frente, cada vez mais fundo, na modernidade. (HALL, 2003, p. 43).

Para Eclea Bosi (2004, p.16-18), “do vínculo com o passado se extrai a força para formação de identidade”. A autora observa que há sempre uma “narrativa

coletiva privilegiada no interior de um mito ou de uma ideologia”. Dessa narrativa, legitima-se o poder, que se difunde:

Há portanto uma memória coletiva produzida no interior de uma classe, mas com poder de difusão, que se alimenta de imagens, sentimento, ideias e valores que dão identidade àquela classe. (BOSI, 2004, p.18)

Os discursos de Hall e Bosi revelam a estrutura de poder cultural capaz de subjugar povos, culturas, costumes, linguagens e tradições daqueles que foram conquistados ou neocolonizados. A diferença cultural seria um risco à hegemonia que se pretende entre os indivíduos da nação. Com o mesmo propósito, assistimos à repressão de minorias sejam de classe, gênero ou etnia – os “estranhos” (BAUMAN, 1998).

Hall (2003, p.47) sugere deixarmos de lado a questão de unificação, pelo seu caráter irreal quando se trata de nações. Para o autor:

Ao invés de pensarmos nas culturas nacionais como unificadas, deveríamos pensar nelas como constitutivas de um *dispositivo discursivo* que representa a diferença como unidade ou identidade. Elas são entrecruzadas por divisões e diferenças internas profundas, e “unificadas” apenas através do exercício de formas diferentes de poder cultural. (HALL, 2003, p.47)

Nesta tentativa, sugere termos menos comprometedores como etnicidade e raça. O primeiro esbarra na premissa de que as nações modernas são todas híbridos culturais. O segundo, não se sustenta como categoria biológica, mas pode ser pensado em termos subjetivos, como uma definição cultural.

De qualquer forma, o poder das culturas nacionais frente a outras formas particulares de identificação cultural fez com que estas sucumbissem durante o período histórico denominado modernidade.

1.3.2. Pós-Modernidade

A pós-modernidade confere movimento a esse cenário. O sujeito descola-se da estrutura que fragmenta sua identidade, transformando-a em várias e algumas vezes até contraditórias entre si. Nasce o sujeito pós-moderno:

Conceituado como isento de identidade fixa, permanente ou essencial. A identidade tornou-se uma “festa móvel”: formada e transformada continuamente em relação às maneiras pelas quais somos representados e tratados nos sistemas culturais que nos circundam. (HALL, 2003, P.11)

Na atualidade vemos muitos teóricos concordarem com o caráter móvel e negociável da identidade. De forma geral, ela é um sentimento construído pelo indivíduo ou pela sociedade, seja a partir de sua própria escolha ou de imposições.

Bauman (2005a, p.21), define a identidade como um “eu postulado”, um horizonte na qual os indivíduos se empenham, avaliam, corrigem e censuram suas ações. As “identidades” flutuariam no ar, originárias de fontes externas, como características que compõem um indivíduo, tornando-o completo:

Sim, de fato, a “identidade” só nos é revelada como algo a ser inventado, e não descoberto; como alvo de um esforço, “um objetivo”; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas e então lutar por ela e protegê-la lutando ainda mais – mesmo que, para que essa luta seja vitoriosa, a verdade sobre a condição precária e eternamente inconclusa da identidade deva ser, e tenda a ser, suprimida e laboriosamente oculta. (BAUMAN, 2005a, p.22)

A grande virada deste conceito entre o sujeito moderno e o pós-moderno vem por meio da globalização, fenômeno que interconecta o mundo em escala global. Este processo, alimentado pelo capitalismo, estaria colocando em xeque as identidades nacionais? Observamos que sim, uma corrosão impulsionada pelo crescimento, uma homogeneização cultural e aumento de identidades híbridas. Temos, no sentido contrário, o fortalecimento de identidades locais e particularistas que resistem ao processo de globalização.

O marketing global contribui para a homogeneização cultural, na medida em que dissemina modelos em caráter mundial, deixando “à deriva” as identidades, cada vez mais destacadas de suas tradições, história, tempo e espaço.

Alguns teóricos culturais afirmam que a tendência em direção a uma maior interdependência global vem conduzindo à quebra de todas as identidades culturais fortes e produzindo aquela fragmentação dos códigos culturais, a multiplicidade de estilos, a ênfase no efêmero, no fugidio, no impermanente, na diferença e no pluralismo cultural [...], em uma escala global – o que podemos chamar de o *pós-moderno global*. Os fluxos culturais e o consumismo global entre as nações criaram a possibilidade das “identidades compartilhadas” – enquanto “consumidoras” das mesmas mercadorias, “clientes” dos mesmos serviços, “públicos” das mesmas mensagens ou imagens – entre pessoas que estão distanciadas umas das outras em tempo e espaço. Visto que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, torna-se difícil preservar intactas as identidades culturais, ou impedi-las de tornarem-se enfraquecidas através do bombardeio e da infiltração culturais. (HALL, 2003, p.56)

Dentro deste processo, alguns desdobramentos criam tensões entre identidades globais e locais, mas também um fascínio pela diferença, impulsionando aquele marketing global na direção contrária, rumo à identidade local, etnicidade e alteridade. Observamos o fascínio frente ao exótico.

O impacto da globalização sobre as identidades ainda necessita de estudos. Movimentos como o ressurgimento do nacionalismo durante o século XX, a pluralização de identidades e o fortalecimento do local mostram as teorias apocalípticas perecerem frente a um processo de globalização que se mostra tão imprevisível.

Tanto o liberalismo quanto o marxismo, de diferentes maneiras, sugeriram que a ligação ao local e ao particular daria gradualmente lugar a valores e identidades mais universalistas, cosmopolitas e internacionais; o nacionalismo e a etnicidade seriam formas arcaicas de vinculação – tipos de coisas que seriam “desmanchadas” pelas formas revolucionárias da modernidade. De acordo com essas “meta-narrativas” da modernidade, os vínculos irracionais ao local e ao particular, à tradição e às raízes, aos mitos nacionais e às “comunidades imaginadas”, seriam gradualmente substituídos por identidades mais racionais e universalistas. Entretanto, a globalização parece não estar produzindo nem o simples triunfo do “global”, nem a persistência, em sua velha forma nacionalista, do “local”. (HALL, 2003, p.75)

Para ajudar-nos a visualizar a pós-modernidade, Bauman (2005b) utiliza a liquidez como metáfora, mostrando o clima fluido, leve, rápido e móvel desta nova realidade, marcada pela incerteza constante na qual não nos sentimos seguros:

Os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade [...] Enquanto os sólidos têm dimensões especiais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou tornam irrelevante), os fluidos não se atêm muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a mudá-la.(BAUMAN, 2005b, p.8).

A construção das identidades deixa de ser gradual e paciente para se transformar em um agrupamento sem preocupações com solidez, onde o esquecer passa a ser mais importante que o memorizar e o aprender. O esquecer vira sinônimo de adaptação contínua frente às mudanças cotidianas.

As identidades permanecem em movimento, em livre curso, ficando a nosso cargo como sujeitos nos afirmarmos individualmente, construindo nossas referências e nos aliando a outros grupos igualmente móveis. A liberdade que inspira todo esse movimento é encantadora, mas é necessário nos ancorarmos em alguma referência, a fim de termos a segurança de que tanto buscamos. A noção de pertencimento nasce desta visão de poder vestir uma certa identidade e mais tarde poder despir-se dela, vestindo outra que melhor nos sirva.

Em todos os casos, não podemos nos descolar da memória coletiva e individual que nos constitui. Jacques Le Goff coloca que a memória é essencial e objeto de busca fundamental das sociedades e indivíduos de hoje, “na febre e na angústia” (LE GOFF, 2012, p.455). De acordo com o autor, tornamo-nos obcecados pelo medo de uma perda da memória, uma amnésia coletiva, e até desta angústia “explorada sem vergonha pelos mercadores de memória”, torna-se objeto vendável na sociedade de consumo.

1.3.3. Da identidade ao imaginário social

De acordo com Castoriadis (2010, p.142), tudo o que o mundo social-histórico nos apresenta está entrelaçado com o simbólico. Isto não quer dizer, no entanto, que se esgote nele. O simbólico é encontrado primeiramente na linguagem, mas ele também está presente nas instituições, sem o qual não poderiam existir.

Tal simbolismo não é neutro, nem totalmente “adequado” ao funcionamento dos processos reais a que se destina. A sociedade constitui o seu simbolismo, mas não dentro de uma liberdade total. Ele é cravado no natural e no histórico: “Tudo isto faz com que surjam encadeamentos de significantes e significados, conexões e consequências, que não eram nem visadas nem previstas” (CASTORIADIS, 2010, p.152). Subsiste, para o autor, tanto na substância do simbolismo quanto do simbólico, um componente essencial e decisivo: o imaginário.

[...] falamos de imaginário quando queremos falar de alguma coisa “inventada” – quer se trate de uma invenção “absoluta” (“uma história imaginada em todas as suas partes”), ou de um deslizamento, de um deslocamento de sentido, onde símbolos já disponíveis são investidos de outras significações que não suas significações “normais” ou “canônicas” [...]. Entretanto, na medida em que o imaginário se reduz finalmente à faculdade originária de pôr ou de dar-se, sob a forma de representação, uma coisa e uma relação que não *são* (que não são dadas na percepção ou nunca o foram), falaremos de um imaginário último ou radical, como raiz comum do imaginário efetivo e do simbólico. É finalmente a capacidade elementar e irredutível de evocar uma imagem. (CASTORIADIS, 2010, p.154)

Castoriadis (2010) utiliza-se do sentido corrente do termo imaginário (que é de “invenção”), seja de forma absoluta ou como resignificação. Já Bronislaw Baczko (1985), coloca que os imaginários sociais são pontos de referência no vasto sistema simbólico e, por isso, através deles a coletividade “designa sua identidade; elabora uma certa representação de si, [...] global e totalizante da sociedade como uma “ordem” em que cada elemento encontra o seu “lugar”, a sua razão de ser” (BAZCKO, 1985, P.309). O imaginário social é, para o autor, um regulador social:

O imaginário social é, deste modo, uma das forças reguladoras da vida colectiva. As referências simbólicas não se limitam a indicar os indivíduos que pertencem a mesma sociedade, mas definem também de forma mais ou menos precisa os meios inteligíveis das suas relações com ela, com as divisões internas e as instituições sociais, etc. [cf. Gauchet 1977]. O imaginário social é, pois, uma peça efetiva e eficaz do dispositivo de controlo da vida colectiva e, em especial, do exercício da autoridade e do poder. Ao mesmo tempo, ele torna-se o lugar e o objecto dos conflitos sociais. (BAZCKO, 1985, p.310)

Trata-se de um esquema de interpretação e valorização que “suscita a adesão a um sistema de valores e intervém [...] [na] interiorização pelos indivíduos, modelando comportamentos, capturando energias e, em caso de necessidade, arrastando os indivíduos para uma ação comum”. (BAZCKO, 1985, P.311).

Observamos o carácter mutável que Castoriadis (2010) aplica à sua visão de homem. Pela faculdade de criar, o homem continuamente modifica a si mesmo e a sociedade:

O homem só pode existir definindo-se de cada vez como um conjunto de necessidades e de objetos correspondentes, mas ultrapassa sempre essas definições – e, se as ultrapassa (não somente em um virtual permanente, mas na efetividade do movimento histórico), é porque saem dele próprio, porque ele as inventa (não arbitrariamente por certo, existe sempre a natureza, o mínimo de coerência que a racionalidade exige e a história precedente), portanto, que ela as *faz* fazendo e *se* fazendo, e nenhuma definição racional, natural ou histórica permite fixá-las em definitivo. “O homem é o que não é o que é, e que é o que não é”, já dizia Hegel. (CASTORIADIS, 2010, p.164)

O imaginário radical é o nome que Castoriadis deu a este “impulso” criador. Os seres humanos são dotados de imaginação autônoma e a utilizam para produzir. Trata-se da capacidade da psique de criar um fluxo constante de representações, desejos e afetividades. (CASTORIADIS, 2008, p.183)

A história é impossível e inconcebível fora da *imaginação produtiva* ou *criadora*, do que nós chamamos o *imaginário radical* tal como se manifesta ao mesmo tempo e indissolivelmente no *fazer* histórico, e na constituição, antes de qualquer racionalidade explícita, de um universo de *significações*. Se ela inclui esta dimensão que os filósofos idealistas chamaram liberdade, e que seria mais justo denominar indeterminação [...] é que esse *fazer* estabelece e se dá outra coisa que não o que simplesmente é, e que há nele *significações* que não são nem reflexo do percebido, nem simples prolongamento e sublimação das tendências da animalidade, nem elaboração estritamente racional dos dados. (CASTORIADIS, 2010, p.176-177)

Desta forma, o autor observa uma relação entre o papel das significações imaginárias e o *fazer*, próprio do imaginário radical. Deste encontro, nasce o indício para responder às perguntas fundamentais da humanidade:

[...] quem somos nós, como coletividade? Que somos nós, uns para os outros? Onde e em que somos nós? Que queremos, que desejamos, o que nos falta? A sociedade deve definir sua “identidade”; sua articulação; o mundo, suas relações com ele e com os objetos que contém; suas necessidades e seus desejos. Sem a “resposta” a essas “perguntas”; sem essas “definições” não existe mundo humano, nem sociedade e nem cultura – porque tudo permaneceria caos indiferenciado. O papel das significações imaginárias é o de fornecer uma resposta a essas perguntas, resposta que, evidentemente, nem a “realidade” nem a “racionalidade” podem fornecer [...]. É no *fazer* de cada coletividade que surge como sentido encarnado a resposta a essas perguntas, é esse fazer social que só se deixa compreender como resposta a perguntas que ele próprio coloca implicitamente. (CASTORIADIS, 2010, p.177)

1.3.4. Do imaginário social à cultura de massa

Desejamos neste estudo pensar o cinema como manifestação cultural. Para tanto, recuperaremos as ideias de Edgar Morin, o qual faz uma ponte entre cultura e imaginário. Esta ponte completa nossos esforços anteriores no sentido de entender e discutir o assunto. Posteriormente, chegaremos à questão da cultura de massa e sua influência sobre o imaginário social.

Morin (1962) define a cultura, como:

Um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. Essa penetração se efetua segundo trocas mentais de projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores (os ancestrais, os heróis, os deuses). Uma cultura fornece pontos de apoio imaginários à vida prática, pontos de apoio práticos à vida imaginária; ela alimenta o ser semirreal, semi-imaginário que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semirreal, semi-imaginário que cada

um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade). (MORIN, 1962, p.5)

Vemos como o autor faz sua associação entre cultura e imaginário: uma simbiose expressada tanto no interior quanto no exterior do indivíduo de determinada sociedade, de determinada cultura. Ao falarmos de imaginário, precisamos ter em mente as palavras: identificação e projeção. Desta forma, imaginário é a identidade, um conjunto de símbolos, mitos, normas e imagens de uma cultura, enraizadas no sujeito desta cultura.

Morin trabalha a questão do imaginário através de uma visão antropológica e estrutural, assim como o antropólogo Gilbert Durand, que desenvolve uma Estrutura Antropológica do Imaginário. Ambos tangenciam conceitos trabalhados pelo psiquiatra Carl Gustav Jung como, os mitos, sonhos e os arquétipos. Eles foram desenvolvidos por Jung para aplicação clínica em seus pacientes esquizofrênicos. O psiquiatra acreditava ser o inconsciente humano um depósito de arquétipos universais, os quais o homem carrega desde os tempos imemoriais.

Os arquétipos são conteúdos do inconsciente coletivo (por isso o caráter universal deste pensamento), e representam a tendência presente em todos para produzir as mesmas imagens quando o indivíduo é submetido a experiências semelhantes. Os arquétipos em si, não podem ser percebidos, senão suas representações, as *imagens arquetípicas*. À frente exemplificaremos como a cultura de massa utiliza-se deste conceito para inserir em seus produtos modelos de identificação com a sociedade.

Cultura e imaginário estão, dessa forma, atrelados, mesmo nas sociedades modernas, policulturais, ou seja, composta por diferentes culturas. Morin cita a existência de três: a cultura Clássica, a cultura Nacional e a cultura de Massa. Desta forma, todas estas manifestações culturais estariam sujeitas a “trocas mentais de

projeção e de identificação polarizadas nos símbolos, mitos e imagens da cultura como nas personalidades míticas ou reais que encarnam os valores”.

Pela cristalização da primeira e segunda cultura no seio das sociedades, fica a cargo da cultura de massa a atualização cultural e imaginária. Temos, portanto, nesta Terceira cultura, uma abertura para ressignificações e transformações.

Composta pela cultura religiosa e a humanista, a cultura Clássica baseia-se em crenças: a religiosa une a comunidade, que constitui a Igreja, a partir da sua identificação com um Deus que salva, enquanto a humanista retorna aos saberes e reflexões moralistas, lembrando o papel dos heróis das antigas mitologias e de sábios das antigas sociedades. Já a cultura nacional, nos imerge, desde cedo, nas experiências míticas vividas no passado, ligando-nos por relações de identificação e projeção aos heróis da pátria, à figura da Mãe-pátria e do Estado, como figura paterna.

Reconhecida por volta da Segunda Guerra Mundial pela sociologia americana, a Terceira cultura, a cultura de massa, nasceria da segunda industrialização e da segunda colonização:

“A segunda industrialização, que passa a ser a industrialização do espírito, e a segunda colonização que passa a dizer respeito à alma progridem no decorrer do século XX. Través delas, opera-se esse progresso ininterrupto da técnica, não mais unicamente votado à organização exterior, mas penetrando no domínio interior do homem e aí derramando mercadorias culturais. Não há dúvida de que já o livro, o jornal eram mercadorias mas a cultura e a vida privada nunca haviam entrado a tal ponto no circuito comercial e industrial, nunca os murmúrios do mundo – antigamente suspiros de fantasmas, cochichos de fadas, anões e duendes, palavras de gênios e de deuses, hoje em dia músicas, palavras, filmes levados através de ondas – haviam sido ao mesmo tempo fabricados industrialmente e vendidos comercialmente. Essas novas mercadorias são as mais humanas de todas, pois vendem a varejo os ectoplasmas de humanidade, os amores e os medos romanceados, os fatos variados do coração e da alma.” (MORIN, 1962, p. 3 e 4).

A cultura de massa é aquela produzida segundo as normas da fabricação industrial, propagada pela difusão maciça através dos meios de comunicação e

destina-se a uma massa social. O vento do lucro capitalista seria a mola propulsora desta cultura. Graças a ele, teríamos o crescimento do número de invenções destinadas ao desenvolvimento de novas artes técnicas que seriam capazes de vender sonhos, industrializando o espírito e colonizando as almas.

Reforçamos que este era o objetivo primeiro: o lucro. Apenas depois se reconhecem outros objetivos, como a importância social e artística das artes e das técnicas, como o cinema.

Para a análise de um discurso, se faz necessário o entendimento do processo de produção deste discurso. No caso dos produtos da cultura de massa, que são discursos, há o que Morin chama de indústria cultural, regulando tal produção no Ocidente. Esta indústria precisa se colocar entre dois pares antitéticos: burocracia-invenção e padrão-individualidade:

Este paradoxo é de tal ordem que se pode perguntar de que modo é possível uma organização burocrático-industrial da cultura. Essa possibilidade reside, sem dúvida, na própria estrutura do imaginário. O imaginário se estrutura segundo arquétipos: existem figurinos-modelo do espírito humano que ordenam os sonhos e, particularmente, os sonhos racionalizados que são os temas míticos ou romanescos. Regras, convenções, gêneros artísticos impõem estruturas exteriores às obras, enquanto situações-tipo e personagens-tipo lhes fornecem as estruturas internas. A análise estrutural nos mostra que se podem reduzir os mitos a estruturas matemáticas. Ora, toda estrutura constante pode se conciliar com a norma industrial. A indústria cultural persegue a demonstração à sua maneira, padronizando os grandes temas romanescos, fazendo clichês dos arquétipos em estereótipos. Praticamente, fabricam-se romances sentimentais em cadeia, a partir de certos modelos tornados conscientes e racionalizados. Também o coração pode ser posto em conserva. (MORIN, 1962, p.16).

O que vemos nas produções destinadas à cultura de massa são adaptações das imagens arquetípicas, em imagens que as refletem, modernizadas e cotidianas. Quando há aceitação destas imagens por parte do público e do mercado, a indústria cultural as eterniza em modelos. Pode-se caracterizar, assim, um estereótipo.

De acordo com a historiadora Eclea Bosi, o homem moderno passa por um processo de simplificação e abreviação. Com isso vários rituais se perderam como,

por exemplo, a tradição oral, uma vez que não se permite mais “que se conte e reconte, formando sobre ela [a tradição oral] a superposição de camadas sutis e transparentes com que os contadores retocam a história matriz” (BOSI, 2010, p.88).

Devido a um processo de facilitação e inércia vivido atualmente, não estamos sempre abertos à percepção. Passamos por desatentos e insensíveis frente às mais diversas situações. Para Bosi isto representa uma perda, um empobrecimento que nos faz enxergar o mundo de forma limitada: “colhem-se aspectos do real já recortados e confeccionados pela cultura. O processo de estereotipia se apodera da nossa vida mental.” (BOSI, 2004, p.115). Ainda sobre o estereótipo, a autora afirma:

O estereótipo nos é transmitido com tal força e autoridade que pode parecer um fato biológico. A psicologia social descreve essa tendência a formar noções simplificadas que recobrem os elementos do real, ignoram exceções e permanecem rigidamente imunes à experiência.

É a percepção social falta. Mas por que se forma?

Talvez devido ao excesso de complexidade dos objetos sociais. É a hipótese de Asch. A simplificação seria uma etapa no conhecimento do ambiente; etapa que eliminaria os pormenores. O repouso no estereótipo, nas explicações dadas pelo poder, conduz a uma capitulação da percepção e a um estreitamento do campo mental. (BOSI, 2004, p.117-118)

A repetição destes estereótipos pelos meios de comunicação de massa ajuda a solidificá-los no inconsciente coletivo da sociedade de massa. Nesta repetição, busca-se ainda um equilíbrio entre o padrão e o original. O padrão deve beneficiar-se do sucesso passado e o original é a garantia do novo sucesso. Apenas pequenas doses de originalidade são adicionadas ao padrão, que passa a existir de forma camuflada. A estrutura do produto é a mesma, diferenciada, apenas por pequenas novidades, geralmente atreladas à técnica utilizada, em constante modificação devido às atualizações tecnológicas.

O conceito de aura cunhado por Walter Benjamin, o qual fala do caráter único da obra de arte, entra em declínio.

Na época de sua reprodução técnica, a arte [...] perde o caráter do único, daquilo que nos é dado só uma vez. Além disso, a indústria cultural se opõe a esse caráter

de unicidade: multiplica produtos aos quais a propaganda impinge outra aura. [...]. É a aura deteriorada da mercadoria. As obras de arte, os fenômenos da natureza, as pessoas, são consumidos, tratados como peças intercambiáveis, susceptíveis de reposição. (BOSI, 2004, p.192)

A cultura de massa, por ser indústria, não escapa à lei fundamental do consumo máximo. Desta forma, tende ao público universal, procurando um denominador comum:

Revistas como Life ou Paris-Match, grandes jornais ilustrados como o France-Soir, superproduções de Hollywood ou grandes produções cosmopolitas se dirigem efetivamente a todos e a ninguém, às diferentes idades, aos dois sexos, às diversas classes da sociedade, isto é, ao conjunto de um público nacional e, eventualmente, ao público mundial. (MORIN, 1962, p.25).

A variedade de público e conteúdos é homogeneizada. Busca-se um homem médio ideal que assimile os mais diferentes conteúdos. Nesta busca, até mesmo as barreiras etárias são atenuadas. Bosi (2010, p.87) diz ser este receptor da comunicação de massa um ser desmemoriado, que recebe um excesso de informações que saturam sua fome de conhecer, incham sem nutrir, em um processo ausente de mastigação e assimilação.

Tal influência originária da indústria cultural sobre os imaginários sociais depende de uma larga difusão e se desenvolve tanto em direção ao sistema privado quanto ao estatal.

Para garantir a dominação simbólica, é de importância capital o controle destes meios, que correspondem a outros tantos instrumentos de persuasão, pressão e inculcação de valores e crenças. É assim que qualquer poder procura desempenhar um papel privilegiado na emissão dos discursos que veiculam os imaginários sociais, do mesmo modo que tenta conservar um certo controle sobre os seus circuitos de difusão. (BACZKO, 1985, p.313).

Ambos os meios (estatais ou privados) visam atingir o maior público possível, mas enquanto o privado busca agradar o público para gerar lucros, o Estado possui um interesse político e ideológico, quer educar, convencer. Há dois tipos de intervenção estatal: a negativa – como a censura, controle – e a positiva – orientação,

domesticação, politização. Por não ser movido pelo lucro, pode ainda incentivar valores de “alta cultura” que o sistema privado não investiria.

O sistema privado é vivo porque divertido. Quer adaptar sua cultura ao público. O sistema de Estado é afetado, forçado. Quer adaptar o público à sua cultura. É a alternativa entre a velha governanta *deserotizada* – Anastácia – e a *pin-up* que entreabre os lábios. (MORIN, 1962, p. 13).

O sincretismo, termo utilizado por Morin para a homogeneização dos conteúdos, marca outra característica fundamental da cultura de massa. Ele tende a unificar o real (setor de informações) e o imaginário (setor do romanesco). Temos assim, um movimento do real em direção ao imaginário e vice-versa. O termo que define esta integração é bovarismo. Nele, o “eu” do autor e o “eu” do herói podem se confundir, inflando de realidade as narrativas ficcionais e o mesmo ocorre quando a fantasia penetra na realidade.

A cultura de massa desconstrói as fronteiras culturais consolidadas pelos sistemas econômicos e procura disseminar-se de forma homogênea na sociedade. Dessa forma, pré-configurações de classe econômica e social, por exemplo, são minimizadas com a homogeneização cultural, que prioriza uma identidade universal dos valores de consumo.

A cultura industrial adapta temas folclóricos locais transformando-os em temas cosmopolitas, como o western, o jazz, os ritmos tropicais (samba, mambo, chá, chá, chá etc.). Pegando esse impulso cosmopolita, ela favorece, por um outro lado, os sincretismos culturais (filmes de coprodução, transplantação para uma área de cultura de temas provenientes de uma outra área cultural) e, por outro, os temas “antropológicos”, isto é, adaptados a um denominador comum. Esse Cosmopolitismo se irradia a partir de um polo de desenvolvimento que domina todos os outros: os Estados Unidos. Foi lá que nasceu a cultura de massa. É lá que se encontra concentrado seu máximo de potência e energia mundializante. A cultura industrial se desenvolve no plano do mercado mundial. Daí sua formidável tendência ao sincretismo-ecletismo e à homogeneização. Sem, todavia, superar completamente as diferenciações, seu fluxo imaginário, lúdico, estético atenta contra as barreiras locais, étnicas, sociais, nacionais, de idade, sexo, educação; ela separa dos folclores e das tradições temas que ela universaliza, ela inventa temas imediatamente universais. (MORIN, 1962, p.34).

Neste trecho, Morin deixa claro o objetivo da cultura de massa. O sincretismo por ela pregado não se atenta às peculiaridades locais, ela universaliza tudo, como um rolo compressor, transforma até mesmo folclores e tradições em produtos que serão consumidos pelo homem comum, por isso é necessário que estes produtos sejam de fácil deglutição. “Certos temas folclóricos chegam a ser mais ou menos desintegrados a fim de ser mais ou menos integrados no *novo grande sincretismo*.” (MORIN, 1962, p.56)

Chegamos, assim, à vulgarização dos conteúdos. A dureza do termo “vulgarização” vem da popularização da alta cultura (o que o autor também denomina cultura cultivada). Esta seria um tipo de cultura refinada, mantida por uma classe culta. A vulgarização, que muitos chamarão também de democratização cultural, se dá quando a cultura de massa se apropria desta forma culta, a modifica e a distribui para o homem comum. Entre os processos de vulgarização dos conteúdos cultivados, podemos citar a simplificação, a maniqueização, a atualização e a modernização; ou seja, qualquer forma de adaptação, quer seja de uma linguagem arcaica para uma moderna, a releitura de uma narrativa ou a simples cópia de uma obra de arte seria uma vulgarização:

Simplificação, maniqueização, atualização, modernização concorrem para *aclimatar* as obras de “alta cultura” na cultura de massa. Essa aclimação por retiradas e acréscimos visa a torná-las facilmente consumíveis, deixa mesmo que se introduzam nelas temas específicos da cultura de massa, ausentes da obra original, como, por exemplo, o *happy end*. A capa ilustrada dos livros de bolso é apenas um chamariz de apresentação que nada modifica a obra reproduzida. A aclimação cria *híbridos culturais*. (MORIN, 1962, p.46).

A hibridação cultural nasce destas adaptações (vulgarizações) e marca a releitura, as atualizações e modernizações do imaginário de uma cultura. A cultura de massa é, portanto, a responsável pela ressignificação das imagens mitológicas e arquetípicas, vendendo sonhos e valores de consumo à sociedade moderna.

1.4. A formação da identidade brasileira

E conhece por fim que está no Brasil – na terra da liberdade, na terra ataviada de primores e esclarecida por um céu estrelado e magnífico!
Gonçalves Dias

Passamos agora à identidade a partir do ponto de vista sócio-cultural do Brasil. Para tanto, retomaremos a história e a formação do imaginário social de seu povo e suas origens como nação.

Nascido na Europa, o conceito de identidade nacional se confunde com o nacionalismo e remontam à época da formação dos estados-nações, ou seja, antes da colonização das Américas. Sendo assim, como se comporta este sentimento de identidade, de pertencimento que se apropria de uma nova terra, um Novo Mundo?

Anderson (2008) afirma que o nacionalismo surgiu primeiro no Novo Mundo. O autor aborda o assunto mostrando como as ex-colônias hispano-americanas, estados crioulos, formados por descendentes dos adversários das metrópoles europeias se revoltaram frente à dominação colonial. Assim, apoiam o florescimento de regimes republicanos ao invés da instalação de monarquias. As guerras revolucionárias de certa maneira se continham, afinal laços íntimos estavam em jogo nesta relação de poder entre colônia e metrópole:

[...] o objetivo não era que New London sucedesse, derrubasse ou destruísse Old London, e sim salvaguardar o paralelismo entre ambas. [...] Por outro lado, embora essas guerras causassem imensos sofrimentos e fossem marcadas por grandes barbaridades, estranhamente, não era muito o que estava em jogo. Fosse na América do Norte ou na América do Sul, os crioulos não precisavam temer o extermínio físico nem a escravização, ao contrário do que ocorreu com tantos outros povos que estavam no caminho do avanço destruidor do imperialismo europeu. Afinal, eles eram “brancos”, cristãos e falavam o espanhol ou o inglês; eram também os intermediários necessários às metrópoles, para que a riqueza econômica dos impérios ocidentais pudesse continuar sob controle europeu. Assim, eles constituíram o único grupo extra-europeu significativo, submetido à Europa, que não precisava morrer de medo da metrópole. As guerras revolucionárias, por mais duras que fossem, ainda assim eram tranquilizadoras, na

medida em que eram guerras entre parentes. Esse vínculo familiar garantia que, após certo período de ressentimento, fosse possível reatar íntimos laços culturais, e às vezes políticos e econômicos, entre as ex-metrópoles e as novas nações. (ANDERSON, 2008, p.261)

O Brasil, também de formação crioula, vem a ser uma exceção quanto à tardia libertação e instauração do republicanismo. Em 1808, D. João VI se refugia no Brasil, fugindo da perseguição de Napoleão Bonaparte.

Sua presença se estende até 1822, garantindo por longo tempo um reino monárquico no Brasil, enquanto seus vizinhos, em sua maioria, já gozavam de liberdade. Acima disso, a capital, Rio de Janeiro, foi durante este período o centro de um império mundial, que se estendia até Angola, Moçambique, Macau e Timor Leste. Este pode ser o primeiro indício histórico concreto que define a tradicional importância do Rio de Janeiro para a cultura brasileira e suas representações nacionais e mundiais

Esta mudança trouxe, de acordo com Ludwig Lauerhass Jr. (2007, p.17-18), uma série de expedições científicas e culturais para o Brasil. Para o autor, “este período testemunhou os primórdios de uma permanente interação entre textos estrangeiros e brasileiros sobre o tema da identidade nacional”.

Estes textos são absorvidos pela geração de poetas e escritores brasileiros que se segue e são trabalhados a partir do Romantismo, movimento artístico vivido na época. Nomes como José de Alencar e Gonçalves Dias ressaltam com seu ponto de vista romântico, a vastidão natural e exótica, além do índio. Pontos que diferenciavam o Brasil do resto da Europa: estes sempre foram o cerne da representação de identidade brasileira e que continua a ser celebrado até por volta do ano de 1880.

A partir desta época, florescem no país pensamentos como o movimento abolicionista, republicanismo, positivismo e evolucionismo, bem como um

movimento artístico muito importante, o Modernismo de 1920. Começavam a participar das discussões sobre a identidade brasileira, personalidades nacionais como Sílvio Romero, Machado de Assis, Euclides da Cunha, Oliveira Viana, Olavo Bilac, Mário de Andrade, entre outros.

A partir da década de 30, no entanto, temos uma explosão de estudos sobre a cultura brasileira embasados pelo desenvolvimento das ciências humanas. Neste cenário se destacam Gilberto Freyre, Caio Prado Jr. e Sérgio Buarque de Holanda. Inicia-se um pensamento crítico sobre a representação cultural brasileira, seu povo e costumes. Através destes textos, os brasileiros observam seu processo de formação, identificam-se culturalmente, e percebem sua importância como nação.

Nas décadas de 50 e 60, continua a busca pela definição de “povo brasileiro” até que, em 1964 temos o golpe militar. O período é de abertura para a cultura nacional e o nacionalismo. O exílio de artistas fez refletir em seus trabalhos a saudade da pátria-mãe, o que incentivou o sentimento nacionalista nos brasileiros, além de outras medidas do Governo Militar. Na educação, por exemplo, torna-se obrigatório a introdução de cursos de moral e cívica. No setor cultural, tanto a cultura erudita, quanto a popular foram incentivadas. Nas comunicações, o governo apoiou o setor privado, principalmente a televisão, mas também o cinema e as empresas editoriais.

Após a redemocratização, tivemos uma nova leva de estudos sobre a identidade nacional, passando principalmente pelas aberturas econômicas e políticas pelas quais o país vem passando, seguindo os mesmos caminhos das discussões entre local e global que vimos anteriormente.

Enfim, o método de colonização brasileira e a formação heterogênea de seu povo, naturalmente, multirracial e multicultural, são elementos que corroboram para o surgimento de identidade fundamentada em diversas variáveis. À mistura inicial de portugueses e índios (em toda a sua diversidade), foram adicionados os negros

africanos, outros povos europeus, como franceses e holandeses, e por fim, a partir das guerras mundiais, o Brasil virou um centro imigratório, tornando maior a diversidade que se soma à já variada população brasileira.

Atento a esse processo, Darcy Ribeiro (2010) nos fala sobre a transfiguração étnica, processo pelo qual os povos, enquanto entidades culturais, nascem, transformam-se e morrem. Este processo ocorreu diversas vezes no Brasil, contribuindo para a formação do que hoje chamamos de brasileiros:

Um povo já configurado resiste tenazmente à sua transfiguração, mas o faz precisamente mudando ao assumir aquelas alterações que viabilizam sua existência dentro do contexto em que ele interage. Na história do Brasil, vimos surgir o brasilíndio como um contingente de vigor admirável tanto na destruição de seu gentio materno, como forma de expandir-se, quanto apropriando-se de mulheres para reproduzir. Vimos algo semelhante ocorrer com o negro, que, refugiando-se num quilombo, reconstitui a vida que aprendera a viver no núcleo colonial de forma a readquirir sua dignidade e possibilitar sua sobrevivência. A imigração estrangeira, principalmente de pobres trabalhadores brancos europeus, tornados excedentes de suas economias nacionais, representou também uma enorme ameaça de transfiguração da população brasileira preexistente, tal como ocorrera no Uruguai e Argentina. No Brasil, encontrando uma sociedade já formada e etnicamente integrada, apenas afetou seu destino, assimilando quase toda essa massa imigrante, transformando-se mais os recém-vindos do que os que aqui viviam. Através de todas essas instâncias, o povo brasileiro acabou por conformar-se como uma configuração histórico-cultural única e diferenciada de todas as outras. (RIBEIRO, 2010, p.236)

O germe luso-tupi experimentou, ao longo dos séculos, sucessivas transfigurações, juntamente com outros processos para se configurar nos campos político-econômicos e culturais.

Vivenciamos alterações profundas nos campos tecnológicos, com a incorporação de modos de produção, criação de animais e plantação de culturas, a revolução agrária e industrial; mudanças de ordem social e econômica, como a escravidão indígena, o tráfico de negros, instauração de uma elite patricial controladora da estrutura sociopolítica; além da manipulação ideológica, a partir da língua, do conhecimento, crenças, criação artística e autoimagem étnica.

No plano cultural, temos a cultura colonial arcaica, que se moderniza, renovando-se. De acordo com Darcy Ribeiro, ambas são “espúrias”. A cultura brasileira tradicional já era comum à civilização e desdobra-se em erudita e vulgar, presentes tanto na cidade quanto no campo.

A cultura erudita abarca o círculo de convívio eurocêntrico mantido por uma camada senhorial: empresários, clérigos e burocratas civis e militares. Neste círculo, cultua-se à moda Européia artes como: “literatura, música, artes gráficas e plásticas, bem como de outras formas eruditas de expressão de uma cultura que, apesar de alheia, passaria a ser a sua própria.” (Ribeiro, 2010, p.239)

A vulgar era a cultura de origem popular, de transmissão oral. Ela, embora tendo uma divisão entre rural e urbana, era unificada por conjunto de conhecimentos, valores e tradições que se expressavam no folclore, crenças e costumes.

Adicionando mais uma variável à construção identitária brasileira, Darcy introduz o regionalismo, processo fundamental que se desenvolveu ao longo da história do Brasil. Ele imprimiu digitais nas culturas populares locais mais diversas em um cenário maior da cultura brasileira. Nas palavras de Gilberto Freyre (1971):

Uma região pode ser politicamente menos do que uma nação. Mas vital e culturalmente é quase sempre mais do que uma nação; é mais fundamental que a nação como condição de vida e como meio de expressão ou de criação humana. Idéia já de Mistral, a que os regionalistas deram sentido sociológico mais nítido; e com o sentido sociológico, um sentido filosófico que marca uma espécie de humanização do conceito de regionalismo. (FREYRE, 1971, p.82)

Tendo uma extensão continental, é normal o Brasil possuir uma variedade regional refletindo-se em culturas locais. Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro defendem essa divisão como componente de uma cultura enraizada na formação da identidade regional.

Como vimos anteriormente, forças unificadoras visam atingir os países, criando culturas globais homogêneas.

Comprimida por todas essas pressões transformadoras, a cultura popular brasileira tradicional, tornada arcaica, se vai transfigurado em novos moldes. Estes, embora correspondentes ao padrão “ocidental” comum às sociedades pós-industriais, assumem no Brasil qualidades peculiares relacionadas à especificidade do processo histórico nacional. Como essas variam por regiões, as áreas culturais operam como estruturas de resistência à mudança, num esforço de preservação de suas características. Mas elas só podem manter-se tradicionais como arcaísmos em relação ao que se tornara o perfil cultural predominante como obsolescência com respeito à nova economia prevalecente.

Todavia, forçadas pelas novas condições uniformizadoras, as antigas áreas culturais se vão tornando cada vez mais homogêneas, por imperativo do processo geral de industrialização que a todos afeta e em virtude da ação uniformizadora dos sistemas de comunicação de massas, que aproximam os gaúchos, do Sul, dos caboclos amazônicos e os fazem interagir reciprocamente e com respeito aos centros dinâmicos do processo de industrialização.

Isso significa que, apesar de tudo, somos uma província da civilização ocidental. Uma nova Roma, uma matriz ativa da civilização neolatina. Melhor que as outras, porque lavada em sangue negro e em sangue índio, cujo papel, doravante, menos que absorver europeidades, será ensinar o mundo a viver mais alegre e mais feliz. (RIBEIRO, 2010, p.242)

Enquanto isso, Freyre (1971) fala sobre a monotonia que esta homogeneização provoca. Para o autor, o regional, o nacional e o supra-nacional enriquecem-se quando combinados. Apesar de confessar a dificuldade dessa combinação, afirma que nos antagonismos entre os três processos teríamos interações estimulantes.

Representações imagéticas construídas neste sentido podem ser úteis para nosso trabalho no sentido em que criam identificações entre todos os ramos identitários nacionais e supranacionais integrando sem distinção local e global. Normalmente o que vemos representado pelas produções nacionais e estrangeiras é um Brasil de extremos: o metropolitano, urbano, moderno *versus* o primitivo, exótico e pitoresco. Nosso desejo, fugindo destes estereótipos, é a construção de uma história que use a cultura popular local para demonstrar a realidade globalizada pós-moderna.

O estudo das condições sociais, ou antes, da formação social brasileira, parece indicar que, no Brasil, como em outras nações não menos vastas e complexas, deve

permitir-se a cada um particular lealdade à sua comunidade básica: região, área ou província. Não importa que, nos seus apegos transnacionais, o homem vá tão longe quanto se possa imaginar e se torne verdadeiro cidadão do Mundo. A sua condição de membro de grupo primário – para usar a exata expressão sociológica – parece, ainda assim, necessária para a sua saúde tanto pessoal como social. (FREYRE, 1971, p.99)

Os conhecimentos expostos neste capítulo são de suma importância, não apenas como suporte teórico para entendermos as relações identitárias, mas e principalmente, como inspiração para a composição poética deste trabalho. Inspirados principalmente pelos teóricos brasileiros Darcy Ribeiro e Gilberto Freyre, nossa produção está intimamente associada à cultura popular local (onde eu, como indivíduo vejo-me participante), bem como à influência do global em nossas vidas, onde cada um poderá sentir-se representado.

1.5. Cinema e representação

O cinema seja filmado ou de animação, contribui para a atualização do imaginário social. Por tentar reproduzir a vida e as histórias que nos cercam, tem a capacidade de ser um ponto de apoio imaginário à cultura. Assim como os heróis e os deuses clássicos, que habitam este cenário, o cinema atualiza, moderniza e aproxima este ser semirreal, semi-imaginário do público, que se identifica com seu herói moderno. Estas proximidades disseminam mensagens e ideologias, ocultas no discurso cinematográfico.

Neste processo, fica claro o fascínio que o cinema suscita nas pessoas e nos produtores. Laurent Jullier e Michel Marie (2009, p.15) se questionam sobre o que faz o público frequentar os cinemas ou assistir a filmes em casa: “justifica que milhares de pessoas fiquem duas horas sentadas sem se mexer com os olhos fixados em fantasmas animados e tagarelas, é o *prazer*.”

Morin (1970, p.125) observa que o cinema é uma simbiose, um sistema que tende a integrar o espectador no fluxo do filme e o fluxo do filme no fluxo psíquico do espectador. E faz isso através do percurso projeção-identificação-transferência, que acarretam em participações afetivas do espectador sobre a obra.

Sendo assim, o autor coloca em discussão a passividade do público de cinema, mostrando a complexa relação estabelecida entre o filme e o espectador.

Há certamente passividade no sentido em que o cinema abre, sem cessar, as canalizações por onde a participação se irá embrenhar. Mas no fim de contas, a mangueira irrigadora é do espectador que vem, visto que nele está. Sem ela, é o filme uma ininteligível, uma incoerente sucessão de imagens, puzzle de sombras e luzes... O espectador passivo mostra-se ativo, como diz Francastel, colabora no filme tanto quanto os seus autores. (MORIN, 1970, P.125)

Ainda no âmbito dessa relação estabelecida e como já afirmamos anteriormente, o cinema é composto por uma linguagem. Através do conhecimento

desta linguagem o diretor coloca suas intenções no filme e orienta a interpretação desta sucessão de imagens. O uso de técnicas quinestésicas, (Morin, 1970, p.121-122) como o uso de câmeras lentas ou aceleradas, que causam dilatação ou retração temporal, a eternização de um momento especial, o ritmo de montagem e a sonorização são alguns artifícios usados pela linguagem cinematográfica e que “provocam uma espécie de fascinação absorvente, aspiram e hipnotizam a participação” (Morin, 1970, p.122).

Utilizando estes artifícios, o cinema ganha significação e assim é capaz de renovar ou exaltar a visão das coisas banais e cotidianas, atraindo as projeções-identificações do público. Isto é o que Morin chama de o *encanto da imagem*. A participação subjetiva do espectador é chamada à superfície por meio das projeções-imaginárias resultantes da magia, estágio anterior ao da alma:

A magia deixou de ser uma crença tomada à letra para se tornar sentimento. A consciência racional e objetiva obrigou a magia a recuar até a sua toca. E assim, de uma assentada, se hipertrofia a vida <interior> e afetiva. A magia não só corresponde a uma visão pré-objetiva do mundo, como também a um estádio pré-subjetivo do fluxo de afetividade, a uma inundação subjetiva. O estádio da alma, a expressão afectiva, vem suceder-se ao estádio mágico. (MORIN, 1970, p.109)

E assim alcançamos as zonas das participações afetivas, que Morin classifica como regiões assinaladas com as palavras alma, coração ou sentimento. Neste momento, os fragmentos de magia são absorvidos pela vida subjetiva dos espectadores:

[...] todos os fenômenos do cinema tendem a conferir as estruturas da subjetividade à imagem objetiva; que todos eles põem em causa as participações afetivas. É a amplitude destes fenômenos que convêm avaliar [...]. (MORIN, 1970, p.111)

1.6. Imaginário, memória e o nascimento da poética “A Velha Gulosa”

A memória, segundo Eclea Bosi (2010, p. 408), se desenvolve a partir de laços de convivência familiares, escolares, profissionais. Ela depende da interação. A História que aprendemos na escola não nos fala do passado recente e pode parecer apenas uma sucessiva luta de classes e de poder. Para a autora, “ela afasta, como se fossem de menos importância, os aspectos do cotidiano, os microcomportamentos, que são fundamentais para a Psicologia Social.” (BOSI, 2004, p.13).

Estes aspectos são abrangidos pelo que chamavam na Idade Média de “crônica” (não esquecer a raiz *chronos*=tempo), anedótica, tecida de pequenos sucessos, de episódios breves da família, de cenas de rua vividas por anônimos. (BOSI, 2004 p.13)

A riqueza do mundo social pode chegar-nos através de relatos. Para Halbwachs, cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva. (HALBWACHS apud BOSI, 2010 p.413). Esta memória, que parte de um presente ávido por apropriar-se do que não nos pertence mais,

[...] desdobra e alarga de tal maneira os horizontes da cultura que faz crescer junto com ela o pesquisador e a sociedade onde se insere. Uma história de vida não é feita para ser arquivada ou guardada numa gaveta como coisa, mas existe para transformar a cidade onde ela floresceu. (BOSI, 2004 p.69)

A história oral assume como coloca Bosi (2004 p.73), uma função de intermediário cultural entre gerações, fornecendo um chão para a formação identitária, convidando aqueles que se sentem “perdidos” no mundo Pós-moderno, a sustentarem-se sobre ele. Bosi percebe a valorização da crônica e da tradição oral nos dias atuais e questiona:

Por que a crônica e a tradição oral estão de novo valorizadas?
A memória oral é um instrumento precioso se desejarmos constituir a crônica do cotidiano. Mas ela sempre corre o risco de cair numa “ideologização” da história do cotidiano, como se esta fosse o avesso oculto da história política hegemônica.

[...] A memória dos velhos pode ser trabalhada como um mediador entre a nossa geração e as testemunhas do passado. Ela é o intermediário informal da cultura, visto que existem mediadores formalizados constituídos pelas instituições (a escola, a igreja, o partido político etc.) e que existe a transmissão de valores, de conteúdos, de atitudes, enfim, os constituintes da cultura.

A memória oral, longe da unilateralidade para a qual tendem certas instituições, faz intervir pontos de vista contraditórios, pelo menos distintos entre eles, e aí se encontra a sua maior riqueza. Ela não pode atingir uma teoria da história nem pretender tal fato: ela ilustra o que chamamos hoje a História das Mentalidades, a História das Sensibilidades. (BOSI, 2004 p.15)

Ao ouvirmos os relatos dos mais velhos, a conversa é profunda, nostálgica. Falam de um tempo que não está mais materializado, que foi mudado. As paisagens não são mais as mesmas, da mesma forma, o significado de riqueza se vê alterado frente às mudanças de valores ao longo do tempo.

O presente do homem trabalhador é cada vez mais distante do convívio familiar, engessado por rotinas que deixam uma impressão de vida insossa na boca. Um tempo social pobre, cotidiano, que nos leva os anos de vida sem que percebamos. Ficamos presos, correndo incessantemente atrás do um futuro enquanto o presente nos engole.

A sociedade industrial multiplica horas mortas que apenas suportamos: são os tempos vazios das filas, dos bancos, da burocracia, preenchimento de formulários...[...] Se a substância memorativa se adensa em algumas passagens, noutras se esgarça com grave prejuízo para a formação da identidade. É grave também nesse processo o ofuscamento perceptivo, ou melhor dizendo, subjetivo, uma vez que afeta o sujeito da percepção. As coisas aparecem com menos nitidez dada a rapidez e descontinuidade das relações vividas; efeito da alienação, a grande embotadora da cognição, da simples observação do mundo, do conhecimento do outro. (BOSI, 2004 p.24)

Localizamos-nos em centros urbanos que crescem diariamente, nos afastando das visitas familiares e amigáveis. Os companheiros de lembrança se dissiparam e quando as vozes das testemunhas se dispersam, resta à memória individual o papel de agrupar as informações em um ponto de vista único.

Neste mundo desagregado, Bosi (2004) coloca a importância da relação com o lar e seus objetos como elementos reconfortantes, que nos ajudam a encontrar nossa identidade frente a esse mundo volátil. Violette Morin (MORIN apud BOSI, 2004, p. 26) define em objetos biográficos aqueles que envelhecem e se incorporam à vida de seu possuidor, como o relógio de família e os álbuns. Eles compõem uma aura acolhedora e contam um pouco de nós mesmos.

Mais que uma sensação estética ou de utilidade eles nos dão um assentimento à nossa posição no mundo, à nossa identidade; e os que estiveram sempre conosco falam à nossa alma em sua língua natal. [...] Quanto mais votados ao uso cotidiano mais expressivos são os objetos: os metais se arredondam, se ovalam, os cabos de madeira brilham pelo contato com as mãos, tudo perde as arestas e se abrandam. (BOSI, 2004 p.25-26)

No lar, principalmente naquele em que crescemos, tudo tem significado, tudo tem uma história ou se relaciona com a vida em algum ponto. Dele tiramos as construções mnemônicas que nos acompanham por toda a vida.

Tudo fala, o teto, o fogo, as esculturas, as pinturas. [...] A casa onde se desenvolve uma criança é povoada de coisas preciosas que não têm preço. As coisas que modelamos durante anos resistiram a nós com sua alteridade e tomaram algo do que fomos. Onde está nossa primeira casa? Só em sonhos podemos retornar ao chão onde demos nossos primeiros passos. (BOSI, 2004 p.27)

Daí que o velho e a criança posicionam-se na sociedade em pontos extremos, e ambos são deixados à margem: “Se a criança ainda não ocupou nela [sociedade] seu lugar, é sempre uma força em expansão. O velho é alguém que se retrai de seu lugar social e este encolhimento é uma perda e um empobrecimento para todos” (BOSI, 2010, p.83.) Quando colocados juntos:

Estes [os velhos] não têm, em geral, a preocupação do que é “próprio” para crianças, mas conversam com elas de igual para igual, refletindo sobre acontecimentos políticos, históricos, tal como chegam a eles através das deformações do imaginário popular. (BOSI, 2010, p.73)

O velho narrador transmite seus conhecimentos para a criança quando lhe conta histórias, plantando no imaginário infantil as sementes de aconselhamentos para a vida.

Quando o velho narrador e a criança se encontram, os conselhos são absorvidos pela história: a moral da história faz parte da narrativa como um só corpo, gozando as mesmas vantagens estéticas (as rimas, o humor...). Não tem o peso da moral abstrata, mas a graça da fantasia embora seja uma norma ideal de conduta transmitida. (BOSI, 2004 p.34)

De acordo com Bosi, (2004, p.175), as relações sociais criam vínculos, raízes, determinadas pela participação ativa e natural que conserva vivos certos tesouros do passado e pressentimentos do futuro em uma coletividade. Para a autora (BOSI, 2004 p.192), precisamos viver intensamente nosso tempo atentos aos sinais da História. Conhecer as obras do passado e reviver suas indagações, fazendo repropostas, ressignificando.

A poética que compõe esta dissertação amarra-se em vários pontos levantados por Eclea Bosi. O roteiro, baseado na relação entre Guilherme, de 9 anos e sua avó Milza, é um apanhado de memórias do meu imaginário pessoal e das construções que fiz ao longo dos anos.

Da relação com minha avó por parte de pai, a mineira Ilva Rodrigues de Oliveira, e das nossas longas conversas sobre os tempos passados, sua infância e mocidade na cidade de Juiz de Fora, seu gosto pelo piano e pela boa comida, assim como o cuidado e capricho com a casa, guardando as pratarias e louças importadas herdadas do pai (mascate), da mãe e irmãs já falecidas, nasceu uma confortável relação entre gerações que compõe o filme, bem como o cenário, nas louças, no antigo relógio e nos porta-retratos.

A busca pessoal por minhas raízes goianas se materializa na personagem Milza, inspirada na minha outra avó, Milza de Alencastro Veiga Jardim. Da pouca convivência que tivemos, pude retirar o exemplo de uma pessoa que gostava muito

da vida e que não a deixava passar em branco, sempre ativa e ligada à família. O cenário reflete estas fortes raízes, no quadro que representa Goiás (retirado da minha infância) e na contação de histórias, coisa de que muito gostava.

A situação, um dia chuvoso, foi inspirada em uma crônica de meu pai, José Guilherme de Oliveira Filho, que escreve sobre suas lembranças de criança em sua cidade natal Juiz de Fora. As lembranças destes bons tempos sempre estiveram comigo, pois meu pai as conta desde quando eu e meus irmãos éramos pequenos. É realmente encantador o quão fantástico aquele tempo foi para ele, a ponto de começar a escrever pequenos textos.

Por fim, (se é que as associações terminam), o mito indígena da Velha Gulosa insere neste trabalho mais que uma moral, uma preocupação com nossos dias. Posso dizer que se trata de uma preocupação pessoal, um receio de que o tempo está nos engolindo e não sabemos como lidar exatamente com isso. Por isso, a intenção de colocá-lo como um aconselhamento da avó, que enxerga nitidamente as mudanças e as mostra para seu neto, ainda incapaz de enxergá-las sozinho.

Dedicaremos a retornar ao assunto da construção poética. O que iniciamos aqui foi apenas uma ligação da parte teórica com a prática, que seguirá no capítulo 4, com o detalhamento do processo criativo.

Cada ponto do roteiro descrito anteriormente representa a minha busca por uma representação identitária pessoal. O interessante é que apenas ao analisar o roteiro depois de pronto pude entender como pequenos pedaços de mim se juntaram para que eu me percebesse plena no filme. Não foi minha intenção colocar tanto das minhas avós ou do meu pai ou, ainda, que minhas preocupações com o futuro se refletissem através do mito indígena.

O que era simplesmente a história de um menino ouvindo um conto de sua avó, transformou-se em uma construção poética cheia de significados que dizem

muito a mim, e por isso me vejo inserida, como se fosse uma lembrança pessoal do meu imaginário. Isto mostra que a questão da identidade é bastante subjetiva, que nos constitui e que muitas vezes nem a percebemos conscientemente.

Capítulo 2: **História e Mercado**

Abordaremos de forma breve neste capítulo, as origens do cinema de animação, para introduzir ao leitor o conhecimento e o desenvolvimento das técnicas de animação ao longo dos anos. Aproveitaremos para iniciar alguns conceitos próprios da linguagem audiovisual.

Reservamos maior atenção à reconstituição histórica do cinema de animação nacional devido ao nosso *corpus* de análise e pela dificuldade em encontrar fontes de pesquisa (que, além de escassas, ainda tem seu acesso restringido).

Em um segundo momento deste capítulo, discutiremos a formação do mercado cinematográfico brasileiro, com ênfase nos acontecimentos que acarretaram a criação das principais leis de incentivo governamentais. Seguiremos para uma análise mercadológica dos três filmes que compõem nosso *corpus*.

2.1. *Live-action* e animação: o nascimento de dois cinemas?

Sabemos que o cinema é um fenômeno cultural que surgiu em 1895, ano da primeira exibição feita pelos irmãos Lumière. Os filmes tinham pouca duração e mostravam o cotidiano da época e, mesmo assim, causaram furor entre os espectadores, que não eram acostumados com este tipo de realidade em movimento.

O desenvolvimento do cinema filmado somente foi possível devido ao nascimento da fotografia, em 1820 pelos franceses Nicéphore Nipce e Louis Daguerre, mas o fato é que o nascimento do cinema foi um processo bastante longo, iniciado no século XVII, com dispositivos ópticos e estudos científicos. Na base destes estudos, ao invés de fotografias, eram usados desenhos. Através desta animação primitiva, portanto, os cientistas e artistas contribuíram com estudos de movimento que culminaram no nascimento do cinema filmado.

Alberto Lucena Barbosa Júnior (2005) coloca que a animação como arte somente terá viabilidade no início do século XX, quando os aparatos tecnológicos e as técnicas de animação necessárias forem desenvolvidos. Desta forma, em 1906, o ilustrador James Stuart Blackton realiza o primeiro desenho animado "*Humorous Phases of Funny Faces*", realizado através da técnica de *stop-motion*, que estava sendo muito utilizada para o gênero cinematográfico de *trickfilm* (filme de efeito). O *stop-motion* é um processo de substituição por parada de ação, em que as fotos são tiradas após a movimentação de objetos em cena.

Blackton não conseguiu chegar, nesta época, no que tratamos por *full animation*, ou seja, um método em que as fotografias são tiradas frame a frame, o que corresponde a 24 fotos por segundo. Este procedimento torna a animação mais fluida possível, pois é a taxa de quadros por segundo que o olho humano consegue assimilar, fundindo as imagens, processo que denominamos persistência retínica.

Em 1824, Peter Mark Roget publica um artigo que revela uma propriedade até então desconhecida do olho humano. De acordo com o cientista, uma imagem pode ser retida por uma fração de segundo enquanto outra imagem está sendo percebida. Desta forma, o olho funde as duas imagens produzindo a sensação de movimento. O primeiro desenho com animação quadro a quadro é do artista francês Emile Cohl, intitulado “*Fantasmagorie*”, produzido em 1908.

Enquanto o cinema de ação ao vivo fazia sucesso em muitas partes do mundo, o cinema de animação engatinhava, pois dependia ainda de tecnologia, desenvolvimento estético e uma linguagem que o tornasse uma arte realizável:

Os primeiros artistas precisavam tornar suas obras interessantes – o que queria dizer, pelo menos, ser vistas enquanto filme, com começo, meio e fim. Paralelamente, tinham de preocupar-se com a concepção gráfica e a realização de movimentos convincentes. Afinal, não custa lembrar que estávamos no início da animação e não havia profissionais experientes. Estes artistas eram desenhistas talentosos, mas fazer animação implicava o conhecimento de novas habilidades – a maior parte ainda por ser descoberta. Como se esses problemas não bastassem, a imprensa não dava a devida atenção à animação, bem ao contrário do que sempre ocorreu com o cinema de ação ao vivo. O desafio desses pioneiros, como se percebe, era enorme. Não apenas desenvolver a animação propriamente dita, mas obter respeito profissional e criar uma audiência “que pudesse apreciar e aceitar os movimentos e expressões de personagens desenhados em papel”. (BARBOSA JÚNIOR, 2005 p.60 e 61)

De fato, o cinema *live-action*, filmado, passa por um período de glória, com artistas produzindo, discutindo uma linguagem própria do cinema, e financiamento governamental. Havia, com certeza, uma indústria cinematográfica. Este padrão industrial chega ao cinema de animação quando os pioneiros inauguram estúdios que funcionam como verdadeiras escolas para formação de mão-de-obra especializada através de uma organização empresarial.

Um fator histórico importante para esta eclosão do cinema de animação é o período da Primeira Guerra Mundial. A Europa, bastante afetada desde o pré-guerra ao pós-guerra diminui os incentivos à produção local e a concorrência que fazia frente às animações estrangeiras entra em declínio, fortalecendo, principalmente, a

produção norte-americana e deixando vulneráveis os mercados consumidores europeus, que passaram a absorver animações americanas.

Surgem, então, entre 1910 e 1940, nomes que modificaram intensivamente o pensamento sobre esta nova arte, projetaram-na administrativamente, trouxeram adventos tecnológicos e novas formas de apreensão de movimento, valores estéticos e construíram uma linguagem própria para este tipo de arte.

Assim, muitos teóricos do cinema de animação tratam-no como um outro tipo de cinema ao invés de um gênero cinematográfico, por não se tratar de um cinema de cena ao vivo, *live-action*, e pelas diferenças de linguagem, técnicas e realização. O cinema de animação permite a quebra da concepção de “real” do mundo, desafia as leis da física, permite todo o tipo de devaneios, o que o cinema filmado, por ter como base o figura do mundo como conhecemos, não consegue realizar.

Notamos que, para um desenvolvimento comercial da animação, os Estados Unidos se especializaram em uma técnica específica, de desenho tradicional. Desta forma, a vantagem de explorar novas concepções estéticas e técnicas coube ao continente europeu, em um ambiente pós Primeira Guerra, através de uma produção autoral realizada de forma independente ou contando com escassos recursos que o governo dedicava sob a forma de um programa de recuperação sócio-cultural pós-guerra. (BARBOSA JUNIOR, 2005) Esta busca por inovação se deu, timidamente, nos Estados Unidos a partir da década de 1930.

2.1.1. História da animação: Walt Disney.

Coube ao animador Walt Disney o reconhecimento pelos avanços empreendidos desde o início de seu ingresso, em 1920, nesta arte. O razoável

desenhista iniciante logo percebeu que seu talento seria melhor aproveitado em outros cargos como direção e produção. Graças a este empresário-animador, conceitos fundamentais da animação foram estabelecidos.

Todas as tentativas de melhorias no processo produtivo das animações se davam através do empirismo, ou seja, através da prática, os processos foram evoluindo. Disney sentia os problemas enfrentados até o momento: faltava vida aos desenhos, perfeição de movimentos, personalidade, histórias bem contadas, uma trama cativante. Desta forma ele melhora as condições de produção, através de suas invenções. Citaremos brevemente algumas levantadas por Alberto Lucena (2005):

Para os animadores, coloca pinos nas mesas de luz, o que garante controle do desenho e facilita o processo de rolagem das folhas para um teste rápido de funcionalidade do movimento; cria, também, o *pencil-test*, a projeção dos esboços de uma sequência para estudo e aprimoramento da cena antes da finalização – ideia que permanece nos programas de edição de vídeo na qualidade de *preview* (visualização antes da renderização final do filme) –; e contrata assistentes, os *clean-up men*, que se responsabilizariam por finalizar os desenhos, enquanto os melhores desenhistas continuavam os esboços.

Walt desenvolve estratégias de venda e marketing, visiona o processo como uma esteira de produção. Realiza uma divisão de cargos e de setores, que se responsabilizariam pelas diversas fases dos filmes animados. Desta forma, começa o experimento de Disney: uma série animada musicada denominada “*Silly Symphonies*”.

O diretor percebe o poder do som sobre os desenhos animados e escolhe um modelo sonoro de perfeita sincronia, marcando a estreia do rato *Mickey* no curta “*Steamboat Willie*”, primeiro da série, lançado com sucesso em 1928. A aceitação pelo público animou Disney que continuou seu processo evolutivo, contratando mais artistas e investindo em treinamento e estudo de modelos vivos. Em 1932, o segundo

curta da série “*Silly Symphonies*” é lançado. “*Flowers and Trees*” trouxe as cores para o cinema de animação e os olhos do mundo se voltaram para suas produções. Com este curta, Disney é premiado com o primeiro Oscar da história da animação.

A série lança ainda um terceiro filme em 1933, o mais significativo deles: “*Os três porquinhos*”. Verifica-se neste filme a importância do layout, da composição de objetos em cena e sua aparência. Este curta nos trouxe também o storyboard, uma fase definitiva da produção, na qual podemos avaliar a importância e a forma das cenas. Este procedimento permanece até os dias de hoje e passou a ser utilizado por outros setores da produção imagética, como a fílmica e a publicitária.

Em 1937, Walt Disney lança seu primeiro longa-metragem animado: “*Branca de Neve e os Sete Anões*”, um marco para a história do cinema de animação e, mesmo após a introdução da televisão entre 1940 e 1950, seus filmes continuaram tendo visibilidade.

Como veremos à frente, é iniciada uma política de boa vizinhança, estabelecida entre os Estados Unidos e a América Latina, devido à Segunda Guerra Mundial. Disney, que na época era um ícone, sobre o pretexto de uma visita de reconhecimento cultural e artística, viajava com sua equipe, conhecendo artistas locais e os costumes de cidades específicas.

A partir desta visita, realiza dois filmes: “*Saludo Amigos*” (1943) traduzido por “*Alô Amigos*” e “*The Three Caballeros*” (1945) que, em português ficou conhecido por “*Você já foi à Bahia?*”.

No filme de 1943, nasce “*Joe Carioca*”, que mais tarde se popularizaria por Zé Carioca, um papagaio malandro que toca e dança seu ritmo preferido: o samba. Ele introduz ao personagem Pato Donald elementos culturais trabalhados na animação como tipicamente brasileiros, como a cachaça, jogos, música, carnaval e o amor pelas belas mulheres brasileiras. “*Você já foi à Bahia*” também trás Donald e Zé Carioca no

elenco, além do galinho Panchito, representante do México no filme. A história nos leva à Bahia, aonde Donald se apaixona por Aurora Miranda, irmã da cantora Carmem Miranda. Este filme é um belo exemplo de mistura de técnicas, permitindo a integração entre elementos filmados e animação.

O que ocorre neste período é o aumento da concorrência entre Disney e os grandes estúdios: *Fleischer*, *Warner*, *Metro Goodwin Maier (MGM)* e *Hanna-Barbera*. Estes investiam em animações mais cômicas, surreais muitas vezes, movimentos não tão fluidos como os da Disney e estéticas diferentes.

Entretanto, é a criação da *United Productions of America (UPA)* que instaura uma revolução estética. Ela se apoiava na arte moderna, influenciada pelas vanguardas, principalmente pelo Cubismo, salientando em suas produções a geometria, linhas simples, visual chapado e falta de profundidade, mas havia um problema:

Mas despeito das inventivas soluções que em determinados filmes são geniais, perfeitamente adaptadas aos personagens, não há como evitar a sensação (na maioria das vezes) de algo incompleto. (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p.130)

Esta precariedade observada no movimento foi batizada de *animação limitada*. A técnica passou a ser utilizada nas produções para televisão.

[...] pelo fato de o conceito de animação limitada da UPA ter sido promovido no instante em que a televisão ganhava impulso e precisava de programas abundantes e baratos, acabou por gerar consequências desastrosas na nova mídia. Isso porque sua abordagem limitada da animação, que fora resultado de um valioso experimento artístico, servia sob medida para a confecção de desenhos animados de baixo custo – por exigir muito menos desenhos, que, por sua vez, eram também mais simples e, portanto, não ofereciam dificuldade de produção mesmo por mão-de-obra pouco habilitada. Uma desvirtualização que gerou danos que se refletem até hoje, sendo a origem da péssima qualidade de um sem-número de séries televisivas infantilizadas, que acabaram por criar a ideia de animação como produto de consumo para crianças. (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p.134-135)

2.1.2. História da animação: a evolução técnica

Durante um longo período, a animação tradicional se viu engessada por um monopólio técnico de produção. A criatividade estava por conta da invenção de formas narrativas e estéticas que diferenciasssem os novos filmes, todavia a técnica continuava a mesma. O desenvolvimento de uma nova tecnologia mudaria os rumos da animação mundial. Surge o digital.

Esta tecnologia, cujos avanços maiores datam da década de 70, nasceu através da evolução da informática, abrindo caminho para a *computação gráfica*⁸. Esta é “a arte e a ciência em que o computador é incorporado ao processo de criação e apresentação visual” (KERLOW e ROSEBUSH, apud BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 162).

Assim, o computador passa a ser uma ferramenta a serviço do artista para criar inúmeras produções artísticas, dentre as quais se insere a animação. No processo digital, as imagens são criadas em softwares (programas) específicos do computador.

A imagem digital pode ser composta por *pixels*, a menor unidade dessa imagem, ou vetores.

No ambiente digital, semelhante ao mundo real, o espaço é concebido em duas ou três dimensões, dependendo do processo gráfico a que se refere: “desenho à mão livre e manipulação de pixel são típicos do ambiente 2D; modelização em perspectiva com acesso a superfícies de objetos é encontrada no ambiente 3D.” (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p.226)

⁸ Não detalharemos os desenvolvimentos técnicos que deram origem à computação gráfica por se tratarem mais de experimentos de física e de programação que artísticos. Para maiores informações, ver BARBOSA JÚNIOR, 2005.

Temos, então o conceito base que diferencia os processos 2D e 3D. Ambos são digitais, porém com duas ou três dimensões. Esta diferença técnica torna os dois processos completamente distintos entre si, desde as escolhas iniciais ao resultado final.

2.1.3. História da Animação: Brasil

Apesar desta história começar nos primeiros anos do século XX, poucos são os nomes que se aventuraram em criar animações no Brasil. Grande parte da produção destinou-se para o segmento publicitário ou produção de curtas-metragens. São raros os longas em animação e nos últimos anos vemos um crescimento da produção de séries, devido à abertura de janelas de exibição em canais de tv a cabo, comunitários e educativos.

Ao todo contamos com 21 filmes de longa-metragem em animação produzidos no Brasil, sendo que mais da metade foram realizados nos últimos dez anos. Um sinal de que as políticas públicas de financiamento estão surtindo efeito, além do aumento de profissionais no mercado brasileiro e interesse dos telespectadores.

Ao longo deste capítulo, conheceremos mais sobre os animadores brasileiros que conseguiram realizar suas obras, como foi a recepção e sobre o que eram as histórias. É importante frisar que a maior parte das informações até a década de 80 vem do único livro publicado sobre o assunto e se encontra esgotado há mais de 20 anos. “A Experiência brasileira no cinema de animação”, de Antônio Moreno, publicado pela editora Artenova com apoio da EMBRAFILME é atualmente um item raro, porém essencial para os pesquisadores da área. Passaremos então à história da animação brasileira.

O primeiro nome que citaremos é de Álvaro Marins, conhecido por Seth, ilustrador e caricaturista responsável por produzir o primeiro curta animado brasileiro, com lançamento marcado para o dia 22 de janeiro de 1917. Seth era conhecido pelas publicidades que fazia para as Casas Mathias, famosa empresa do Rio de Janeiro que tinha como garota-propaganda uma mulata chamada Virgulina, além de ser chargista no jornal "A Noite". O referido jornal, aliás, lançara o curta de Seth com as seguintes palavras "a primeira tentativa de exibição de caricaturas cinematográficas animadas". Desta forma, "O Kaiser" entrou em cartaz no Cine Pathé e retirado no dia 24 de janeiro do mesmo ano. Apesar do pequeno período, teve uma boa audiência. Com um traço caricatural, "O Kaiser" era composto de um humor irônico. Em uma das passagens do filme, representava a figura de Guilherme II, Kaiser da Alemanha para quem todas as atenções se voltavam na época da Primeira Guerra Mundial. Sentado em seu trono, Guilherme era representado pelo filme brincando com um globo terrestre, até este crescer e engolir o Kaiser. Seth, após este curta, passa a dedicar-se à publicidade, ramo que dizia trazer mais lucros e certeza de exibição de suas animações.

Ainda em 1917, é lançado no cinema Haddock Lobo no dia 26 de abril, outro curta intitulado "*Traquinices de Chiquinho e Seu Inseparável Amigo Jagunço*". A animação é protagonizada por personagens dos quadrinhos "Tico-Tico", revista de grande circulação na época, adaptada para cinema pela produtora Kirs Filme. O prévio conhecimento dos personagens atraiu um grande público durante os poucos dias em que o curta permaneceu em cartaz.

"*Aventuras de Bille e Bolle*" é lançado em 1918, em São Paulo pela Rossi Film. Na fotografia e produção encontramos Gilberto Rossi, e desenhos de Eugênio Fonseca Filho (Fonk). Os personagens do filme são uma referência a "Mutt e Jeff", criações de Budd Fisher. Neste curta, Bille e Bolle colocam em prática suas travessuras.

No início dos anos 20, temos algumas peças publicitárias que se destacam, como *“Sapataria Pé de Anjo”*, que foi exibida no Cine Central no Rio de Janeiro e *“Cigarros Sudan”*, animação de Pasquale Michelle Faletti.

Em 1928, Luiz de Barros realiza um documentário de longa-metragem chamado *“Operação do Estômago”*. A obra retratava as operações do Dr. Benedito Montenegro e, a título de explicação do assunto, possuía um minuto de animação, realizado pelo próprio Luiz. Neste mesmo ano, Luiz Seel em parceria com o caricaturista Belmonte, produzem uma série intitulada *“Brasil Animado”*, composta por seis charges animadas. Encerrando década, temos *“Macaco Feio, Macaco Bonito”*, em 1929, também de Seel e fotografia de João Stamato. Os personagens têm o mesmo estilo usado pelos autores americanos Max e David Fleischer e conta a história de um macaco preto que foge do zoológico e é perseguido pela polícia e outros animais. Esta é, provavelmente, a primeira animação brasileira que tem conservado seu registro fílmico.

Em 1930, temos o lançamento de outro curta de Seel, *“Frivolité”*, que conta a história de uma mocinha coquete que enfrenta diversos objetos animados para poder dormir até mais tarde. Já no final da década, em 1938 temos *“As Aventuras de Virgolino”* e em 1939, *“Virgolino Apanha”*, ambos curtas animados do chargista Luiz Sá. Este artista sofre grande influência da semana modernista de 22, o que reflete em um estilo próprio do autor. Infelizmente, Sá enfrentou dificuldades na distribuição de seus filmes. Um perdeu-se no laboratório e o outro foi vendido para o dono de uma loja de projetores que cortava os frames e oferecia de cortesia aos seus clientes.

Durante o governo Vargas iniciou-se por parte do governo norte-americano a política-de-boa-vizinhança entre os Estados Unidos e a América Latina a fim de selar parcerias em meio à Segunda Guerra Mundial. Isto refletiu-se no âmbito do cinema, valorizando um intercâmbio de culturas. Luiz Sá, artista brasileiro, tentou apresentar

seu trabalho ao desenhista americano Walt Disney, em viagem ao Brasil. Infelizmente suas intenções foram vetadas pelo Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

O início da década de 40 é marcado pela animação muda *“Os Azares de Lulu”*, dos irmãos Anélio e Mário Lattini. Anélio será o protagonista da maior apoteose do cinema de animação nacional, como veremos adiante. Humberto Mauro, grande expoente do cinema brasileiro realiza em 1942, para o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), o *stopmotion* *“O Dragãozinho Manso”*, curta de 18 minutos destinado ao público infantil.

Temos então, um período de produções inexpressivas do qual apontamos apenas a campanha realizada pelo Serviço Especial de Saúde Pública (SESP) que, durante o governo de Vargas, utilizou a técnica de animação para alertar a população sobre higiene e prevenção de doenças. Alguns títulos da série são: *“A Raiva”*, *“Os dentes”*, *“Limpeza e Saúde”* e *“Maneco, o Sabido”*.

Em 1953 temos um marco do Cinema de Animação Brasileiro. A superprodução *“Sinfonia Amazônica”*, de Anélio Lattini Filho, primeiro longa-metragem em preto e branco realizado no país. Utilizando técnica 2D tradicional, soma ao todo cerca de 500.000 desenhos diferentes. A animação levou seis anos para ser concluída por Anélio, que trabalhou sozinho no filme, cuja estética se aproxima do estilo Disney. *“Sinfonia Amazônica”* apresenta sete lendas brasileiras que foram selecionadas pelo professor Joaquim Ribeiro. No filme, os protagonistas Curumim e o Boto viajam pelo Rio Amazonas que acabara de nascer e vão se deparando com os personagens das lendas, acompanhando suas histórias. Na ordem, temos a *“Lenda da Noite”*, que mostra o aparecimento dos animais da floresta, depois a *“Lenda da Lua”* e a *“Lenda do Urutan”*, sobre o nascimento do rio. A seguir, a *“Lenda do Fogo”*, a *“Lenda do Jabuti”*, a *“Lenda da Iara”* e, finalizando, a *“Lenda do Arco-íris”*.

Lattini precisou utilizar uma trilha estrangeira para seu filme, pois não recebeu permissão para usar *“O Guarani”*, de Carlos Gomes, o que lhe rendeu

modificações em algumas sequências já animadas usando como ritmo o compasso musical da trilha descartada. A sincronização dos desenhos com a música foi realizada de forma artesanal e lenta, sobretudo pela escassez de informações técnicas de todos os tipos, transformando o ato de animar personagens quase em um mistério e o animador em um mágico ilusionista.

“Sinfonia Amazônica” foi sucesso de público e passou por diversos circuitos culturais na época. Alcançou também um grande sucesso financeiro atribuído à boa distribuição e recepção, mas Lattini afirmou ter sido roubado pelos distribuidores de outros estados, com relatórios que depreciavam o filme e a audiência, justificando a pouca bilheteria, enquanto o próprio autor recebia cartas de congratulações pelo trabalho.

Apenas no Rio de Janeiro, Lattini não teria sido roubado e isso se deu devido à sua presença atuante no local. Os sinais mais visíveis do sucesso de “Sinfonia Amazônica” se refletem nos diversos prêmios acumulados pelo filme e pelo reconhecimento da obra no exterior, sendo citada nas enciclopédias cinematográficas de países como a França e Tchecoslováquia.

O negativo do filme encontra-se conservado pela Biblioteca Nacional. Duas cópias do filme estão disponíveis para visualização perante prévio agendamento, no Museu de Arte Moderna (MAM) do Rio de Janeiro e na sede do ANIMAMUNDI, também no Rio.

Ainda nos anos 50, Igino Bonfioli, cineasta mineiro, e Fábio Horta realizam algumas animações entre institucionais e publicitárias, como “Água Limpa”, “Geografia infantil”, ambas de 1954, “Aveia Quaker” (1958) e os desenhos animados “João Ventura e a Ferradura” e “José Vitamina em Barbão, o Pancadão”

No final da década de 50, é fundado o Centro Experimental de Ribeirão Preto. A instituição, criada por Rubens Francisco Luchetti e Bassano Vacari, passou a ser

um local onde artistas plásticos realizavam experimentações em animação. Filmes como “*Abstrações*”, “*Rinocerontes*”, “*Vôo Cósmico*”, “*Arabescos*” e “*Cattedrale*” nasceram desta parceria, todos produzidos entre os anos de 1959 e 1962.

Surge então o nome de Roberto Miller, artista brasileiro conhecido como “o feiticeiro das imagens”. Após um estágio de 6 meses na *National Film Board*, instituição que cuida e incentiva as produções filmográficas no Canadá, onde teve contato direto com o expoente da animação mundial Norman McLaren, Miller retorna ao Brasil e se integra ao Centro Experimental de Ribeirão Preto. Suas produções tem um caráter único na animação brasileira. Desenhando direto na película cinematográfica, Miller consegue realizar abstrações que logo passam a ser premiadas, nacional e internacionalmente. “*Sound Synthetic*”, “*Till Ton Special*”, “*Rock and Roll*”, “*Sinfonia Moderna*”, “*Sound Abstract*”, “*Desenho Abstrato*”, “*Balanço*”, “*Carnaval 2001*”, “*Can-Can*”, “*Ballet Kalley*”, “*Biscuit*”, são alguns entre os muitos títulos que compõem a extensa produção deste artista, entre curtas experimentais e publicitários.

Durante a década de 60, o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) lança curtas voltados para a área didático/educacional. São eles: “*H2O*” (1963), de Guy Lebrun (francês radicado no Brasil), “*Inflação*” (1966), de Jorge Bastos e “*Alfabeto Animado*”, um seriado animado também de Lebrun.

Em 1965 surge o primeiro festival do gênero no país: Festival Internacional de Cinema de Animação. O Museu de Arte de São Paulo foi o palco deste festival, que reuniu animações nacionais e internacionais. Entre as brasileiras, dez obras produzidas por sete animadores, datadas de 1957 a 1965 fazem parte do programa. São elas: “*Ensaio de Cor Animada*”, de Ana Sacerdote, “*Tourbillon*” e “*Vôo Cósmico*”, de Rubens Lucchetti e Bassano Vaccarini, “*O Homem e sua Liberdade*”, de Ayrton Gomes, “*A Lenda da Vitória Régia*” e “*Gorila*”, de Ype Nakashima, “*Uma História do Brasil Tipo*

Exportação", de Hamilton de Souza, *"Rumba"*, *"Boogie Woogie"* e *"Átomo Brincalhão"*, de Roberto Miller.

Destaca-se neste festival a forte presença do Centro Experimental de Ribeirão Preto que, apesar do forte começo, logo se dissolve.

No Rio de Janeiro temos, também em 1965, o primeiro Festival de Cinema Amador do Jornal do Brasil, incentivando novos animadores a produzir. Ao longo dos anos foram exibidos no festival filmes como: *"No caos está contido o germe de uma nova esperança"* (1967), de Zélio Alves Pinto, *"A Luta"* (1968), de Sérgio Bezerra Pinheiro e *"Zeca e suas máquinas simples"* (1970), de José Maria Parrot.

Durante a década de 60, temos ainda *"Milagre de Desenvolvimento"* (1968), de Alain Jaccoud, e peças publicitárias como da Petrobrás, na época empresa Petróleo Brasileiro S.A., que produz *"Um rei fabuloso"*, com direção de Wilson Pinto, criador do personagem Petrolino, assim como Ruy Peroti, criador do tucano da Varig e Lebrun, criador das Gotinhas da Esso e do personagem para o Arroz Brejeiro.

Uma experiência que rende bons frutos nesta época é a formação de grupos de animação. Em 1967, surge o Centro de Estudos de Cinema da Animação (CECA) formado por estudantes da Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro. Apesar do curto período de vida, destaca-se por produções que utilizam várias técnicas. São obras deste grupo: *"O Palhaço Domador"*, *"O Coelho Sabido"*, *"O Revólver Justiceiro"* (inacabado) e *"Negrinho do Pastoreio"*.

Ao se desfazer, em 1968, ex-integrantes do CECA organizam-se em outro grupo, denominado Fotograma. No ano seguinte o grupo também viria a se desfazer mas, durante sua existência, promoveu mostras do cinema de animação internacional e um programa regular de animação na extinta TV Continental, no Rio de Janeiro. Entre seus membros, estavam: Rui Oliveira, Jô Oliveira, Carlos Alberto Pacheco, Pedro Ernesto Stilpen (conhecido por Stil), Sérgio Bezerra Pinheiro, Pedro Aares,

Ênio Lamoglia Possebox, Hiroqui Ono, Stenio Pereira, Roberto Chiron, entre outros. As produções do grupo são: “*O Saci*”, “*A Pantera Negra*” e “*Status quo*”.

A década de 70 é marcada por um aumento significativo na produção brasileira. Algumas ações contribuem para este resultado, como a instauração da Lei do Curta-Metragem, realização de mais congressos e festivais de cinema, incentivos da EMBRAFILME (criada em 1969 pelo Regime Militar) e a instauração do acordo Brasil-Canadá, criando uma ponte de intercâmbio cultural e tecnológico entre a *National Film Board* do Canadá e núcleos de produção brasileiros.

O volume de filmes cresceu de tal forma que a classe cinematográfica conseguiu promulgar uma lei de obrigatoriedade de exibição nos cinemas, o que beneficiava também os animadores e incentivava novas produções.

Em 1971, o quadrinista amazonense Álvaro Henrique Gonçalves lança “*Presente de Natal*”, o primeiro longa-metragem animado colorido. Foram 3 anos de trabalho solitário em que Álvaro desenhou os personagens, cenários e fez a filmagem do longa. Trata-se de um filme bem acabado, mas infelizmente encontrou muita dificuldade para ser distribuído, sendo conhecido apenas pelo público de Santos, São Paulo. Álvaro é também autor de “*A Cigarra e a Formiga*”, curta produzido em 1956 e “*O Índio Alado*”, de 1967.

Vem à tona, então o nome de Yoshinori Nakashima (conhecido por Ypê Nakashima), animador de curtas como “*A Lenda da Vitória-Régia*”, “*O Reino dos Botos*” (1957) e “*O Gorila*” (1958): o japonês, radicado em São Paulo, finaliza em 1972, o longa em animação Piconzé após seis anos de trabalho. O animador, conhecido por suas produções publicitárias via este filme como uma válvula de escape. Dizia que fazer comerciais lhe proporcionava o que comer, mas afirmava que a vida não é só comer. Piconzé foi o terceiro longa animado brasileiro e como os anteriores, produzido por um homem só. Uma característica do filme são os cenários, compostos

por colagens, uma novidade que aumentava a profundidade e dava destaque para este elemento.

Com trilha sonora composta por Damiano Cozella e letras de Décio Pignatari, a animação é um exemplo de qualidade técnica decorrente da maturidade do trabalho de animação de Ypê. O filme tem 80 minutos de duração e fez enorme sucesso no Brasil e no exterior, quando foi lançado em Portugal, no ano de 1977.

Em 1973, o animador José Mário Perrot produz *"Ballet de Lissajous"*, em parceria com o engenheiro Aluizio Arceta. O curta é o primeiro no Brasil a utilizar o dispositivo computacional e gera imagens utilizando um osciloscópio a partir de composições ortogonais descobertas pelo músico francês Jules Lissajous.

Nesta mesma época, é fundado o grupo NOS, cujo símbolo era uma noz. Os curtas produzidos pelo grupo foram amplamente exibidos e premiados. Entre seus integrantes encontramos artistas como Pedro Ernesto Stilpen (Stil), Antônio Moreno e José Rubens Siqueira. Sua filmografia abrange: *"Reflexos"*, *"Ícaro"*, *"Verdes ou Favor não Comer a Grama"*, *"As Desventuras de Coco Banana"*, *"Papo de Anjo"*, *"Hamlet"*, *"O Canto do Cisne Negro"*, *"PHN – Pequena História do Mundo"*, *"O Lago"* e *"Estrela Dalva"*.

Em 1975, outro grupo de animadores desponta. Fundado por Wilson Lazzaletti e Maurício Squarizzi, o Núcleo de Cinema de Animação de Campinas (NCA). O grupo, que é um dos mais antigos do mundo, resiste até os dias atuais, produzindo filmes autorais, ensinando a arte da animação para crianças e investindo na formação de novos animadores. Ao longo de sua história, acumula cerca de 250 produções, o que reflete sua importância perante a história da animação brasileira. Entre os filmes produzidos destacam-se *"Transformação Natural"*, *"Amor e Compreensão"* e *"Cucaracha"*. Desde 1989 o grupo é responsável pelo evento *Cinema Criança*, realizado no Centro Cultural Banco do Brasil do Rio de Janeiro.

Em 1978, estreia pela TV Cultura de São Paulo o programa semanal “Lanterna Mágica”, com direção de Roberto Miller. O objetivo era divulgar animações internacionais antigas ou que não entravam em circuito comercial, além de abrir espaço para animações nacionais e entrevistas com realizadores. Através deste meio de comunicação de massa, começou-se a despertar o interesse por esta arte e a tornar o conhecimento sobre as técnicas mais acessível.

Neste mesmo ano, com a publicação do livro “A Experiência brasileira no cinema de animação”, do qual falamos na abertura deste tópico, de autoria de Antônio Moreno, ajuda a elucidar boa parte da história cinematográfica brasileira no que concerne à animação, mostrando as produções, os artistas e como este segmento do cinema foi conquistando seu espaço no Brasil.

A década de 70 nos revela o nome de Marcos Magalhães, um animador que inicia sua carreira com filmes finalizados em *super 8* e que pela criatividade demonstrada em “Semente” (1975) e, principalmente com “Meow!” (1976), acaba premiado com a Palma de Ouro em Cannes no ano de 1981. Financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e pela Embrafilme, realiza um estágio na *National Film Board* do Canadá, onde produz “Animando”, um curta muito importante que utiliza de quatro técnicas diferentes, entre elas a animação tradicional, pixilation, animação de recorte e pintura sobre vidro.

Na Bahia, vemos despontar Francisco Liberato, pioneiro no desenho animado baiano, com seu estilo aproximando-se da xilogravura. Em sua filmografia estão: “O Caipora” (1974), “Eram-se Opostos” (1977), o longa-metragem “Boi Aruá” (1981-1985) e “Carnaval” (1986). Boi Aruá foi o quarto longa-metragem em animação do país. Sua temática era voltada para o folclore regional e junto com seu estilo gráfico de cordel, conquistou prêmios em diversos festivais internacionais dos quais participou.

Em Pernambuco, o artista Lula Gonzaga de Oliveira realiza “*Cotidiano*” (1980) e “*A Saga da Asa Branca*”, 1979. Neste curta, Ronaldo Cãnfora participa da direção fotográfica. Ronaldo, atuante também como produtor, montou com sua esposa Maria Helena, a Pan Estúdio e realizou um enorme volume de filmes comerciais.

Em 1982, a produção de longas animados é recuperada com o lançamento de “*As Aventuras da Turma da Mônica*”, e seguido, ao longo dos anos com outros longas, além de parcerias com o grupo Trapalhões. Em 1985, sob a coordenação de Luiz Gonzaga de Lucca, a empresa Maurício de Sousa Produções monta uma linha de produção industrial, primeira do país e que realiza, a partir desta data e até os dias de hoje, curtas, longas e séries em animação.

Em 1985, Marcos Magalhães reúne trinta animadores para produzir um filme coletivo chamado “*Planeta Terra*”, em comemoração ao Ano Internacional para a Paz da ONU.

Os anos 80 trouxeram ainda grandes mudanças para o cenário brasileiro da animação. Um acordo entre a *National Film Board* e a extinta Embrafilme criou, em 1985, o CTA_v – Centro Técnico do Audiovisual –, um órgão vinculado ao Ministério da Cultura, na cidade do Rio de Janeiro. Esta ação representava um intercâmbio cultural e tecnológico e possibilitou a formação de uma nova e importantíssima geração de animadores, como César Coelho, Aida Queiróz, Daniel Schorr e Fábio Ligrimi. Perante a iniciativa, Marcos Magalhães, integrante do CTA_v, percorre o país auxiliando a formação de outros núcleos, fomentadores de iniciativas regionais. Como exemplos, citamos os grupos da Universidade Federal de Minas Gerais, sob a coordenação de José Tavares de Barros, da Universidade Federal do Ceará, coordenado por José Rodrigues Neto e do Instituto Estadual de Cinema do Rio Grande do Sul, estado que já vinha atuando em produções animadas. O núcleo situado na região sul estava sob a coordenação do argentino Felix Follonier.

Já em São Paulo, nomes oriundos da publicidade destacam-se nesta época como Flávio Del Carlo, com os filmes *"Paulicéia"*, de 1978, *"Tzundra Tzuma"*, de 1983 e *"Squich"*, de 1992.

Cao Hamburger lança no final da década de 80, dois curtas que utilizam a técnica *stopmotion* denominados *"A Garota das Telas"* (1988) e *"Frankstein Punk"* (1986). O criativo animador participa ativamente dos novos programas lançados pela TV Cultura na mesma época em que *Rá-Tim-Bum*, programa de temática infantil se destaca na emissora. Este programa, apesar de ser gravado em live-action, possui vários quadros que contam com o uso de animação, contabilizando cerca de 3 horas animadas por ano, mantendo uma equipe de animadores. O sucesso do programa trouxe outro programa nos mesmos moldes à grade da emissora: em 1992, é lançado *"Glub-Glub"*.

O núcleo de animação do Rio Grande do Sul destaca-se por formar grandes animadores como Lancast Motta, José Maia e Otto Guerra. O grupo produz *"O Natal do Burrinho"* (1984), *"As cobras"* (1985) e *"Reino Azul"* (1989). Otto ainda lançou nos anos que se seguiram, dois longas-metragens com temática adulta, primeiros do gênero no país: *"Rocky & Hudson"*, em 1994 e *"Wood & Stock: Sexo, Orégano e Rock"*, em 2006.

A década de 90 foi marcada pela extinção da Embrafilme e a crise financeira que atingiu o país, resultando na queda vertiginosa da produção cinematográfica. Ao mesmo tempo, curtas independentes e autorais despontam como *"El Macho"*, de Ennio Torresan.

Em 1993, a TV Cultura lança *"Castelo Rá-Tim-Bum"*, programa que reuniu diversos estúdios de animação para produção de material para o programa.

No mesmo ano, temos a criação do Animamundi, que se tornou o maior festival de animação do país e um dos mais conhecidos internacionalmente. Entre

seus fundadores, estão os participantes do CTAv Aida Queiroz, César Coelho, Marcos Magalhães, juntamente com Léa Zaguri. Além de ser uma janela para exibição de animações nacionais e internacionais, o festival vem investindo em palestras e oficinas de formação com o intuito de chamar atenção para formação de novos profissionais na área.

Em 1996, foi realizado o primeiro longa em animação que utiliza computação gráfica. *"Cassiopéia"*, um filme em 3D, foi produzido por Clóvis Vieira que levou quatro anos de trabalho para ficar pronta, utilizando-se de 17 microcomputadores 486 DX2-66, e o software Topas Animator. Os custos somaram R\$ 1,5 milhão, mas a distribuição e exibição foram fracas, ficando em cartaz apenas durante as Olimpíadas de Los Angeles, enquanto o movimento nos cinemas foi pequeno.

Walbercy Ribas Camargo faz parte da animação publicitária desde 1959. Fundou a Start Desenhos Animados Ltda, em 1966, dirigiu mais de dois mil comerciais animados e vários filmes. No entanto, no ano de 2001, Walbercy lança o que seria sua maior realização *"O Grilo Feliz"*, animação feita de forma independente que demorou 15 anos para ficar pronta. Em 2009, temos a continuação *"O Grilo Feliz e os insetos gigantes"*, que troca a animação tradicional do primeiro filme pela computação gráfica, a produção independente por vários patrocinadores e a adição de um parceiro na direção, seu filho Rafael Ribas. Por todos estes fatores, o tempo de produção diminui para cerca de cinco anos, com captação de aproximadamente quatro milhões.

Em 2003 é fundada a Associação Brasileira do Cinema de Animação (ABCA), a primeira instituição nacional a reunir profissionais do setor. No ano seguinte, o Brasil ingressa nas comemorações mundiais do *"Dia da Animação"*, realizada por diversos países no dia 28 de outubro.

O ano de 2007 é promissor para a animação brasileira, pois marca o lançamento de 3 longas-metragens: *"Garoto Cósmico"*, de Alê Abreu, *"Brichos"*, de

Paulo Munhoz e *“Turma da Mônica em Uma Aventura no Tempo”*, de Maurício de Sousa.

Em 2011, *“Brasil Animado”* é lançado. O longa marca o início de uma nova era da animação nacional: o uso do 3D estereoscópico. Pioneiro no gênero, o filme de Mariana Caltabiano é a evolução de uma série premiada e produzida no ano anterior pela Cartoon Network Brasil em parceria com a diretora.

“Brasil Animado” é um exemplo do que anda ocorrendo com frequência no mercado brasileiro. Atualmente há uma busca por produção de séries de animação devido às janelas de exibição das programadoras por causa das novas leis do governo e da inserção do sistema digital na televisão brasileira. Ao mesmo tempo, temos produtoras nacionais investindo em animações para o segmento. Através do apoio que empresas internacionais dão a esta iniciativa, fortalece-se o mercado brasileiro de animação. Esta prática não é nova e vem desde o filme *“Asterix e Obelix”*, quando a produtora nacional *Lightstar* foi convidada a participar do processo de animação do filme.

Vemos, portanto, que o mercado, até a década de 70, era bastante voltado para a publicidade, com raras produções e alguns fatores como a criação de festivais, núcleos de animação e o favorecimento da produção através de leis fez o mercado expandir, a produção aumentar e nos trouxe novos animadores influenciados por essa técnica. Já em 1990, a crise econômica retardou o processo, mas logo novos festivais, como o Animamundi, programas de TV, a fundação da ABCA, e novas leis de incentivo recuperaram o fôlego do mercado de animação. Atualmente, as séries brasileiras para televisão fazem sucesso nos canais da TV a cabo e a internet também é responsável pelo crescimento da produção, devido à divulgação de conhecimento e da abertura que proporciona aos novos animadores, para exibirem seus filmes independentes.

2.2. O mercado cinematográfico brasileiro e suas leis de incentivo

Iniciamos nosso estudo sobre o mercado cinematográfico brasileiro buscando entender como, através dos anos, este chegou ao modelo atual. Para isso, faremos uma breve revisão histórica a partir do governo Collor, período no qual as bases e as leis regulatórias do mercado foram derrubadas e começou-se a estruturar o modelo de mercado atual.

No dia 16 de março de 1990, o presidente Fernando Collor de Mello extinguiu a Lei Sarney, até então, a única lei de incentivo fiscal para financiamento à cultura no país, e dissolveu, por meio da medida provisória 151, todas as autarquias, fundações e empresas públicas federais ligadas à cultura, bem como o próprio Ministério da Cultura.

Afetando particularmente o setor cinematográfico, tivemos neste período a dissolução da Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), do Conselho Nacional de Cinema (Concine) e da Fundação do Cinema Brasileiro.

A Embrafilme, criada em 1969, durante o regime militar, era a principal financiadora do cinema nacional, a partir de capital misto, sendo maioria estatal. A empresa era a maior responsável pela distribuição dos filmes brasileiros.

Com estas extinções, o cinema nacional se encontrava desprotegido frente à concorrência estrangeira. Além de acabar com órgãos fundamentais para a produção nacional, Collor desregulamentou a atividade, acabou com leis protecionistas, como a cota de tela – uma obrigatoriedade imposta por lei ao exibidor, de manter o filme nacional em cartaz durante um determinado período – e abriu o país para as importações. De acordo com Melina Izar Marson (2009), essa invasão do cinema estrangeiro, principalmente o Hollywoodiano nas salas de exibição brasileiras, fez com que o público do cinema nacional reduzisse de 35,93%, em 1983, ano de maior produção da Embrafilme, para 10,51% em 1990.

Esta abertura do mercado brasileiro se deu em diversas frentes da economia, sendo o setor cinematográfico um dos mais atingidos no período:

O presidente Collor promoveu uma ampla liberalização da economia, abrindo o país para as importações sem preocupações muito grandes com o produto nacional e o mercado interno, e essa liberalização se aplicava também aos produtos culturais. No caso do cinema, deixou de haver fiscalização sobre a entrada do filme estrangeiro e a obrigatoriedade de exibição do filme brasileiro. O Brasil, de forma apressada e desestruturada, entrou na nova fase do capitalismo, em que os bens culturais tornavam-se cada vez mais importantes, graças à nova configuração do capital que fez do consumo o elemento central. (MARSON, 2009, p. 31)

Sob o governo de Collor, o cinema nacional viveu um período de trevas. Projetos que contavam com o financiamento da Embrafilme foram paralisados, até mesmo as coproduções internacionais tiveram seus contratos rompidos. Os cineastas não tinham perspectivas e declaravam que o cinema nacional estava morto.

A intenção do governo era desobrigar o Estado de financiar a área cultural, deixando este papel para o mercado. De acordo com Marson (2009, p.17), “a produção cultural passou a ser vista como qualquer outra área produtiva, que deve se sustentar sozinha através de sua inserção no mercado”. Pensando o cinema de forma empresarial, organizou-se no governo uma comissão, responsável pela reaproximação entre a classe cinematográfica e o governo. Sob a ótica de que o cinema é um produto de entretenimento e que deve se autossustentar, o secretário da cultura Ipojuca Pontes retornou com a cota de tela e abriu uma linha de crédito no BNDES para cineastas a juros subsidiados.

Mas estas atitudes não foram suficientes para reerguer o cinema nacional. No final de 90, preocupado com as altas taxas de rejeição nos meios culturais e intelectuais, o presidente Collor nomeou diretores para vários cargos, dentre eles, o de secretário da cultura, escolhendo o diplomata e doutor em ciência política Sérgio Paulo Rouanet.

Após cinco meses pesquisando medidas que poderiam solucionar o problema do setor, Rouanet reformulou a antiga lei Sarney, procurando evitar a repetição das fraudes e irregularidades que a fizeram extinta. O secretário manteve uma legislação de incentivo fiscal com base em dedução no imposto de renda. Surge assim, em agosto de 91, o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), conhecido por Lei Rouanet de nº 8313 e que não privilegiava apenas o setor cinematográfico, mas a cultura em geral.

Na elaboração dessa política cinematográfica, que se iniciou em 1991 e repercutiu até os dias atuais, foi utilizada a concepção de cinema enquanto entretenimento e não como forma artística. No entanto, essa concepção foi utilizada de maneira muito contraditória, já que tratou o filme como um produto da indústria cultural em ao mesmo tempo, não se preocupou em garantir sua circulação e seu consumo, por meio do estímulo à distribuição e à exibição e da aliança com a televisão. (MARSON, 2009, p.49)

Notamos, portanto, o olhar crítico da autora sobre a Lei Rouanet, afirmando que o cinema não assumiu o mesmo caráter industrial, nos moldes do cinema norte-americano, que é favorecido ao utilizar a televisão e a publicidade como extensões da indústria cultural cinematográfica na sociedade de consumo.

O início da década de 90 marcou um período escasso em termos de produção nacional, mas fortaleceu as produções no âmbito regional. Entre 1990 e 1992, desenvolveram-se em alguns municípios (São Paulo, Vitória, Goiânia, Londrina, entre outros) e estados brasileiros (Rio de Janeiro, Mato Grosso e Distrito Federal, por exemplo) estímulos à produção local, refletindo nas realizações do período um caráter de diversidade regional.

Em meados de 1992, após o impeachment de Collor, Itamar Franco, o então vice-presidente, assumiu o governo do país. Com o novo governante, em 93 implantou-se também um novo plano econômico: o Real. Além da reforma econômica, Itamar reestabeleceu o Ministério da Cultura, criou a Secretaria para o

Desenvolvimento do Audiovisual e promulgou, em 20 de junho de 1993, a Lei 8.685, que ficou conhecida como Lei do Audiovisual.

Esta lei trabalha a venda de cotas de um filme para empresas ou pessoas físicas. Dessa forma, os investidores:

[...] ganham quatro vezes: diminuem seus impostos a pagar (Contribuição Social e Imposto de Renda) porque aumentam suas despesas e, portanto, diminuem suas bases tributáveis, recebem 100% do valor investido de volta ao pagarem seus Impostos de Renda, divulgam suas marcas através de um produto cultural de massa e podem receber dividendos caso o filme seja bem sucedido (Malagodi; Cesnik, 1998, p.35, apud Marson 2009, p.58)

O interessante é que o dinheiro que financia as produções nacionais continua vindo do Estado: a diferença é que a iniciativa privada, portanto o mercado passa a escolher em qual projeto deseja investir o dinheiro público. As empresas podem investir até 3% do imposto devido, enquanto pessoas físicas podem direcionar até 5% de seu imposto para as produções.

O ano de 1995 marcou o cinema nacional e por convenção, temos que se iniciou neste ano a Retomada, marco na história do cinema brasileiro. Era o primeiro ano de governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, a inflação estava controlada, tínhamos uma moeda nacional forte e um clima de esperanças em torno do futuro econômico do plano real. As comemorações dos 100 anos da invenção do cinema embalaram o cinema nacional, que ganhou visibilidade. Em meio a essa redescoberta do filme brasileiro, Carlota Joaquina, produção de Carla Camuratti virou sucesso de bilheteria no país. Ao todo, foram lançados 12 longas-metragens neste mesmo ano.

Com a política cultural adotada, o Estado pretendeu criar uma “cultura de investimentos culturais”, por meio de estímulos para as empresas investidoras. Se atentarmos para a Lei do Audiovisual, que foi concebida para vigorar por dez anos, fica nítida essa intenção. No início, o Estado ofereceria isenção de impostos a quem investisse em cultura, para depois, quando já se instalasse essa cultura de investimentos, “sair de cena”. Tanto que, para auxiliar os empresários na utilização das leis de incentivo e mostrar como os investimentos culturais podiam ser lucrativos, em 1995 o Ministério da Cultura lançou uma apostila intitulada

“Cultura é um bom negócio”, que foi distribuída a empresas e produtores culturais. (Mason, 2009, p.74)

Manoel Rangel, atual diretor-presidente da Agência Nacional do Cinema – Ancine –, em artigo que comemora os vinte anos de transformações do setor audiovisual brasileiro, publicado na revista Tela Viva, comenta sobre o processo histórico que levou ao surgimento de um órgão regulatório para o setor. De acordo com o autor, a partir das discussões geradas no III Congresso Brasileiro de Cinema, realizado em Porto Alegre no ano de 2000, foram colocadas as bases para o surgimento, no ano seguinte, da Medida Provisória 2228-1. Esta legislação, dentre outras coisas, criou a Ancine, órgão, responsável por regular e fomentar o setor audiovisual, o Conselho Superior do Cinema, o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE) e autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINES).

A Medida Provisória, juntamente com a Lei Rouanet, consolidam até hoje as principais políticas regulatórias e fomentadoras estatais aplicadas em âmbito nacional.

2.3. Análise de mercado

Observaremos agora, de acordo com os dados recolhidos pela Ancine no portal O.C.A⁹ (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual), alguns números que as animações em análise movimentaram no mercado cinematográfico brasileiro. O intuito é perceber, em um primeiro momento, os seguintes dados: público, renda, valor captado dentro das leis de incentivo, distribuição, produção e sua permanência nas salas de cinema de todo o país.

Em seguida, procuraremos traçar um panorama sobre o desenvolvimento dos longas-metragens de animação nacionais no mercado brasileiro.

⁹ Disponível em <<http://oca.ancine.gov.br/>> acesso em 05/09/11

2.3.1. A Turma da Mônica em uma aventura no tempo

Este filme é, sem dúvida, o longa em animação mais bem-sucedido do cinema brasileiro. Produzido através de leis de incentivo, com sua captação iniciada no ano de 2005, estreou nos cinemas no dia 16 de fevereiro de 2007. O documento a seguir, (figura 1), é a deliberação de nº 233, publicada no Diário Oficial da União, através da qual a Resolução de Diretoria Colegiada (RDC) nº 148, aprova o pedido de captação:

<p style="text-align: center;">AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA</p> <p style="text-align: center;">DELIBERAÇÃO Nº 233, DE 30 DE SETEMBRO DE 2005</p> <p>O DIRETOR-PRESIDENTE da ANCINE, no uso das atribuições legais conferidas pela Resolução de Diretoria Colegiada nº 04, de 25 de fevereiro de 2003, e em cumprimento ao disposto na Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, alterada pela Lei nº 10.454, de 13 de maio de 2002, e Decreto nº 4.456, de 04 de novembro de 2002, delibera:</p> <p>Art. 1º Aprovar o projeto audiovisual relacionado abaixo, para o qual a proponente fica autorizada a captar recursos através da comercialização de Certificados de Investimento e através da formalização de contratos de co-produção nos termos dos Art. 1º e 3º da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, e mediante doações ou patrocínios na forma prevista nos Arts. 25 e 26 da Lei nº 8.313/91.</p> <p>05-0248 - A Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo</p> <p>Processo: 01580.034281/2005-04 Proponente: Diler & Associados Ltda. Cidade / UF: Rio de Janeiro / RJ CNPJ: 00.291.470/0001-51 Valor total do orçamento aprovado: R\$ 5.762.730,00 Valor Aprovado no Artigo 1º da Lei nº 8.685/93: R\$ 2.274.593,50 Banco: 001- Agência: 2909-2 - Conta Corrente: 22.982-2 Valor Aprovado no Artigo 3º da Lei nº 8.685/93: R\$ 3.000.000,00 Banco: 001- Agência: 2909-2 - Conta Corrente: 22.983-0. Valor Aprovado na Lei nº 8.313/91: R\$ 200.000,00 Banco: 001- Agência: 2909-2 - Conta Corrente: 22.984-9 Período de captação: até 31/12/2005. Aprovado na RDC nº. 148, realizada em 27/09/2005. Art. 2º - Esta Deliberação entra em vigor na data de sua publicação</p>
--

Figura 1 – Deliberação nº 233 de 30 de setembro de 2005. Fonte: Diário Oficial da União.

Este é um processo que pretende ser aberto para a população e para tal, todas as informações são divulgadas no Diário Oficial. Cada filme tem um número de registro, no caso 05-0248 sob o qual foi cadastrado no Sistema de Acompanhamento das Leis de Incentivo à Cultura (SALIC). São divulgadas ainda outras informações como: processo (01580.034281/2005-4), proponente (Diler & Associados Ltda), cidade originária (Rio de Janeiro), CNPJ da empresa proponente (00.921.470/0001-51), valor aprovado para captação (R\$ 5.762.730,00), conta corrente para depósito, além dos valores máximos a serem captados especificadamente para cada artigo das leis de incentivos, determinados previamente pelo Governo Federal.

O prazo estipulado para captação deste projeto ainda foi adiado nas deliberações de nº 119 de 11 de abril de 2006 e nº 4 de 12 de janeiro de 2007. A primeira estendeu o prazo de captação até 31/12/06 e a segunda o aumentou até o mesmo período do ano seguinte.

De acordo com o relatório divulgado pela Ancine, referente ao ano de 2006¹⁰, a captação preliminar até aquela data era: R\$ 3.832.849,12 (tabela 4). Faltariam ainda pouco mais de um milhão e meio de reais para fechar o orçamento, justificando o pedido de extensão do prazo, citado anteriormente.

A tabela 4 foi retirada do relatório da gestão de 2006 e mostra, em ordem decrescente de valor captado, o montante em reais que alcançou naquele ano a captação do filme *Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo*, quarto maior orçamento entre os 272 projetos autorizados à captação, estando inseridos aqui, todos os gêneros de filmes. É notável a presença de uma animação nesta colocação.

¹⁰ Disponível em <<http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=57>> acesso em 12/11/11

Quadro 23 - Relação dos projetos beneficiados por mecanismos de renúncia fiscal, que tiveram recursos captados em 2006

#	NOME DO PROJETO	UF	PROPONENTE	VALOR CAPTADO (R\$)
1	PRIMO BASÍLIO	RJ	Lereby Produções Ltda.	5.161.709,70
2	CIDADE DOS HOMENS, O FILME	SP	O2 Produções Artísticas E Cinematográficas Ltda	4.550.150,00
3	AS PELEJAS DE OJUARA	RJ	Filmes do Equador Ltda.	4.221.976,01
4	A TURMA DA MÔNICA EM UMA AVENTURA NO TEMPO	RJ	Diler & Associados Ltda.	3.832.849,12
5	XUXA GÊMEAS	RJ	Diler & Associados Ltda.	3.680.950,00
6	MEU NOME NÃO É JOHNNY - PRODUÇÃO	RJ	Atitude Produções e Empreendimentos Ltda.	3.661.506,60
7	BOPE	RJ	Zazen Produções Audiovisuais Ltda.	3.620.999,50
8	O MAGNATA	SP	Gullane Filmes Ltda	3.601.675,00
9	O PASSADO	SP	HB Filmes Ltda	3.472.265,00
10	TRAIR E COÇAR É SÓ COMEÇAR	RJ	Diler & Associados Ltda.	3.280.000,00

Tabela 4 – Relação dos beneficiados por mecanismos de renúncia fiscal em 2006. Fonte: Ancine

Observar estes dados nos proporciona outro ponto de vista sobre a força desta animação. A empresa proponente Diler & Associados respondeu naquele ano pela produção de 11 longas, conforme divulgado no relatório de 2006 (tabela 5). O projeto que mais captou, dentre os títulos apresentados pela proponente, também era a animação *Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo*. Abaixo, a lista destes filmes da Diler & Associados:

Nome do Projeto	Valor captado (R\$)
A Turma da Mônica em uma aventura no tempo	3.832.849,12
Xuxa Gêmeas	3.680.950,00
Trair e coçar é só começar	3.280.000,00
Irmãos de Fé	3.065.873,93
O Cavaleiro Didi e a Princesa Lili	2.929.232,14
Xuxa e o tesouro da cidade perdida	1.759.357,05
Xuxinha e Guto contra os monstros do espaço	643.179,00
Juízo	400.000,00
Coisa de Mulher	246.000,00
A Máquina	140.000,00
Didi, o caçador de tesouros	46.106,00

Tabela 5 – Filmes produzidos pela empresa Diler & Associados no ano de 2006. Fonte: Relatório Ancine 2006

Os demais títulos são conhecidos, de grande sucesso e apelo popular e ainda assim, o filme da Turma da Mônica liderou a captação de recursos. O fato é que a Maurício de Sousa Produções se cercou de todos os cuidados para fazer deste um filme de animação bem-sucedido. A seguir veremos os números que comprovam esse sucesso. Na tabela 6 estão alguns filmes lançados em 2007; destaque para animação de Maurício de Sousa:

**Longas-Metragens Brasileiros Lançados Comercialmente
no Mercado de Salas de Exibição**

Ano de Lançamento	Título	Valores Totais Autorizados*** (R\$)	Total Captado (R\$)	Renda (R\$)	Público
2007	Sambando nas brasas, morô?	207.043,58	0,00	7.979,00	1.072
	Saneamento básico, o filme	4.401.998,81	2.602.000,00	1.472.475,00	190.656
	Santiago	394.926,38	0,00	430.422,00	48.339
	Sem controle	2.093.658,08	2.092.581,00	185.307,00	23.598
	Serras da desordem	440.000,00	440.000,00	2.341,00	273
	Tropa de elite	9.000.000,00	6.523.654,01	20.395.447,00	2.417.754
	Turma da Mônica em Uma aventura no tempo	5.474.593,50	5.435.150,00	3.961.558,00	531.656
	Viúva rica solteira não fica	0,00	0,00	13.039,00	1.494
Xuxa em Um sonho de menina	5.712.793,54	3.412.160,00	788.700,00	126.499	

Tabela 6 – Longas-Metragens Brasileiros lançados comercialmente no mercado de salas de exibição em 2007.

Fonte: Ancine

Notamos que o total captado não chegou àquele que foi autorizado pela Ancine, faltando uma diferença de cerca de quarenta mil reais. De qualquer forma, representou o oitavo orçamento mais caro dentre os 78 filmes produzidos no mesmo ano, entre todos os gêneros.

Seus valores recordes de público e renda perdem apenas para três grandes produções do mesmo ano: *Tropa de Elite*, *A Grande Família* (que não recebeu incentivos públicos) e *Primo Basílio*. Assim, *Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo* foi o quarto filme mais assistido nos cinemas em 2007, com um público de 531.656 pessoas, entrando para o ranking dos filmes nacionais que superam meio milhão de espectadores.

Quanto aos valores arrecadados, o total de R\$ 3.961.558,00, também garantiram a quarta maior bilheteria do ano, mas, no que concerne à exibição em salas de cinema por período, esta animação alcançou o primeiro lugar, como observamos na tabela 7, que apresenta a quantidade de salas de cinema que exibiram o filme ao longo do número de semanas do ano, nas capitais do país, monitoradas pelo sistema da Ancine.

		Filmes por Número de Salas por Semana Cinematográfica - 2007																				
Título no Brasil	Capital	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Turma da Mônica em Uma aventura no tempo	Belo Horizonte					8	8	8	5	5	4	2	2	2								
	Brasília					4	5	4	5	5	5	2	2	1	1							
	Curitiba					7	8	6	7	6	5	4	1	1								
	Porto Alegre					7	6	4	3	3	2	1	1									
	Recife					3	3	3	3	4	1	1										
	Rio de Janeiro					16	17	17	17	12	11	7	4	2	1	2	2	3	3			
	Salvador					2	2	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	1				
	São Paulo					21	21	21	21	20	19	15	5	2	2	1	1					
		21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40																				
Turma da Mônica em Uma aventura no tempo	Belo Horizonte																	1	1	1	1	
	Brasília																	1	4	3	6	
	Curitiba																	2	2	2	2	
	Porto Alegre																	1	1	2	2	
	Recife																			2	3	
	Rio de Janeiro	2	1		2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1			2	8	6	2	
	Salvador	1			1															1	1	1
	São Paulo				1	1													11	17	13	11
		41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	Tot Sem*	Média Salas/Semana**	Máx. Salas***						
Turma da Mônica em Uma aventura no tempo	Belo Horizonte										2			14	3,6	14						
	Brasília		3	3					1	2	1	1	1	20	3,0	20						
	Curitiba	1	1								2	1	17	3,4	17							
	Porto Alegre					1					1	14	2,5	14								
	Recife												9	2,6	9							
	Rio de Janeiro				1	1	1					1	34	4,5	34							
	Salvador										1	19	1,5	19								
	São Paulo	4	4		5	3	4	3	2	12	12	17	12	30	9,4	30						

*Tot Sem - Total de Semanas: indica em quantas semanas o filme esteve em exibição por capital.

**Média Salas/Semana - corresponde ao número médio de salas em que o filme esteve em cartaz, por semana, por capital.

***Máx. Salas - corresponde ao maior número de salas em que o filme esteve em cartaz por capital.

****O Total geral indica por semana o número total de salas e nos campos "Tot Sem", "Média Salas/Semanas" e "Max. Salas" a respectiva média desses dados

Tabela 7 – Filmes por número de salas por semana cinematográfica em 2007. Fonte: Ancine

Desde a estreia, na sétima semana do ano, a Turma da Mônica permaneceu em cartaz em pelo menos uma sala até a trigésima primeira semana, ou seja, cerca de cinco meses contínuos em cartaz. Observamos que este número foi mantido, em grande parte, por causa do Rio de Janeiro.

Nos meses de setembro e outubro daquele ano, observamos um reaquecimento do volume de espectadores, certamente devido ao relançamento do

filme para o dia das crianças, garantindo o retorno às salas de exibição. Após este período, coube a São Paulo manter o filme em cartaz até o final do ano de 2007.

Obras exibidas em salas por semana e por UF - 2007

Quantidade de salas e número máximo de semanas em que cada filme ficou em cartaz

Título no Brasil	Belo Horizonte		Brasília		Curitiba		Porto Alegre	
	Salas	Sem.	Salas	Sem.	Salas	Sem.	Salas	Sem.
Turma da Mônica em Uma aventura no tempo	25	15	27	21	26	18	14	14
	Recife		Rio de Janeiro		Salvador		São Paulo	
	Salas	Sem.	Salas	Sem.	Salas	Sem.	Salas	Sem.
	15	9	77	34	17	19	110	31

Tabela 8 – Obras exibidas em salas por semana e por UF em 2007. Fonte: Ancine

De acordo com a tabela 8, *Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo* é o filme que ficou mais tempo em cartaz no ano de 2007. As 34 semanas representam recordes contra a média nacional, que é de 12 a 15 semanas para os filmes mais procurados. Esta animação chegou, ainda, a ser exibida em 110 salas em São Paulo e 77 no Rio de Janeiro, mantendo números bastante próximos aos filmes de outros gêneros.

Este sucesso é resultado das grandes parcerias que marcaram o projeto. A produção foi uma associação das empresas Diler & Associados Ltda, Maurício de Sousa Produções, Miravista e Labocine Digital. Analisaremos esta aliança, começando com a produtora proponente Diler & Associados.

Trata-se de uma produtora carioca, dedicada exclusivamente à produção de longas-metragens. A aposta da empresa é a diversificação, mas sempre respaldada por pesquisas qualitativas e estudos de viabilidade e audiência:

Produtor experiente no mercado, seu sócio majoritário, Diler Trindade, foi eleito pela revista Variety um dos 10 produtores mais promissores do mundo do cinema, tendo produzido 24 filmes de longa-metragem, totalizando mais de 30 milhões de espectadores e mais de 1,5 milhão de vídeos vendidos.¹¹

De acordo com os dados da Ancine (tabela 9), entre os anos de 1995 e 2009, a Diler & Associados respondeu pela produção de 23 filmes nacionais, sendo a empresa que mais captou no período, totalizando R\$ 86.148.605,15, movimentou

¹¹ Disponível em <<http://www.monica.com.br/mural/tempo.htm>> acesso em 10/11/11

mais renda R\$ 128.438.323,00 e conseguiu levar mais de 24 milhões de brasileiros aos cinemas para assistir filmes nacionais.

Série Histórica - Filmes Nacionais Lançados - 1995-2009

Filmes de longa-metragem brasileiros lançados em salas de exibição (1995-2009) ordenado por número de filmes produzidos por proponente

Gênero: Ficção e Animação

Proponente / Produtora	Número de Filmes	Total Captado	Renda	Público
Diler & Associados	23	86.148.605,15	128.438.323,00	24.695.113
Conspiração Filmes	14	51.647.100,01	85.575.426,32	11.873.834
Filmes do Equador	11	51.390.992,67	21.215.950,00	3.069.149
Videofilmes Produções Artísticas	11	24.518.687,21	16.179.874,86	2.810.611
Dezenove Som e Imagens Produções	8	11.994.129,71	665.127,00	120.553
O2 Produções Artísticas e Cinematográficas	8	30.753.677,26	33.001.141,00	5.045.960
Casa de Cinema de Porto Alegre	7	12.178.592,19	11.274.654,00	1.618.181
Total Entertainment	7	26.831.967,95	119.380.742,11	14.931.884
Globo Filmes	6	0,00	55.183.896,88	8.149.423
Lereby Produções	6	24.821.165,71	50.190.804,00	7.246.964
A.F. Cinema e Vídeo	5	13.467.661,00	4.189.565,00	916.506
Cinematográfica Superfilmes	5	7.389.935,40	1.471.671,00	270.781
Raccord Produções Artísticas e Cinematográficas	5	6.044.904,24	2.608.231,00	408.343

Tabela 9 – Filmes nacionais lançados entre 1995-2009, ordenado por número de filmes produzidos por proponente. Fonte: Ancine

A próxima empresa, também atuante como produtora, foi a Miravista, criada pela *major* The Walt Disney Company – Latin America, em 2002. Trata-se do selo cinematográfico da Buena Vista International para a América Latina, (exceto para a Argentina) sendo uma companhia especializada em produção em nível pan-regional, como se autodefinem¹². Sua principal função é realizar filmes de todos os gêneros, destinados ao cinema ou televisão, especialmente para os mercados brasileiros e mexicanos.

Por meio da associação com outras companhias de mídia regionais, a Miravista tem a possibilidade de criar conteúdo local. Uma característica dos filmes produzidos por ela é ter a distribuição sempre atribuída à *major* Buena Vista International, da qual falaremos adiante.

¹² Disponível em < <http://www.miravistafilms.com/portugues/index-flash.html> > acesso em 10/11/11

Encerra a equipe de produção a empresa carioca Labo Cine Digital. Conforme o *hotsite* do filme¹³ *Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo*, a empresa é:

[...] o mais completo laboratório cinematográfico da América Latina, através de sua Divisão Digital, montou o maior estúdio de animação do Brasil, trazendo ao mercado brasileiro agilidade e novas possibilidades para o desenvolvimento de projetos de animação em uma estrutura enxuta e compatível com a realidade do país.

Aliando mistura de técnicas e solucionando problemas de produção das animações, o objetivo é a geração de um produto final de qualidade num prazo hábil. Por ser laboratório, acompanha o filme até a sua etapa final, podendo ser a revelação em película ou matriz em digital.

Na atividade de distribuição, o elo entre a produção e a exibição, que inclui a negociação com o produtor (o que por vezes pode envolver participação na realização da obra, como a empresa Miravista neste caso) temos a elaboração da estratégia de lançamento, as ações de marketing, a negociação com os exibidores e o acompanhamento do desempenho comercial do título.

Como regra, os distribuidores tendem a concentrar seus esforços em um número restrito de títulos, identificados como de maior potencial comercial. O porte dos lançamentos depende também da expectativa dos exibidores quanto ao sucesso dos títulos, o que influencia seu interesse em exibi-los. A tabela 10 nos mostra a participação geral da Buena Vista na distribuição dos filmes nacionais:

¹³ Disponível em <<http://www.monica.com.br/mural/tempo.htm>> acesso em 10/11/11

Série Histórica - Filmes Nacionais Lançados - 1995-2009

Filmes de longa-metragem brasileiros lançados em salas de exibição (1995-2009) - ordenado por público e distribuidora

Gênero: Ficção e Animação

Distribuidora	Número de filmes	Renda	Público
Columbia	35	198.675.293,00	33.579.916
Fox	24	176.283.971,00	25.015.862
Warner	25	105.253.798,00	18.384.883
Lumière	14	67.699.230,00	11.140.372
Buena Vista	18	54.253.881,00	7.469.231
Imagem	11	27.795.872,97	3.333.275
Europa/ MAM	13	25.118.913,00	3.312.327
Downtown	18	27.246.979,48	3.153.731
S. Ribeiro/ Riofilme	9	12.493.038,00	2.773.464
Universal	2	20.803.676,00	2.478.966
Sony/ Downtown	1	18.092.043,00	2.099.294

Tabela 10 – Filmes nacionais lançados entre 1995-2009, ordenado por público e distribuidora. Fonte: Ancine

Com 18 títulos, entre os anos de 1995 e 2009, a Buena Vista já arrecadou quase 55 milhões de reais, levando cerca de sete milhões e meio de brasileiros às salas de cinema.

Série Histórica - Filmes Nacionais Lançados - 1995-2009

Renda por ano e distribuidora - ordenado por renda

Ano de Lançamento	Distribuidora	Renda (R\$)
2007	Universal	20.803.676,00
	Europa/ MAM	19.244.836,00
	Buena Vista	14.055.969,00
	Warner	5.382.788,00
	Fox	3.401.972,00
	Sony	1.833.982,00
	Filmes do Estação	1.792.883,00
	Downtown	1.406.240,00
	Videofilmes	926.945,00

Tabela 11 – Filmes nacionais lançados entre 1995-2009, ordenado por renda. Fonte: Ancine

Observando a tabela 11, em 2007, o total arrecadado conferiu à Buena Vista o terceiro lugar no ranking das distribuidoras, com quase o triplo do lucro da quarta colocada, a Warner.

Série Histórica - Filmes Nacionais Lançados - 1995-2009
Renda e público por distribuidora e título (ordem alfabética)

Distribuidora	Título	Diretor	Gênero
Buena Vista	1972	José Emílio Rondeau	Ficção
	A Dona da História	Daniel Filho	Ficção
	A Máquina	João Falcão	Ficção
	Caixa Dois	Bruno Barreto	Ficção
	Didi, O Caçador de Tesouros	Paulo Aragão e Marcus Figueiredo	Ficção
	Fica Comigo Esta Noite	João Falcão	Ficção
	Inesquecível	Paulo Sérgio Almeida	Ficção
	Jogo Subterrâneo - Underground Games	Roberto Gervitz	Ficção
	Muito gelo e dois dedos d'água	Daniel Filho	Ficção
	O Ano em que meus pais saíram de férias	Cao Hamburger	Ficção
	O Caminho das Nuvens	Vicente Amorim	Ficção
	O Casamento de Romeu e Julieta	Bruno Barreto	Ficção
	O Cavaleiro Didi e a Princesa Lili	Marcus Figueiredo	Ficção
	O magnata	Johnny Araujo	Ficção
	O primo Basílio	Daniel Filho	Ficção
	Solo Dios Sabe	Carlos Bolado	Ficção
	Turma da Mônica em Uma aventura no tempo	Maurício de Sousa	Animação
	Viva Voz	Paulo Morelli	Ficção

Tabela 12 - Filmes nacionais lançados entre 1995-2009, renda e público por distribuidora e título. Fonte: Ancine

A tabela 12 nos mostra que dentre os 18 filmes distribuídos pela empresa entre os anos de 1995 e 2009, apenas um título do gênero animação foi distribuído: Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo, investimento que reflete o respeito do mercado internacional pelo trabalho de Maurício de Sousa e a desconfiança por parte dos distribuidores, de apostar em animações nacionais nas salas de cinema.

Observamos na tabela 13, a estratégia de marketing da empresa distribuidora Buena Vista para o lançamento do título nos cinemas:

Classificação dos Títulos Brasileiros Lançados em 2007 por Renda e Público

	Título	Distribuidora	Cópias	Salas	Renda	Público
1	Tropa de elite	Universal	336	336	20.393.792	2.417.193
2	A grande família - O filme	Europa/MAM	246	262	15.476.242	2.027.385
3	O primo Basílio	Buena Vista	163	163	6.376.229	838.726
4	Turma da Mônica em Uma aventura no tempo	Buena Vista	153	160	3.925.049	531.656
5	O pai ó	Europa/MAM	100	100	3.136.833	383.253
6	O homem que desafiou o diabo	Warner	172	185	2.992.203	422.855
7	Cidade dos homens - O filme	Fox	129	163	2.236.643	282.085
8	Caixa 2	Buena Vista	153	153	2.105.386	247.292
9	O passado	Warner	50	50	1.599.330	173.412
10	Saneamento básico, o filme	Sony	58	58	1.472.475	190.656
11	O cheiro do ralo	Filmes do Estação	12	17	1.435.439	172.696
12	O magnata	Buena Vista	67	67	1.125.523	146.572

Tabela 13 – Classificação dos títulos brasileiros lançados em 2007 por renda e público. Fonte: Ancine

Conforme o exposto, foram produzidas 153 cópias, distribuídas entre 160 salas. A reprodução destes filmes em película é um procedimento caro, exigindo muito estudo e pesquisa acerca da viabilidade e manutenção do mesmo em exibição. O exibidor utiliza-se dos dados colhidos na estreia dos títulos para determinar a popularidade do filme, ou seja, a procura durante os primeiros dias em que o filme entra em cartaz torna-se fator determinante para sua permanência nos cinemas.

Na comparação com outros títulos distribuídos pela mesma empresa, podemos verificar, ainda de acordo com a tabela 13, que poucos títulos são apostas de público e renda. No caso da Buena Vista, para o ano de 2007, apenas três filmes possuem um número de cópias capaz de atingir muitos mercados consumidores e, portanto, possuem maior potencial para atrair o público nacional: O Primo Basílio, Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo e Caixa 2.

O que notamos foi o uso de uma estratégia diferente para a distribuição do filme de Maurício de Sousa. O título permanece em cartaz ao longo do ano persistindo até atingir um novo pico de público. Este modelo de distribuição e exibição pode ser uma saída para o cinema nacional, fugindo das engessadas práticas implantadas pelos distribuidores, que aferem a popularidade de um filme de acordo com a primeira semana de exibição. É importante perceber também que tal tática não pode ser aplicada a todos os filmes. Graças à união de empresas consagradas que este projeto estabeleceu desde a captação e por ser uma referência no imaginário

brasileiro, Maurício de Sousa conseguiu permanecer tanto tempo em cartaz, o que faz deste um caso único para o cinema de animação nacional.

2.3.2. Brichos

Lançado em 2007, o longa “Brichos”, do paranaense Paulo Munhoz é uma parceria entre a empresa produtora Tecnokena Audiovisual e multimídia (criada em 1998¹⁴) e a distribuidora Panda filmes. Na imagem abaixo, o detalhe da deliberação que aprovou a captação de recursos para o filme:

DELIBERAÇÃO Nº 125 DE 18 DE JUNHO DE 2004
(Publicada no Diário Oficial da União nº 117, de 21 de junho de 2004, Seção 1, folhas 13)

O DIRETOR- PRESIDENTE da ANCINE, no uso das atribuições legais conferidas pela Resolução de Diretoria Colegiada nº 03, de 12 de novembro de 2002, e em cumprimento ao disposto na Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, alterada pela Lei nº 10.454, de 13 de maio de 2002, e Decreto nº 4.456, de 04 de novembro de 2002, delibera:

Art. 1º - Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo, para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar recursos mediante doações ou patrocínios na forma prevista nos Arts. 25 e 26 da Lei nº 8.313/91

04-0121 – Brichos
Processo: 01580.004253/2004-73
Proponente: Tecnokena Audiovisual e Multimídia Ltda.
Cidade/UF: Curitiba / PR
CNPJ: 02.585.713/0001-90
Valor total do orçamento aprovado: R\$ 730.875,50
Valor Aprovado na Lei nº 8.313/91: R\$ 583.199,30
Banco: 001 - Agência: 3511-4 - Conta Corrente: 14.308-1
Período de captação: até 31/12/2004.

Figura 2 – Deliberação nº 125. Fonte: Diário Oficial da União

¹⁴ Disponível em <<http://www.tecnokena.com.br/>> acesso em 10/01/13

O período de captação desta obra foi adiado por três vezes, estendendo o prazo dos anos de 2004, quando foi aprovado, até 2007, quando foi lançado, ou seja, 3 anos depois.

No relatório liberado pela Ancine no ano de 2005, observamos (tabela 14) que até aquela data, foi captado um total de R\$ 113.639,80.

Nome do projeto	U F	PROPONENTE	RECURSOS LIBERADOS
Vocação do poder	RJ	Cinefilmes Ltda.	R\$ 137.000,00
Condor	RJ	Focus Films Ltda.	R\$ 120.000,00
Brichos	PR	Tecnokena Audiovisual e Multimídia Ltda	R\$ 116.639,80
Milton santos	RJ	Caliban Produções Cinematográficas Ltda.	R\$ 110.000,00

Tabela 14 – Recursos captados por proponente em 2005. Fonte: Relatório Ancine 2005

No relatório do ano seguinte, tabela 15, vemos destacado o valor captado à época, de R\$ 216.639,80.

#	NOME DO PROJETO	UF	PROPONENTE	VALOR CAPTADO (R\$)
127	Tamarindo	DF	Dharma Filmes e Produções Ltda EPP.	240.000,00
128	VÓRTICE	RJ	VIDEOFILMES PRODUÇÕES ARTÍSTICAS LTDA.	240.000,00
129	FRONTEIRA - O FILME	MG	Filmegraph Ltda.	232.504,00
130	O DIÁRIO DE NANÁ	SP	Radar Cinema e Televisão Ltda.	222.756,26
131	BRICHOS	PR	TECNOKENA AUDIOVISUAL E MULTIMÍDIA LTDA.	216.639,80

Tabela 15 – Recursos captados por proponente em 2006. Fonte: Relatório Ancine 2006

Como vemos na tabela 16, o montante total captado R\$ 763.199,00 não chegou ao total autorizado pelo governo, de R\$ 871.497,26; uma diferença de cento e dez mil reais.

**Longas-Metragens Brasileiros Lançados Comercialmente
no Mercado de Salas de Exibição**

Ano de Lançamento	Título	Valores Totais Autorizados*** (R\$)	Total Captado (R\$)	Renda (R\$)	Público
2007	Brichos	871.497,26	763.199,00	38.583,00	7.732

Tabela 16 – Longas-metragens brasileiros lançados comercialmente no mercado de salas de exibição no ano de 2007. Fonte: Ancine

De acordo com dados lançados em 2011, Brichos foi o primeiro (e até então único) projeto de longa da Tecnokena, como mostra a tabela 17, a seguir:

Valores Totais Captados por Produtora - Ficção e Animação - 1995 a 2011

Proponente / Produtora	Número de Títulos	Valor Total Captado (R\$)	Renda (R\$)	Público
Tecnokena Audiovisual e Multimídia	1	763.199,00	38.583,00	7.732

Tabela 17 – Valores totais captados por produtora para obras de ficção e animação entre os anos de 1995 a 2011. Fonte: Ancine

Foram lançados em 2007, um total de 78 filmes, dentre os quais dois longas de animação, sendo que um deles, Brichos, foi a primeira experiência da Tecnokena no setor. Esta informação nos mostra que o mercado de cinema de animação está em expansão. O barateamento dos equipamentos, a implantação da animação digital e as leis de incentivo governamentais trouxeram oportunidades, antes impensáveis para o produtor independente. Uma vez melhoradas as condições de produção, novas soluções para o setor de distribuição também precisam ser pensadas. Vejamos o caso de Brichos.

Lançado nos cinemas, este filme ficou na quadragésima sexta posição em relação à renda gerada pela sua exibição em salas de cinema (tabela 18), não atingindo 40 mil reais. Menos de 8 mil pessoas foram aos cinemas assistir este filme.

Classificação dos Títulos Brasileiros Lançados em 2007 por Renda e Público

	Título	Distribuidora	Cópias	Salas	Renda	Público
42	Oscar Niemeyer – A vida é um sopro	Pipa Produções	8	8	59.884	10.281
43	O passageiro - Segredos de Adulto	Califórnia	13	ND	42.865	5.478
44	Bem-vindo a São Paulo	Videofilmes	digital	10	40.803	4.774
45	Carreiras	Filmes do Estação	digital	8	39.768	5.374
46	Brichos	Panda Filmes	10	10	38.583	7.732
47	500 almas	Riofilme	3	3	26.489	3.833
48	Grupo Corpo 30 anos – Uma família brasileira	Riofilme	8	ND	24.479	2.743
49	Odiquê?	Filmes do Estação	5	5	23.951	3.204
50	Meteoro	Imovision	16	15	22.737	3.245

Tabela 18 – Classificação dos títulos brasileiros lançados em 2007 por renda e público. Fonte: Ancine

Observamos ainda na tabela 18, a estratégia da empresa distribuidora. A Panda Filmes¹⁵, criada em 2002, é uma empresa independente de Porto Alegre que produz e coproduz filmes de curta e longa metragem, séries de TV e publicidade.

Na área de distribuição, costuma optar por filmes latino-americanos e europeus. A tabela 19 nos dá a noção do que é uma empresa que está se estabelecendo no mercado, tendo distribuído, de 1995 a 2009, apenas 6 filmes, de variados gêneros:

Série Histórica - Filmes Nacionais Lançados - 1995-2009

Renda e público por distribuidora e título (ordem alfabética)

Distribuidora	Título	Diretor	Gênero	Renda (R\$)	Público
Panda Filmes	As cantoras do rádio	Gil Barone e Marcos Avellar	Documentário	13.195,63	2.984
	Brichos	Paulo Munhoz	Animação	38.583,00	7.732
	Mistérios	Beto Carminatti e Pedro Merege	Ficção	558,00	155
	Porto Alegre – Meu canto no mundo	Cícero Aragon e Jaime Lerner	Documentário	7.812,00	1.356
	Sem fio	Tiaraju Aronovich	Ficção	1.560,00	248
	Valsa para Bruno Stein	Paulo Nascimento	Ficção	28.837,50	5.140

Tabela 19 – Renda e público por distribuidora e título. Fonte: Ancine

Como vimos na tabela anterior (tabela 18), a estratégia da Panda para este longa foi realizar 10 cópias (como já dissemos, este é um processo bem mais caro que a exibição digital), e este baixo numero de cópias pode ter sido outro fator comprometedor das bilheterias.

Na tabela 20 podemos observar que o maior parque exibidor do longa foi Curitiba, onde permaneceu em cartaz por 13 semanas. Supomos que o apelo

¹⁵ Disponível em <<http://www.pandafilmes.com.br/empresa/>> acesso em 10/01/13

regional, uma vez que Brichos é paranaense, pode ter sido um dos fatores para o distribuidor insistir no mercado curitibano. Como de costume, a animação retorna durante a época de férias (semanas 31 a 35) e em outubro (semanas 40 a 42).

Filmes por Número de Salas por Semana Cinematográfica - 2007																					
Título no Brasil	Capital	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Brichos	Belo Horizonte										1										
	Brasília								1		1	1									
	Curitiba				1	2	2	3	2	3	2	2	2	1							
	Porto Alegre				1																
	Recife																				
	Rio de Janeiro					2	2	1	2	2											
	Salvador					1	1	1	2	1	1	1									
	São Paulo					5	2	1	2												
Capital		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
Belo Horizonte																					
Brasília																					
Curitiba																					1
Porto Alegre																					
Recife													1	1	1	1	1				
Rio de Janeiro																					
Salvador																					
São Paulo																					
Capital		41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	Tot Sem*	Média Salas/Semana**	Máx. Salas***					
Belo Horizonte														1	1,0	1					
Brasília														3	1,0	3					
Curitiba		1	1											13	1,8	13					
Porto Alegre														1	1,0	1					
Recife														5	1,0	5					
Rio de Janeiro														5	1,8	5					
Salvador														7	1,1	7					
São Paulo														4	2,5	5					

Tabela 20 – Filme por número de salas por semana cinematográfica no ano de 2007. Fonte: Ancine

O ano de 2007 foi um marco para a história do cinema de animação brasileiro. Pela primeira vez, foram lançados dois longas em animação nos cinemas nacionais. Paulo Munhoz seguiu abrindo caminho no mercado cinematográfico e lançou em dezembro de 2012, a continuação de seu primeiro filme: Brichos a floresta é nossa.

2.3.3. Brasil Animado

Originário da série televisiva *As Aventuras de Gui e Estopa*, o longa *Brasil Animado*, como falamos na primeira parte deste capítulo 2, é a primeira animação 3D brasileira. O filme é composto por imagens filmadas e animações.

De acordo com a sinopse contida no projeto aprovado para captação pela Ancine: “o filme mistura imagens reais com animação e mostra os personagens Stress e Relax percorrendo os estados do Brasil e mostrando de maneira divertida e animada tudo o que de mais bonito e curioso existe nesses lugares.”

A autorização para a captação de recursos pela diretora Mariana Caltabiano (figura 3), está reproduzida abaixo:

DELIBERAÇÃO Nº 68, DE 6 DE ABRIL DE 2009

Art. 3º Aprovar o projeto audiovisual relacionado abaixo, para o qual a proponente fica autorizada a captar recursos através da comercialização de certificados de investimento nos termos do art. 1º da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

09-0022- Brasil Animado

Processo: 01580.003461/2009-60

Proponente: Mariana Caltabiano Criações Ltda

Cidade/UF: São Paulo/SP

CNPJ: 01.833.200/0001-98

Valor total do orçamento aprovado: R\$ 1.106.749,38

Valor aprovado no artigo 1º da Lei nº 8.685/93: R\$ 1.051.411,91

Banco: 001- agência: 2962-9 conta corrente: 16.062-8

Aprovado na Reunião de Diretoria Colegiada nº. 303, realizada em 31/03/2009.

Prazo de captação: até 31/12/2009.

Art. 4º Esta Deliberação entra em vigor na data de sua publicação.

MANOEL RANGEL

Figura 3 – Deliberação nº 68. Fonte: Ancine

Como podemos observar, o documento libera inicialmente um orçamento pouco acima de um milhão de reais para a produção. Este valor é atualizado após duas renovações no prazo de captação, que se estende até 31 de dezembro de 2012, chegando aos valores da tabela 21, abaixo:

Valores Autorizados e Captados por Projeto - 1995 a 2011

Ano de Lançamento	Título	Valor Total Aprovado (R\$)	Valor Total Captado (R\$)	Renda (R\$)	Público
2011	Brasil Animado 3D	3.283.911,00	2.133.096,00	891.101,89	100.982
2011	Broder	2.993.661,92	2.616.800,00	371.686,59	37.092
2011	Bruna Surfistinha	5.998.111,52	4.227.223,69	19.965.570,51	2.166.461
2011	Capitães da Areia	9.015.019,82	5.797.997,73	1.466.337,00	166.071

Tabela 21 - Valores autorizados e captados por projeto entre os anos de 1995-2011. Fonte: Ancine

Deixando de captar mais de um milhão de reais, o filme foi realizado com a verba de R\$ 2.133.096,00. A produção é da empresa Mariana Caltabiano Criações Ltda, Imagem Filmes, Globo Filmes e Casablanca 3D. Trata-se do primeiro filme da empresa produtora entre os anos de 1995 a 2011, como consta na tabela 22.

Valores Totais Captados por Produtora - Ficção e Animação - 1995 a 2011

Proponente / Produtora	Número de Títulos	Valor Total Captado (R\$)	Renda (R\$)	Público
Mariana Caltabiano Criações Ltda.	1	2.133.096,00	891.101,89	100.982

Tabela 22 – Valores totais captados por produtora para os gêneros de ficção e animação entre os anos de 1995-2011. Fonte: Ancine

Brasil Animado estreou nas salas de cinema 3D do país em 21 de janeiro de 2011, com distribuição a de 186 cópias pela Imagem (Wmix). Em sua primeira semana de exibição¹⁶, Brasil Animado ficou na nona posição entre os vinte filmes mais assistidos do período (tabela 23), com um público de aproximadamente 55 mil pessoas e bilheteria de R\$ 635.601,00.

¹⁶ A partir de 2009, a Ancine passa a divulgar no portal O.C.A os dados do setor de distribuição discriminados semanalmente, por isso não apresentaremos os gráficos que resumem o desempenho da exibição de Brasil Animado como fizemos nos casos anteriores.

TOP 20 - Geral por público

#	Título	Distribuidora	Semanas	Cópias	Público	Renda (R\$)
1	O turista	Sony/Disney (Columbia)	Estreia	245	692.563	6.468.292,75
2	Enrolados	Sony/Disney (Columbia)	3	452	609.027	6.179.332,25
3	Zé Colméia - o filme	Warner	Estreia	232	533.204	4.833.524,00
4	De pernas pro ar	Downtown (Freespirit)	4	300	412.868	3.757.667,37
5	As viagens de Gulliver	Fox	2	420	371.847	3.792.093,00
6	Entrando numa fria maior ainda com a família	Paramount/Universal	3	250	150.163	1.473.814,00
7	Além da vida	Warner	3	99	101.144	1.121.663,00
8	Desenrola	Downtown (Freespirit)	2	123	95.062	799.004,86
9	Brasil animado 3D	Imagem (Wmix)	Estreia	186	54.448	635.601,00
10	Incontrolável	Fox	3	167	39.000	376.528,00
11	As crônicas de Nárnia: A viagem do Peregrino da Alvorada	Fox	7	142	38.282	265.146,00
12	Biutiful	Paris (SM)	Estreia	31	31.923	388.659,25
13	A rede social	Sony/Disney (Columbia)	8	70	22.309	219.480,25
14	Amor e outras drogas	Fox	Pré-estreia	96	21.522	210.384,00
15	Megamente	Paramount/Universal	8	111	16.070	88.141,00
16	A morte e vida de Charlie	Paramount/Universal	2	80	14.051	119.468,00
17	72 horas	Imagem (Wmix)	5	59	13.572	110.541,00
18	Tron - o legado	Sony/Disney (Columbia)	6	45	12.419	164.064,25
19	Tropa de elite 2	Zazen	16	29	7.513	59.375,87
20	As Aventuras de Sammy	Playarte	Pré-estreia	126	7.478	66.702,33

Tabela 23 – Classificação dos 20 filmes mais assistidos na semana de estreia do filme Brasil Animado, em 2011.

Fonte: Ancine

O sucesso da estreia, contudo, não perdurou. Já na segunda semana, o filme caiu para a décima oitava posição e somente retornou a este ranking (19º posição), na décima nona semana em cartaz, como publicado no informe de acompanhamento de mercado liberado pela Ancine¹⁷: “Brasil animado 3D, da Imagem (Wmix) tendo estreado em 21 de janeiro, volta ao ranking na 19ª colocação com 3.491 espectadores, devido a uma exibição especial com ingressos a preços populares.”

Estes números tornam a cair e temos, em seguida, mais dois picos de audiência. O primeiro na vigésima sexta semana do ano (de 24 a 30 de junho),

¹⁷ Disponível em <<http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2011/SAM22.pdf>> acesso em 14/10/12

quando alcança o décimo terceiro lugar do ranking Top 20 e o segundo, na trigésima terceira semana do ano, quando é o 17º colocado.

No geral, Brasil Animado permaneceu em cartaz durante quase todo o ano de 2011. O público ultrapassou os cem mil espectadores e a bilheteria foi de quase novecentos mil reais.

Distribuição em Salas - 2009 a 2011
Listagem de lançamentos por distribuidora - 2011

Distribuidora	Títulos	País	Salas	Público	Renda (R\$)
Imagem (Wmix)	Caça às Bruxas	EUA	248	1.494.487	13.594.087,99
	O Palhaço	Brasil	267	1.388.202	13.314.064,40
	Gnomeu e Julieta	Reino Unido	267	1.125.428	13.710.336,12
	Imortais	EUA	499	962.114	11.637.070,00
	Pânico 4	EUA	300	829.578	7.605.210,40
	Deu a Louca na Chapeuzinho 2	EUA	259	468.767	5.321.700,70
	Os Especialistas	EUA	157	366.650	3.592.375,30
	Reféns	EUA	197	349.506	3.526.986,34
	A Árvore da Vida	EUA	61	324.673	3.643.736,50
	Sem Limites	EUA	121	294.201	3.050.769,25
	Não Sei Como Ela Consegue	EUA	99	179.649	1.841.280,94
	Contra o Tempo	EUA	80	174.344	1.845.471,80
	O Vencedor	EUA	124	173.878	1.710.470,27
	Capitães de Areia	Brasil	119	166.071	1.466.337,00
	Não Se Preocupe, Nada Vai Dar Certo	Brasil	121	140.687	1.254.371,11
	Como Você Sabe	EUA	86	127.396	1.392.204,56
	Brasil Animado 3D	Brasil	188	100.982	891.101,89
	A Fera	EUA	64	95.695	984.392,00
	Assassino a Preço Fixo	EUA	91	83.360	757.612,50
	O Poder e a Lei	EUA	59	79.433	852.680,50
	Pronta para Amar	EUA	60	77.886	793.982,60
	Estamos Juntos	Brasil	42	30.469	253.216,43
	Entre Segredos e Mentiras	EUA	12	29.647	361.391,25
	Santa Paciência	Reino Unido	16	29.064	324.524,73
	A Chave de Sarah	França	17	22.164	232.914,35
	Corações Perdidos	Reino Unido	12	15.886	163.061,45
	Confiar	EUA	16	15.242	188.218,80
	Redenção	EUA	20	9.688	114.424,50
	A Antropóloga	Brasil	3	5.584	63.794,46
	Dawson Ilsa 10	Brasil	11	2.844	27.266,67
				9.163.575	94.515.054,81

Tabela 24 – Lançamentos por distribuidora em salas de cinema no ano de 2011. Fonte: Ancine

Em 2011, a Imagem (Wmix) lançou ao todo 30 títulos nas salas de cinema nacionais, dentre os quais 7 eram brasileiros (tabela 24). Analisando o número de cópias que o distribuidor colocou no mercado, podemos perceber a estratégia da Imagem (Wmix), que aposta no sucesso de *Brasil Animado*, o oitavo filme com melhor distribuição pela empresa, ou seja, com um grande número de cópias¹⁸.

Outros títulos também brasileiros, como “*Capitães de Areia*” e “*Não se preocupe, nada vai dar certo*”, ambos com menos cópias que *Brasil Animado*, tiveram mais sucesso, analisando quanto ao número superior de público e renda (tabela 24).

A análise de mercado destes filmes de animação brasileiros sugere o crescimento do campo audiovisual em todas as etapas da produção. Na captação vemos o aprimoramento das leis de incentivo governamentais, na produção, o estabelecimento de coproduções e parcerias, beneficiando as produtoras independentes e na distribuição, com o alargamento dos horizontes.

¹⁸ Os dados das tabelas fornecidas pela Ancine divergem quanto ao número exato de cópias, que variam entre 186 e 188.

2.4. Fundo Setorial do Audiovisual e as novas possibilidades

Grande parte do crescimento experimentado pelo mercado vem do aprimoramento das leis que regulam o setor, principalmente do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

Criado pela Lei nº 11.347, de 28 de dezembro de 2006, foi lançado oficialmente em 2008, quando abriu chamadas públicas. Seus recursos são oriundos da CONDECINE (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional), FISTEL (Fundo de Fiscalização das Telecomunicações) e das sobras de recursos captados pelas leis de incentivos fiscais que não foram utilizados.

Este Fundo é aplicado em diferentes linhas de ação, definidas por A, B, C e D. Na distribuição das verbas do Fundo Setorial, o mercado cinematográfico é representado por 3 dessas Linhas de Ação: a linha A, que abrange produção cinematográfica de longa-metragem, a linha C, para aquisição de Direitos de Distribuição, ou seja, investimento na aquisição de direitos de exploração comercial de obras cinematográficas de longa-metragem nos diversos segmentos de mercado visando à sua posterior distribuição e a linha D, de comercialização de obras cinematográficas de longa-metragem para cinema.

A linha B refere-se à produção independente para TV, definida pelo investimento na produção independente de obras audiovisuais seriadas ou de documentários com metragem superior a 52 minutos com destino inicial para o mercado de televisão, privada ou pública, aberta ou por assinatura.

A tabela 25, abaixo, mostra os valores disponibilizados por linhas de ação entre os anos de 2008 a 2012.

Investimentos disponibilizados para as Linhas de Ação de produção e distribuição

Foram disponibilizados, para as quatro edições lançadas contemplando as áreas de produção e distribuição audiovisual, investimentos em montante superior a R\$ 400 milhões, conforme demonstrado abaixo:

Recursos disponibilizados pelo FSA de 2008 a 2012					
Linha/ano	2008	2009	2010	2012	Total
Linha A	15.000.000	33.757.261	38.000.000	90.000.000	176.757.261
Linha B	7.000.000	17.757.261	20.000.000	55.000.000	99.757.261
Linha C	10.000.000	22.500.000	25.000.000	50.000.000	107.500.000
Linha D	5.000.000	7.500.000	5.000.000	10.000.000	27.500.000
Total	37.000.000	81.514.522	88.000.000	205.000.000	411.514.522

Última atualização: 27/12/2012

Tabela 25 – Investimentos disponibilizados para as linhas de ação de produção e distribuição entre os anos de 2008-2012. Fonte: Ancine

Comparando estes dados com os divulgados na tabela 26, onde encontramos o montante disponível para investimento nas linhas de ação, percebemos que sobraram verbas do Fundo.

Isto provavelmente ocorreu devido à ausência de projetos inscritos para concorrência pelas verbas ou devido a não habilitação dos projetos inscritos.

Valores investidos em cada linha de ação

Tabela – Investimentos em propostas selecionadas (2008-2010)				
Linha/ano*	2008/09*	2009/10*	2010/11*	Total
Linha A	14.999.999	39.251.439	34.000.000	88.251.438
Linha B	3.125.879	17.757.222	19.980.000	40.863.101
Linha C	10.000.000	22.495.700	25.000.000	57.495.700
Linha D	1.359.708	1.994.655	1.600.000	4.954.363
Total	29.485.586	81.499.016	80.580.000	191.564.602

* ano lançamento chamada pública / ano resultado final

Última atualização: 07/12/2012

Tabela 26 – Valores investidos em cada linha de ação do FSA entre os anos de 2008-2010. Fonte: Ancine

No gráfico abaixo, (figura 4¹⁹), percebemos a evolução do Fundo, que aprovou em 2008, apenas quatro projetos de animação. Em 2009 este número cresce para dezenove e em 2010, doze projetos são aprovados.

Perfil dos projetos contemplados (animação, documentário e ficção)

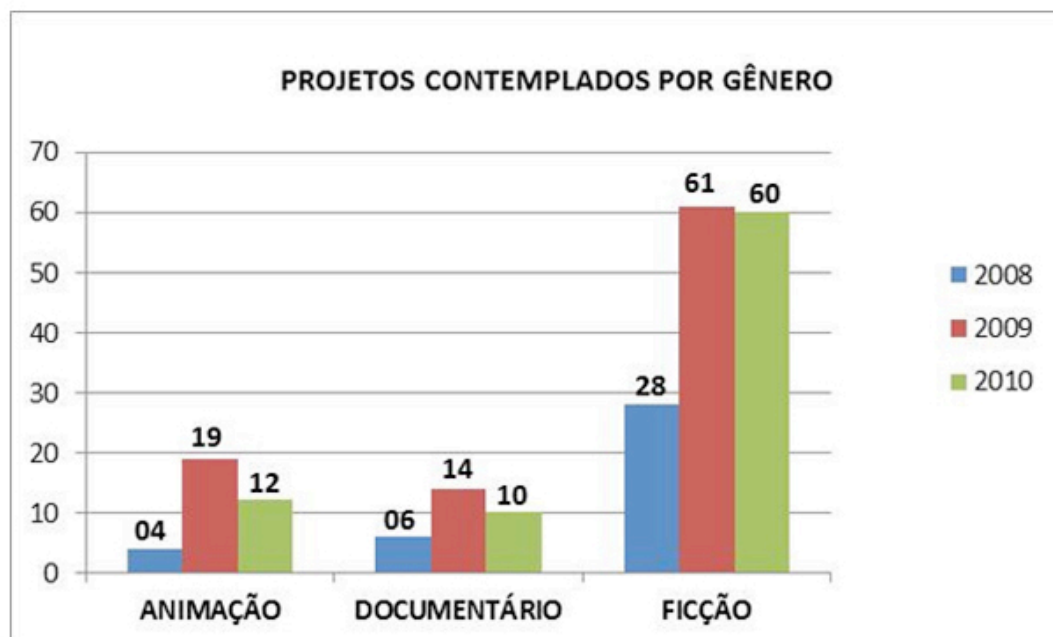


Figura 4 – Projetos contemplados por gênero entre 2008-2010. Fonte: Ancine

Quando especificados por linha de ação (Figura 5²⁰), percebemos que os projetos de animação que recebem maior investimento são os destinados para televisão, sejam longas ou seriados. Isto se deve à grande procura por material, uma vez que existem muitos canais destinados ao público infantil que possuem tal demanda.

¹⁹ Disponível em <<http://fsa.ancine.gov.br/resultados/desempenho/outros-resultados>> acesso em 12/01/13. Dados atualizados, de acordo com o site, em 26/06/12

²⁰ Disponível em <<http://fsa.ancine.gov.br/resultados/desempenho/outros-resultados>> acesso em 12/01/13. Dados atualizados, de acordo com o site, em 26/06/12

Evolução dos projetos contemplados por linha (a, b, c e d)

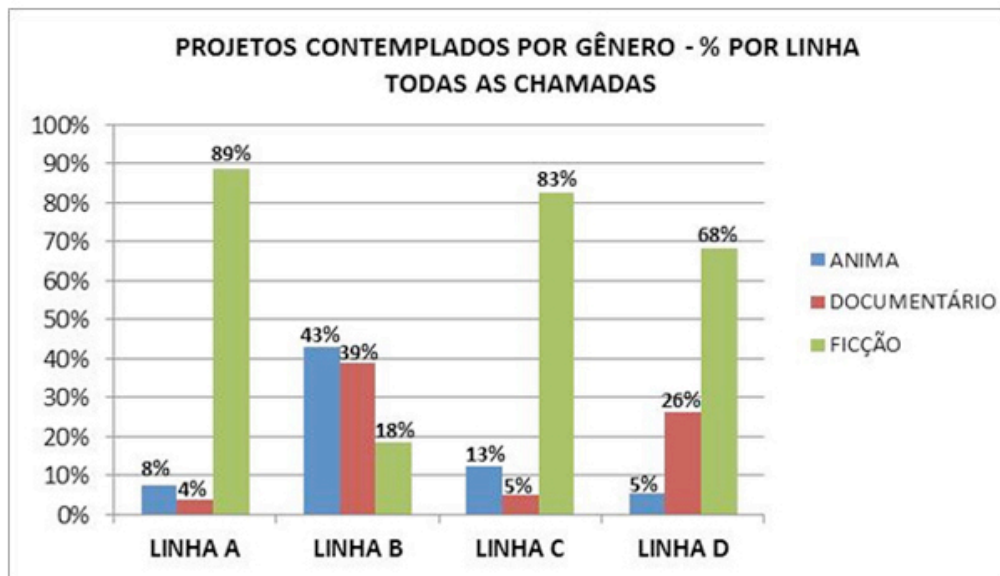


Figura 5 – Projetos contemplados por gênero e por linha em todas as chamadas. Fonte: Ancine

No entanto, é visível a procura pelo aumento da produção (linha A), distribuição (linha C) e exibição (linha D) de animações de longa-metragem nos cinemas brasileiros, o que refletirá na produção nacional em alguns anos.



Capítulo 3:

ANÁLISES FÍLMICAS