



Instituto de Ciências Sociais
Departamento de Sociologia
Bacharelado em Sociologia

**A expansão do mercado de animação brasileira: condições de
possibilidade que favoreceram o crescimento da produção de longas-
metragens animados no Brasil no século XXI**

Aluna: Flávia da Costa Ferreira Mendonça.
Orientador: Prof. Dr. Edson Silva de Farias.

Brasília
2017



Instituto de Ciências Sociais
Departamento de Sociologia
Bacharelado em Sociologia

A expansão do mercado de animação brasileira: condições de possibilidade que favoreceram o crescimento da produção de longas-metragens animados no Brasil no século XXI

Aluna: Flávia da Costa Ferreira Mendonça.
Orientador: Prof. Dr. Edson Silva de Farias.

Monografia apresentada no Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Sociologia sob orientação do professor Dr. Edson Silva de Farias.

Brasília
2017



Instituto de Ciências Sociais
Departamento de Sociologia
Bacharelado em Sociologia

Monografia apresentada no Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Sociologia sob orientação do professor Dr. Edson Silva de Farias.

A expansão do mercado de animação brasileira: condições de possibilidade que favoreceram o crescimento da produção de longas-metragens animados no Brasil no século XXI

Aluna: Flávia da Costa Ferreira Mendonça
Orientador: Prof. Dr. Edson Silva de Farias

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Edson Silva de Farias
Orientador
(Universidade de Brasília)

Prof. Dr. Elder Patrick Maia Alves
Examinador
(Universidade Federal de Alagoas)

Brasília, 06 de dezembro de 2017

Brasília
2017

Dedico este trabalho de conclusão de curso aos meus pais,
Patrícia Villa da Costa Ferreira Mendonça e
Carlos Alberto Costa Mendonça,
amores maiores.

Também dedicado a uma das responsáveis pela creche
Alecrim, na cidade Estrutural, que, numa visitação, relatou-me ter
recusado os livros da “Alice no país das maravilhas”, já que ali não era o
país das maravilhas.

“A cinematografia nacional – À primeira vista parece que a arte cinematográfica possui entre nós todas as facilidades para desenvolver-se. No entanto, **malgrado todos os esforços, permanece encruada nas faixas infantis**. Uma por uma naufragam as tentativas ou, quando sobrevivem, entram a vegetar em vidinha toliça. **Porque cinco minutos de palestra com qualquer apaixonado da arte que já tenha essa indústria esclarecem o caso**. A cinematografia nacional tem contra si, além dos mil obstáculos inevitáveis à implantação de uma indústria nova em nosso meio, outros obstáculos criados pela má vontade dos homens. Aos primeiros obstáculos naturais – falta de artistas, falta de técnicos, falta de dinheiro – o tempo e a tenacidade venceriam. Atores: tem-nos hoje nos Estados Unidos, mas não os tinha no início. Atores formam-se com o tempo. Assim também os diretores de cena. Uns e outros surgem espontaneamente à medida que a indústria toma vulto e começa a apresentar lucros razoáveis. Só o fator tempo os cria [...]. Vê-se pois que os obstáculos naturais que se observam aqui não são peculiares ao nosso meio, e sim comuns a todos os povos. E como foram removidos lá, também o seriam entre nós. Restam agora os segundos obstáculos, opostos pelas empresas de exibição. Essas empresas, olhando apenas o lucro imediato, não cogitam do desenvolvimento da cinematografia nacional. – Ora, se os obstáculos naturais são expugnáveis à força de trabalho e dedicação, estes são invencíveis. A base da vitória estaria justamente num entendimento amigável entre os exibidores e os produtores. Do contrário não há o que fazer. Só uma medida legislativa teria força para dar fôlego ao cinema nacional. E conta que um projeto existe em elaboração no Congresso Federal, com elementos capazes de amparar a nascente indústria cinematográfica do país. Por essa lei, os cinemas serão obrigados, sob pena de um agravamento sério de taxas, a incluir nos programas ao menos uma fita nacional por semana. É fácil compreender o alcance dessa medida. Os exibidores, a fim de fugir à taxa, agirão, ao inverso de hoje, estimulando a produção interna. Nascerá a procura e em consequência disso a produção de filmes brasileiros, crescendo de vulto, irá de melhoria em melhoria até a vitória. (O Estado de S. Paulo, 19/11/1920 apud BERNARDET, 2009, p. 50).

Agradeço, primeiramente, aos meus professores da UnB e do ensino fundamental e médio; profissionais que me abriram portas mentais que eu não sabia existirem. Agradeço, especialmente, ao professor Edson Silva de Farias, que me permitiu participar do seu grupo de estudos e instiga a querer conhecer mais e mais do universo sociológico. À professora Marisa Veloso, por me incentivar a trilhar pela Sociologia, e à professora Kelly Silva, que me ensinou tanto em suas aulas. À professora Tânia Mara o meu muitíssimo obrigada pelas ajudas prestadas como coordenadora de graduação do SOL.

Agradeço também aos meus amigos da graduação, em especial à Lívia Martins, Beatriz Franco, Amanda Ayres, Amanda Sanfilippo, João Pedro Vazquez, Bernardo (Bedo), Luiz Gabriel Madureira, Mateus Paula, Artur André Lins, Beatriz Lima Ribeiro, Beatriz Sabô, Ângelo Moreira, Daniel Saran, Clara Smith, Bruna Alencar, Pedro Momag e Lucas Oliveira, e àqueles que eu cultivei durante esses 22 anos, como a minha irmã Maria Cristine Lindoso: vocês me trouxeram conforto, sabedoria e saúde mental durante toda a graduação. Amo vocês. Não poderia deixar de estender os meus agradecimentos a todos os meus amigos da Cordel de Mangaio gestão 2014 – agradeço por me permitirem o meu enraizamento na UnB.

Ao Gabriel, estudante da UnB e funcionário da BCE, por ter me ajudado na busca de livros que se encontravam perdidos pelo amplo acervo da biblioteca.

Aos amigos que compartilharam momentos comigo na DPT da Funai, em especial à Carolina Santana e ao Marcelo Romão.

Ao pessoal do grupo de estudos coordenado pelo professor Edson Silva de Farias, especialmente ao Artur Guimarães, Vinícius Dino e Bruno Gontyjo.

Ao pessoal do XXI Seminário do CMD, realizado em Fortaleza neste 2017, que me trouxe incontáveis aprendizados na área de Sociologia da Cultura; especialmente ao professor Elder Patrick Maia Alves, cujos trabalhos me permitiram *insights* e reflexões essenciais.

Aos animadores, pesquisadores e trabalhadores em geral de cinema de animação, o meu muitíssimo obrigada. O trabalho de vocês é cativante, sem dúvidas – e a inspiração para o meu trabalho final. César Coelho, Marcos Magalhães, Itamony Barros, Alba Liberato, Cândida Liberato, Priscila Severo (da ABCA) e Cristiane Fariah, a vocês, os meus

sinceros agradecimentos. Obrigada pelas entrevistas, pelos *e-mails* e pela atenção compartilhada. Eu tive a sorte de estabelecer contato com pessoas e profissionais cativantes.

Por fim, agradeço novamente aos meus pais, Patrícia Ferreira e Carlos Mendonça, amores dessa e de outras vidas, e a toda minha família, núcleo de amor e respeito mútuos.

Às minhas avós, Mercedes e Neide, gostaria que vocês tivessem podido trilhar o caminho profissional que sempre desejaram.

Não menos importante, ao momento presente, aos encontros e acasos, à poesia que é viver, aos filmes, às músicas, aos livros e ao encantamento popular; à vida!

Resumo

Nos últimos anos, foram veiculadas notícias em jornais e revistas eletrônicas que apontavam o “boom” da animação brasileira. A análise desses materiais e de entrevistas concedidas por animadores sobre a questão da efervescência da produção de animação no Brasil, são indicativos de dois formatos que ganharam destaque recentemente: o longa-metragem e as séries para televisão fechada. Este crescimento da produção de conteúdos audiovisuais nacionalmente está diretamente relacionado àquilo que o sociólogo Elder Alves (2016) denominou de *agentes estatais de mercado*. Isto significa dizer que, em um determinado momento, o Estado brasileiro reassumiu a posição de apoiador direto do audiovisual nacional: das produtoras, distribuidoras e exibidores. Este trabalho, portanto, busca pensar o “boom” a partir de algumas das condições de possibilidade que permitiram a sementeira do cinema de animação brasileiro pelo país, tendo em vista que o crescimento do mercado implica a existência de fazedores de animação no Brasil.

Palavras-chave: Animação brasileira. Audiovisual nacional. Agentes estatais de mercado. Longas-metragens. Bens simbólicos.

Abstract

In recent years, news stories have been published in newspapers and electronic magazines pointing at the "boom" of Brazilian animation. The analysis of these materials and interviews given by animators on the effervescence of animation production in Brazil, confirms two formats that have gained prominence for some time now: featured film and series for closed television. This growth in the national production of audiovisual content is directly related to what the sociologist Elder Alves (2016) has called *state market agents*. This means that, from a given moment, the Brazilian State reassumed the main direct supporter of the national audiovisual: of producers, distributors and exhibitors. This work, therefore, seeks to understand the "boom" from some of the possible conditions that allowed the widespread of the Brazilian animated cinema around the country, considering that the market growth implies the existence of animators in Brazil.

Keywords: Brazilian animation. National audiovisual. State market agents. Feature films. Symbolic goods.

Sumário

Introdução	10
1. O cinema como síntese da reprodutibilidade técnica	17
1.1 A reprodutibilidade técnica: o cinema em evidencia	27
1.2 O Filme de Animação	29
2. O cinema de animação no período da Embrafilme	32
2.1 Embrafilme	37
2.1.1 Aprendizagens <i>pele e para</i> o cinema de animação	43
2.2 Maurício de Sousa	49
2.3 Os Liberato	59
3. O <i>boom</i> da produção de animação no Brasil	64
3.1 Primeiramente, o <i>boom</i> estético	64
3.2 O modelo das agências reguladoras	68
3.3 A animação brasileira no século XXI	69
3.4 Os Agentes Estatais de Mercado	74
4. Considerações Finais	77
5. Referências Bibliográficas	79

Introdução

Nos últimos anos, jornais e revistas eletrônicos veicularam notícias sobre o *boom*, isto é, o crescimento da produção de longas-metragens de animação brasileiros. O motivo disso só se justifica quando regressamos a momentos sócio-históricos passados, em que se observam trajetórias trilhadas por animadores e que contribuem à consolidação, em um futuro próximo, da cinematografia de animação nacional. Foram trajetórias de aprendizados, incorporações de saberes e práticas em cinema de animação que desembocam na possibilidade da produção continuada do fazer animação no Brasil.

O cinema e a televisão, por exemplo, serviram como suportes de aprendizagem em cinema de animação para diversos animadores brasileiros, como também desempenharam este papel cursos e festivais de cinema. Desta forma, indivíduos espalhados pelo país puderam se apropriar de técnicas, linguagens e trajetórias da cinematografia de animação mundial adaptando-as às realidades brasileiras. Aqui fala-se, sobretudo, da influência de Hollywood¹ e das produções canadense e europeia de animação. Isto significa dizer que puderam criar seus próprios personagens e histórias atrelados às vivências constitutivas de subjetividades e identidades particulares.

Momentos emblemáticos para o cinema nacional, em se tratando das possibilidades de criação e produção nos mais diversos gêneros (ficção, documental e etc.), foram também importantes para o desenvolvimento da cinematografia de animação brasileira, como quando da criação de uma Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), em 1969, e de uma Agência Nacional do Cinema (Ancine), em 2001.

Tendo em vista este contexto, o presente trabalho pretende o enfoque em alguns momentos dos percursos de fazedores de cinema de animação nacionalmente que auxiliaram a semear a arte pelo país e a evidenciar o cinema de animação brasileiro nos mercados nacional e internacional.

Não obstante, as séries de televisão de animação brasileiras foram as principais responsáveis pela quantidade de notícias veiculadas em âmbito nacional, nas duas primeiras décadas do século XXI², sobre o *boom* da produção de animação no país. Puderam ser produzidas devido, entre outros fatores, à cota de tela criada pela Lei

¹ Principalmente da *The Walt Disney Company* [A Companhia Walt Disney], e dos setores de animação da *Warner Bros.* e da *MGM* (CAETANO, 2013, p. 7 *apud Filme e Cultura*, nº 60).

² Para o recorte cronológico supracitado, entende-se dos anos 2000 a 2017.

12.485/11, que prevê a soma mínima de três horas e trinta minutos de conteúdos nacionais a serem exibidos semanalmente nos horários nobres dos canais da televisão à cabo. Produz-se conteúdos audiovisuais como nunca antes, uma vez que cresce a demanda por essas produções (ALVES, 2016, p. 485).

Todavia, ainda que as séries de animação para a televisão tenham sido o alvo das notícias sobre o crescimento da produção de animação brasileira, mais de 30 filmes³ de animação em longa-metragem foram produzidos nas duas primeiras décadas do século XXI, o que nos encaminha pensarmos sobre as dinâmicas que permitiram este crescimento da produção nos mais diversos formatos; ainda que este trabalho se dedique mais detidamente ao longa-metragem⁴, para fins de comparação da produção de animação nacionalmente em dois momentos de presença significativa do Estado brasileiro na esfera cultural.

E não só os canais da televisão por assinatura têm absorvido em maior quantidade estes conteúdos. Com o crescimento do número de salas de cinema de *shopping* no Brasil⁵, a constante realização de festivais nacionais e internacionais para o cinema, e a evolução das plataformas digitais⁶, a demanda por mais conteúdos audiovisuais e, por conseguinte, por mais animação, tem feito com que se produza em maior quantidade produtos de qualidade, gerando alternativas para a comercialização desses filmes que visam não só às salas de cinema como janelas exibidoras.

³ No “Gráfico 1” desse estudo – que será exibido em seguida – constam, de 2001 a 2017, 29 filmes de animação brasileiros, em longa-metragem, que foram exibidos nos cinemas nacionais. Isto porque nem todos os filmes produzidos decidem por, ou conseguem, estrear nas salas de exibição do país, como é o caso de *Morte e Vida Severina* (2010) e *Annunaki - Mensageiros do Vento* (2014).

⁴ Em 2013 e 2014, dois filmes de animação brasileiros em longa-metragem, *Uma História de Amor e Fúria* (2013), de Luiz Bolognesi, e *O Menino e o Mundo* (2014), de Alê Abreu, ganharam os prêmios máximos do Festival de Annecy, na França, tido como o maior festival de animação do mundo, além de *O Menino e o Mundo* ter concorrido no festival norte-americano *Oscar*, em 2016, na categoria de melhor animação – o primeiro filme latino-americano a concorrer pela categoria.

⁵ Chegando, no ano 2016, à quantidade de 3.160 salas de cinema. Dados disponíveis no site: <https://oca.ancine.gov.br/>, contidos no material intitulado “Segmento de Salas de Exibição, Informe Anual”, de 2016. Acessado pela última vez em: 03/10/17.

⁶ Com as novas tecnologias de *streaming* e aplicativos para dispositivos móveis. *Streaming* é “a atividade de escutar ou assistir som ou vídeo diretamente da *internet*” [tradução livre]. Informação obtida no site: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/streaming>. Acessado pela última vez em: 26/11/2017.

Ainda, a verba federal para a produção de conteúdos audiovisuais cresceu exponencialmente a partir de 2011, sobretudo com a promulgação da lei citada anteriormente, qual seja, a de número 12.485, publicada em 12 de setembro de 2011, que favoreceu indiretamente o cinema (ALVES, 2016; BALLERINI, 2012, p. 151). Sendo assim, não seria possível incentivar o cinema de animação brasileiro sem que existissem fazedores de animação no Brasil, que remete àqueles que praticaram a arte durante o transcorrer de todo o século XX – entre altos e baixos.

Aqui, utiliza-se como referência teórico-metodológica uma das obras de Norbert Elias (2002), autor que se preocupou com a análise de processos de longa duração para a compreensão de seus objetos de estudo. Mais especificamente, faço uso, como subsídio analítico, de três conceitos, quais sejam, os de “símbolo”, “desenvolvimento” e “aprendizagem”, como trabalhados por Elias em seu livro *Teoria Simbólica* (2002), sobre a “síntese da condição humana” (FARIAS, 2012, p. 7) que permitem os símbolos, uma vez que são o conhecido sintetizado e inscrito em lógicas localizadas de standardização. O que significa dizer que esse trabalho de conclusão de curso se inscreve nas práticas de pesquisa – todavia, privilegiando as incursões analíticas *eliasianas* e *benjaminianas* –, que articulam saberes sobre “memória, saber incorporado (*habitus*), trajetórias e práticas (expressividades e sociabilidades)” (GUSMÃO; SANTOS, 2015, p. 26).

E buscando pensar o processo de simbolizar⁷ como oriundo do acesso desigual, que tem os indivíduos em suas localidades, ao arcabouço de saberes de uma língua (ou de línguas), propõe-se refletir sobre o cinema como sendo a arte síntese da modernidade cultural que se consolida no século XX, em que a “reprodutibilidade técnica da obra de arte”, de que trata Walter Benjamin em *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica* (2014), se generaliza por entre as artes. Isto significa dizer que o suporte técnico cinematográfico – “tela (...) e procedimentos de projeção” (BENJAMIN, 2014, p. 104) –, e os filmes nele veiculados, “denuncia” historicidades particulares ao significar recurso expressivo pelo uso de imagens como meio de evidenciação de símbolos.

⁷ Elias se refere a tornar o desconhecido, conhecido. O que, segundo ao autor, só pode ser feito mediante o acesso a conhecimentos sintetizados na forma de **símbolos linguísticos**, que permitem colocar em suspenso o conhecido, já que o processo de conhecer (pensar e sintetizar) é uma constante no desenvolvimento social humano, o que enseja reelaborações contínuas sobre a experiência passada, presente e futura.

Da mesma forma que Elias (2002) confere centralidade ao conceito de “desenvolvimento” em sua obra, Benjamin (2014) explica ser o cinema uma forma de arte “madura”, produto de “três linhas de desenvolvimento”. Assim sendo, o apontamento que faz Elias, sobre a dinâmica de “desenvolvimento” acometer tudo aquilo que é propriamente humano, é ilustrado por Benjamin quando o autor elucida sobre os desenvolvimentos da técnica, do efeito e da recepção que resultaram na forma cinema.

Desta maneira, não seria possível falar apenas do crescimento localizado da produção de animação nacionalmente – mais especificamente de longas-metragens de animação –, sem que fossem observados alguns **momentos de trajetórias** para um maior entendimento do **desenvolver** de uma filmografia de animação brasileira. Assim sendo, analisar este percurso histórico da arte animada no Brasil implica o encontro com artistas, como Maurício de Sousa, Chico e Alba Liberato, Marcos Magalhães e César Coelho; dentre tantos outros.

Dos cinco citados, apenas Maurício de Sousa e os Liberato⁸ produziram longas-metragens de animação nacionalmente. Contudo, ainda que Marcos Magalhães e César Coelho não tenham produzido longas, a criação de filmes de animação em curta e média metragens os permitiu estabelecerem vínculos pelo e para o cinema animação. São, ambos, criadores, juntamente com Léa Zagury e Aída Queiroz, do maior festival de animação da América Latina, o festival internacional “Anima Mundi”⁹, plataforma de exibição importante para filmes de animação “independentes”, em curta, média e longa metragens, produzidos nacionalmente, como *Ritos de Passagem* (2012), segundo longa-metragem dos Liberato e primeiro exibido no festival¹⁰.

⁸ A partir deste ponto, utilizarei o termo “os Liberato” para me referir aos artistas plásticos e audiovisuais baianos Chico Liberato e Alba Liberato, produtores de “12 filmes de curta-metragem, um média e dois longas”. Chico Liberato foi diretor de *Boi Aruá* (1984) e *Ritos de Passagem* (2012), e Alba Liberato a roteirista dos dois filmes. Informação disponível em: <http://cadernodecinema.com.br/blog/a-animacao-brasileira-no-armario/>. Acessada pela última vez em: 01/10/2017.

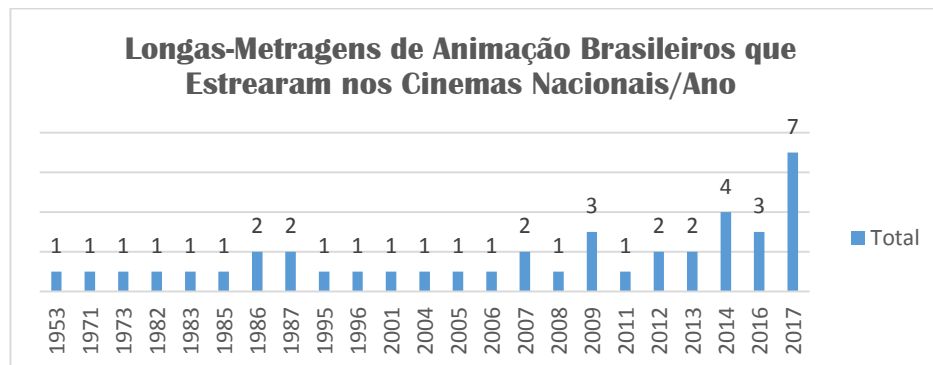
⁹ A primeira edição do encontro ocorreu no Centro Cultural do Banco do Brasil (CCBB) do Rio de Janeiro, em 1993, ainda como mostra internacional de animação. Somente em 1998, torna-se um festival de animação, o Anima Mundi, “com a inclusão da modalidade competitiva” (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, p. 11).

¹⁰ Informação concedida por Alba Liberato, em 04/11/2017.

Na década de 1980, foram produzidos sete longas-metragens de animação nacionalmente, tendo Maurício de Sousa produzido seis dos sete longas¹¹ e os Liberato um longa. Esta quantidade de filmes de animação só voltaria a ser produzida e ultrapassada no século XXI, devido a uma confluência de fatores brevemente citados e que serão melhor trabalhados no capítulo três deste estudo, o que tem a ver, principalmente, com as discussões, em nível transnacional, acerca da centralidade que ocupa a produção de bens culturais, e o insumo criativo, para o desenvolvimento econômico e social dos países. Ou seja, a reflexão proposta se insere na temática de debates sobre a economia simbólica no capitalismo global (FARIAS, 2012, pp. 9 e 10).

O gráfico abaixo (Gráfico 1) compila a informação apresentada no início do parágrafo anterior e demonstra que nos dois períodos de incentivo estatal intensivo ao cinema brasileiro – períodos Embrafilme (1969-1990) e Ancine (2001-) –, a produção de longas-metragens de animação pôde se desenvolver; o que sugere que a produção de filmes em longa-metragem no país – nos mais diversos gêneros –, está atrelada ao incentivo estatal direto e indireto¹².

Gráfico 1. Longas-Metragens de Animação Brasileiros que Estrearam nos Cinemas Nacionais por Ano.



Fonte: produção da autora.

¹¹ O filme *Os Trapalhões no rabo do cometa* (1986) é um longa-metragem que intercala cenas em *live action* [“ação ao vivo”] e animação. Foi produzido por Maurício de Sousa com o apoio e participação dos Trapalhões. “Em dezembro de 1985 o filme ficou pronto. A matriz seguiu para a Embrafilme, que se encarregaria da distribuição nos cinemas. Assim, a partir de janeiro de 1986, durante as férias escolares, a criançada pôde se divertir com o novo longa-metragem dos Trapalhões” (SOUSA, 2017, pp. 186 e 187).

¹² Os principais patrocínios estatais indiretos (LEITE, 2005, p. 123 *apud* BALLERINI, 2012, p. 40), via recursos incentivados, ou benefícios fiscais, existentes na atualidade, ocorrem mediante a Lei Rouanet nº 8.313/91 e a Lei do Audiovisual nº 8.685/93. Ainda que, como explicita a cientista política Anita Simis (2009, p. 12): “várias das empresas que aplicaram recursos em atividades culturais eram estatais (...). Em 1997, onze estatais estavam entre os vinte maiores investidores que utilizaram a Rouanet. Em outras palavras, quem financiou a produção foi o contribuinte embora a fama tenha sido creditada à iniciativa privada”.

Recorrendo ao livro do cientista social Renato Ortiz *A Moderna Tradição Brasileira* (1988), mais especificamente ao capítulo intitulado “O mercado de bens simbólicos”, poderíamos incorrer em uma interpretação que considerasse este desenvolvimento gradual do cinema de animação brasileiro “tardio” frente ao ocorrido em outros países do globo, como Estados Unidos¹³ e Canadá. Contudo, Ortiz evidencia na obra que a sua intenção teórico-analítica não é a de pensar o desenvolvimento de bens simbólicos¹⁴ no país pela via da ideologia do progresso¹⁵, uma vez que, para o autor, não existe o “lá” da pergunta à ele posta uma vez e que o questionava sobre o seguinte: “A gente vai chegar lá?”¹⁶.

Deste modo, entender a singularidade do processo contornando a “moral do êxito”¹⁷ parece ser mais profícuo e justo com a animação nacional, afinal de contas, os curtas-metragens de animação foram produzidos à pleno vapor (quantitativa e qualitativamente falando) durante o transcorrer de todo o século XX no Brasil, por indivíduos que não mediram esforços físicos e financeiros para a sua produção.

¹³ Ortiz observa ao longo de todo o livro o despontar de uma indústria cultural brasileira, que irrompe quando há maior produção e diversidade de bens simbólicos sendo ofertados e consumidos, em comparação com a produção dos mesmos bens em outras partes do mundo.

¹⁴ Bens simbólicos ou bens culturais são “ofertas de narrativas”, como “as peças teatrais, os filmes e os livros”, que envolvem “uma dimensão simbólica que aponta para problemas ideológicos, expressam uma aspiração, um elemento político embutido no próprio produto veiculado”, ou seja, “a cultura envolve uma relação de poder” (ORTIZ, 1988, pp. 114-116).

¹⁵ “Não estou com isso sugerindo que a história da cultura na periferia deva repetir o destino que teve nos países centrais (inclusive porque essa história é distinta na Europa), mas apontar para o fato de que **determinadas mudanças estruturais levam necessariamente a certos fenômenos que me parecem ser internacionais**. A constituição de uma sociedade de consumo nos Estados Unidos dos anos 30 tem traços semelhantes às mudanças que se consolidam no Brasil anos depois” (ORTIZ, 1988, p. 144 – negritos meus).

¹⁶ Anotações da conferência de abertura ministrada pelo professor Renato Ortiz no “I Encontro Brasileiro de Pesquisadores em Arte e Cultura nas Ciências Sociais”, que ocorreu no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Brasília (ICS-UnB) entre os dias 19 a 21 de setembro de 2017.

¹⁷ Este termo apareceu na fala de Eduardo Gruner, filósofo argentino, quando em 2011 ele ministrou uma conferência no seminário “Revoluções: uma política do sensível”, ocorrido em 20 de maio, no SESC Pinheiros, em São Paulo. “Diremos, pois, que é mais uma daquelas ‘revoluções’ fracassadas? Diríamos que sim, se seguíssemos deixando nos interpelar pela moral do êxito, e pela ideia do passado que ela supõe. Mas se pudéssemos escutar, por exemplo, como o signifiante negritude recupera fragmentariamente os trapos destas vozes originárias no “instante do perigo”; se pudéssemos perceber os ecos e ressonâncias destas vozes hoje aparentemente vencidas nos ritmos da poesia, nas síncopes entrecortadas da música, nas entrelinhas da narração, nas margens borradas da pintura, nas disrupções da montagem cinematográfica, se pudéssemos fazer isto, digo, talvez pudéssemos inscrever na brecha entre os significantes arte e revolução um desejo que se alimenta da, e não se paralise pela, perda de sua causa. Talvez assim, quem sabe, pudéssemos ‘fracassar’ cada vez melhor, e talvez, só talvez, começar a pôr nossos mortos a salvo” (GRUNER *apud* XAVIER, 2011, p. 2-3).

Logo, ao se pensar o cinema de animação como maneira específica de comunicação de símbolos, ou seja, uma via possível de contação de histórias, com possibilidades múltiplas de se chegar ao material final – o filme –, o que tem a ver com o aperfeiçoamento e a experimentação de técnicas mediante a aprendizagem de saberes e fazeres, é viável a proposição da seguinte questão: por que houve um despontar da animação produzida nacionalmente nas primeiras duas décadas do século XXI, quando da maior circulação de longas-metragens animados brasileiros nacional e internacionalmente?

Propõe-se refletir sobre quais os recursos que foram necessários para a irrupção da arte e que apenas começavam a circular no Brasil no século XX, ainda que os insumos criatividade e disposição estivessem presentes entre os brasileiros, como também entre indivíduos de outros países do globo. É por causa destes insumos que curtas-metragens de animação puderam ser produzidos durante o transcorrer de todo o século XX no país, bem como os três primeiros longas-metragens de animação produzidos entre os anos 50 e 70. Nas palavras-manifesto do advogado e jornalista Carlos Alberto Miranda (1971):

Dispondo de verbas e mercado aberto [para receber o conteúdo nacional] poderemos competir em igualdade de condições com os **enlatados** e vídeo-tapes; usando personagens **universais** e temas eternos poderemos fazer frente à flutuação do gosto público; e **mesclando** na programação desenhos estrangeiros com desenhos brasileiros poderemos reduzir [a disparidade do] o número de filmes produzidos. Por fim, é necessário, tanto nas televisões quanto nos cinemas, que acabemos de uma vez por todas com a ideia de que os filmes de animação se devem destinar exclusivamente ao público infantil (MIRANDA, 1971, p. 136 – negritos meus).

Assim sendo, este trabalho se dividirá da seguinte maneira: no capítulo um, discutir-se-á sobre três conceitos contidos na *Teoria Simbólica* (2002) de Norbert Elias, para o entendimento de que a transmissão de conhecimentos ocorre mediante a aprendizagem daquilo que foi sintetizado simbolicamente em determinado momento histórico. No mesmo capítulo, conduz-se um diálogo entre a obra de Elias (2002) e o ensaio *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica* (2014), de Walter Benjamin, visando adensar a ideia acima referida, mais precisamente para o entendimento de que “diferentes ordens formais de arte emergem como expressão de diferentes épocas históricas” (Riegl, 1901 *apud* Benjamin, 2014, p.27), ou seja, a arte cinematográfica se manifesta quando condições confluem para o surgimento de aparatos

técnicos específicos e indivíduos capazes de operá-los, conduzindo a transformações no entendimento que se tinha da obra de arte, pois que a “nova” arte se funda em sua reprodutibilidade técnica. Por fim, a temática de elaboração do filme de animação será abordada, objetivando situar o leitor diante de um breve histórico da animação nacional.

No capítulo dois, propõe-se ilustrar aquilo sugerido no anterior, ou seja, observar-se processos de aprendizagem entre animadores pelo e para o cinema de animação, mais especificamente, a partir de um fio condutor, a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), que se fez presente na trajetória dos cinco artistas já citados, responsáveis por semearem a arte de animação no Brasil em um período paradoxal, em que é “o Estado militar quem promove o capitalismo na sua fase mais avançada” (ORTIZ, 1988, p. 153).

Enfim, no capítulo três a análise recai sobre quais os fatores foram responsáveis pelo crescimento da produção dos longas-metragens de animação brasileiros – e que significaram também o crescimento da produção audiovisual em vários gêneros e formatos – nas duas primeiras décadas do século XXI, de 2000 a 2017, o que tem a ver, sobretudo, com a vigência da nova lei da televisão a cabo e os novos modelos de negócio, que ensejaram a comercialização dos conteúdos audiovisuais em diferentes janelas exibidoras (ALVES, 2016; BALLERINI, 2012).

1. O cinema como síntese da reprodutibilidade técnica

A discussão que se desenvolve neste capítulo é proposta a partir de três conceitos como apresentados na *Teoria Simbólica* (2002) de Norbert Elias, quais sejam, os de “símbolo”, “desenvolvimento” e “aprendizagem”, tendo em vista que o cinema é uma técnica de comunicação de símbolos¹⁸, aprendida e apropriada por produtores de conteúdos audiovisuais em acordo com as suas experiências localizadas; dispostos em “espaços de possibilidades” (GUSMÃO; SOUSA, 2015, p. 28) que oportunizaram as aprendizagens em cinema. Mais ainda, para que seja possível, no capítulo dois, compreender a centralidade que ocuparam alguns processos de aprendizagem em cinema de animação como propulsores do mercado desta arte no país – e fora dele.

¹⁸ Elias (2002, p. 59), em sua obra, explica que os símbolos são transmitidos via padrões sonoros, “ou, nos tempos mais recentes, também através de padrões visuais”. Aqui, Elias se refere aos sons e às imagens como meios de comunicação de símbolos, o que nos possibilita pensar o cinema por meio da teoria *eliasiana* dos símbolos.

Na segunda seção deste capítulo, as contribuições de Walter Benjamin (2014), principalmente a apreensão, pelo autor, da “perda da aura da obra de arte” (BENJAMIN, 2014, p. 29) e da “reprodutibilidade técnica de obras cinematográficas” (BENJAMIN, 2014, p. 34), serão apresentadas com fins à compreensão do que ele pretende dizer quando se refere ao cinema como “forma artística madura que se encontra no cruzamento de três linhas de desenvolvimento” (BENJAMIN, 2014, p. 102).

Benjamin, ao aludir às circunstâncias históricas que permitiram o surgimento do cinema, admite a compreensão da “nova” forma de expressão artística como síntese de diversos processos anteriores de elaboração de conhecimentos. Ainda, permite apreender como as formas artísticas, abarcadas que foram pela reprodução técnica, conduziram a transformações “no caráter total da arte” (BENJAMIN, 2014, p. 55); assim como Elias (2002) explica ser o desenvolvimento social a característica distintiva da espécie humana por excelência, ao permiti-la “destaque” diante das outras formas animais, tendo em vista que a maneira como que os humanos transmitem conhecimento – verbalmente – admite a ampliação do conhecido por meio da acumulação de saberes sobre o mundo.

Assim sendo, o cinema é símbolo – por ser síntese de conhecimentos – de um momento da história da humanidade, em que as técnicas de reprodução de imagens foram aperfeiçoadas e sintetizadas no aparelho de projeção dos irmãos Lumière, no ano de 1895: o “cinematógrafo” (MORENO, 1978, p. 28). Isto redefine a assertiva que confere somente aos Lumière o título de “criadores do cinema”, já que tal técnica de comunicação de símbolos – por meio de padrões visuais e sonoros (ELIAS, 2002, p. 59) – se funda no aperfeiçoamento de uma série de outras. Este é o significado de desenvolvimento que percute Elias (2002) em suas investigações de longa duração, como também Benjamin (2014), ao designar de “maduro” um tipo artístico determinado – no caso, o cinema –, fruto de investidas inovadoras anteriores que “prepararam o terreno” para a “nova” arte.

Deste modo, primeiramente, há de ser considerado que os símbolos são sons humanos (ondas sonoras) que têm a “função de representação” (ELIAS, 2002, p. 25), isto é, ao serem enunciados evocam um sentido (ou sentidos) reconhecível por um grupo, pois que foi padronizado socialmente. Línguas, em última instância, são uma

multiplicidade de sons socialmente convencionados¹⁹, aos quais foram atribuídos sentidos específicos com a função de representarem aspectos da experiência. Assim sendo, se é possível fixar de alguma maneira a experiência na forma de símbolos (palavras, por exemplo)²⁰, é possível transmitir em alguma medida essa experiência entre gerações, que se apropriarão do que foi comunicado “à luz da circunstância dos seus devidos usos” (FARIAS, 2012, p. 3), ou seja, em sua própria realidade, tributária deste processo continuado e ininterrupto de aquisição e reelaboração de conhecimentos (ELIAS, 2002, p. 59).

O que significa dizer que, se as línguas (este conjunto de símbolos que buscam explicar a experiência) se desenvolvem extrageneticamente²¹, elas podem, potencialmente, envolver melhorias, aperfeiçoamentos, “transformações e extensões” (ELIAS, 2002, p. 36) sobre o conhecido, o que pode “ocorrer em conjunção com uma alteração do destino do grupo” (ELIAS, 2002, p. 25):

Os seres humanos são capazes de transmitir conhecimento de geração para geração não só através do **exemplo presenciado**, mas também, e sobretudo, **através de símbolos que não precisam estar, necessariamente, ligados a qualquer tempo particular**. Eles podem, assim, transmitir de geração para geração experiências ou, por outras palavras, conhecimento que antes era intransmissível, simplesmente porque não existia um **meio de comunicação uniformemente reconhecido** que podia ser **adquirido através da aprendizagem (...)**. As línguas permitem aos seres humanos transmitirem conhecimento de uma geração para outra e, assim, possibilitam **o crescimento do conhecimento humano** (ELIAS, 2002, p. 32 – negritos meus).

No caso dos seres humanos, a espécie *sapiens* é constituída mediante dois processos interligados, por “evolução” e “desenvolvimento”. A possibilidade de desenvolvimento social sem que, com isso, sejam necessárias alterações na constituição biológica da espécie, é uma das características distintivas dos seres humanos em relação às espécies animais, somente possível por conta da existência de um aparato biológico comum – como o “equipamento neural, oral e auditivo” (ELIAS, 2002, p. 48) –, fruto de um longo processo evolutivo que resultou no potencial de comunicação verbal como forma principal de “aquisição de conhecimentos” (ELIAS, 2002, p. 59). “Ambos os

¹⁹ Elias (2002, p. 65) descreve uma língua como: “A rede de padrões sonoros interligados”.

²⁰ Todavia, “um padrão sonoro só é uma palavra se tiver um significado ou, dito de outro modo, se tiver **recebido uma marca social** como símbolo de um tópico específico de comunicação” (ELIAS, 2002, p. 53 – negrito meu).

²¹ Isto significa dizer, segundo Elias (2002, p. 25), que as línguas “podem mudar sem que haja transformação na estrutura genética humana e, assim, podem também, potencialmente, melhorar”.

processos [evolução e desenvolvimento] se baseiam na transmissão de meios de sobrevivência entre gerações e nas suas transformações, algumas das quais permitem melhorar as possibilidades de sobrevivência” (ELIAS, 2002, pp. 24 e 55).

E não só as línguas, mas também “tudo o que é social está sujeito a transformações com um caráter de desenvolvimento” (ELIAS, 2002, p. 29). Esta ideia proposta por Elias, e que será retomada ao longo de todo o trabalho, auxilia na compreensão mais detida do percurso histórico cinematográfico como processo permeado por sucessivos e continuados desenvolvimentos²², que resultaram na possibilidade de se comunicar símbolos para grupos expressivos por meio de aparatos técnicos – mais ainda, permite entender “o cinema de animação como um estágio do processo de simbolização humana”²³, ao esclarecer que “(...) a situação de uma sociedade, **a sua estrutura social particular** e a sua posição variável entre as outras sociedades **refletem-se** sempre no desenvolvimento e no caráter da sua língua” (ELIAS, 2002, p. 63 – negritos meus):

Não só as línguas dos seres humanos, mas também toda a estrutura das suas sociedades podem ser objeto de desenvolvimento social. Tornou-se usual considerar a **produção de instrumentos** como uma das características distintivas dos seres humanos. É, porém, muito menos frequente considerar como uma característica humana distintiva o fato de os seres humanos **poderem não só usar mas também transformar os seus instrumentos**. Numa palavra, **o desenvolvimento do seu equipamento de instrumentos é muito raramente entendido como um sintoma da sua singularidade**. Em geral, pode afirmar-se que um dos atributos biológicos da espécie humana é **a sua grande capacidade para mudar o seu modo de vida** (ELIAS, 2002, pp. 35 e 36 – negritos meus).

Sendo assim, no livro *Teoria Simbólica* (2002), Elias apenas tangencia a reflexão sobre as maneiras e formas como os símbolos são estandardizados, isto é, quais são as dinâmicas de poder que permitem a determinados símbolos alcançarem um maior ou menor grau de reconhecimento coletivo (e quem ou quais são os agentes que impulsionam tais dinâmicas), o que significa dizer que a argumentação trazida pelo

²² Uma frase contida no ensaio de Walter Benjamin (2014, p. 15) elucida esta proposição: “Se na litografia estava virtualmente oculto o jornal ilustrado, na fotografia estava o filme sonoro”.

²³ (FARIAS, 01 set. 2017, 16 nov. 2017. Notas de Aula). Elias, (2002, p. 58), explica que: “A introdução de um conceito completamente novo (...) só pode atingir este estatuto depois de ter sido trabalhado pelo moinho dos diálogos que envolvem e inter-relacionam as atividades mentais de muitas pessoas”.

autor precede a análise das lógicas de standardização²⁴. Todavia, elucida sobre a conformação de sociedades temporal e espacialmente localizadas, “estruturadas” e “estruturantes” através de um “fundo social de conhecimento” (ELIAS, 2002, p. 38) compartilhado e transmitido entre gerações por meio de processos de aprendizagem.

Ou seja, sociedades distintas se constituem – mediante interações simbolicamente mediadas –, por apropriações das sínteses de conhecimentos sedimentadas nas formas simbólicas disponíveis, que são tomadas, potencialmente, como um conhecer inacabado²⁵, uma vez que a transmissão intergeracional de símbolos amplia o espectro do conhecido quando permite a reelaboração de conhecimentos sobre a experiência.

Portanto, têm-se que esses processos de constante ampliação do conhecido por meio de continuadas sintetizações e reelaborações do que foi sintetizado desembocam em constituições culturais únicas, pois que suas formas e maneiras de armazenamento e transmissão de símbolos, como também suas sínteses simbólicas, dão-se por vias extragenéticas; ainda que agrupamentos tenham comunicado suas dinâmicas próprias de armazenamento e transmissão de símbolos, conformando hierarquias e influenciando nas maneiras (e nos próprios símbolos) das demais.

É, desta forma, elucidativa a argumentação de Elias para o entendimento de que, ainda que façamos parte de uma espécie comum com aparatos biológicos que nos permitem reter símbolos por meio de aprendizados, grupos culturais ordenam-se espaço-temporalmente, porque simbolicamente, de maneiras singulares, tendo em vista

²⁴ Elias (2002, p. 8) explica logo na introdução da obra que “a capacidade de controlar os padrões de conhecimento e da fala numa sociedade, é, geralmente, um aspecto concomitante da distribuição das oportunidades de poder numa sociedade”. E, ainda, “os depósitos de experiências anteriores podem ser reforçados, bloqueados e, tanto quanto sabemos, talvez mesmo extintos pelos depósitos de gerações posteriores”, o que evidenciam os valores e as moralidades se se buscam “as condições sociais da produção de conhecimento” (ELIAS, 2002, pp. 15 e 16). Isto é, “a constelação das línguas ou das diferentes versões da mesma língua refletem a estrutura de poder de uma sociedade ou de um grupo de sociedades. No caso de, numa mesma sociedade, serem faladas línguas diferentes elas hierarquizam-se, geralmente, de acordo com as possibilidades de poder e de estatuto dos grupos em causa. Mas isto não é tudo. Uma língua exerce poder sobre os seus utilizadores individuais. Possui uma força própria que, de alguma forma, impele todos os utilizadores da língua a subordinarem a sua auto-regulação individual no discurso às regulações coletivas do discurso dessa língua” (ELIAS, 2002, p. 64).

²⁵ Elias (2002, p. 65 – negritos meus) pondera sobre essa possibilidade de ampliação do conhecido, ao falar que: “Nos grupos humanos existentes, conjuntos extensos de símbolos sonoros, cobrindo tudo o que é comunicável, são transmitidos entre as gerações sucessivas e **podem mudar, entretanto, como resultado de um processo de longo prazo que, em larga medida, não é planejado**”.

que a língua é a propulsora do pensamento. Isto, devido ao fato de serem os símbolos, segundo Elias (2002, p. 57), “meios de orientar e dirigir o comportamento”.

Seguindo esta linha teórico-argumentativa, o cinema poderia ser entendido como técnica de comunicação que se tornou constitutiva das modalidades de expressão simbólica individuais e coletivas, quando foi possível a públicos dispersos geograficamente reconhecerem – por meio do consumo e de outras vias de aprendizagem em cinema – a forma cinematográfica em sua eficácia simbólica, comunicativa.

Isto nos encaminha pensarmos no artigo do sociólogo da Universidade de Brasília (UnB), Edson Farias (2012), que foi elaborado a partir da contribuição de algumas das produções de Norbert Elias, mais especificamente quatro conceitos²⁶ apresentados nas obras, *Mozart: a sociologia do gênio* (1994), *Teoria Simbólica* (2002) e *A Peregrinação de Watteau à Ilha do Amor* (2005), que foram utilizados como subsídios teórico-analíticos para a abordagem da problemática de pesquisa em questão, qual seja, sobre os “sistemas de práticas lúdico-artísticos” (FARIAS, 2012, p. 1).

Farias (2012) – e aqui recorrendo, principalmente, ao dito pelo autor sobre a *Teoria Simbólica* (2002) –, de forma precisa e sucinta esclarece aquilo discutido por Elias durante o transcorrer de toda a obra, ou seja, “Elias advoga que os símbolos linguísticos equivalem à síntese de toda condição humana, enfocando-a como desenvolvimentos sociais (...)”²⁷ (FARIAS, 2012, p. 7.).

Assim sendo, é possível pensar o cinema como meio e linguagem²⁸ resultado de constantes aperfeiçoamentos técnicos e apropriações das técnicas como modos de expressão, que resultam em produtos fílmicos com características concernentes às

²⁶ Os conceitos são os de “níveis de integração/coordenação de relações sociais, competência mimética, elaboração simbólica, saber incorporado” (FARIAS, 2012, p. 4).

²⁷ Como exemplo, Walter Benjamin (2014, p. 49) explica em seu ensaio que aos gregos, como não dispunham de múltiplas técnicas para a reprodução em massa de obras de arte, as circunstâncias impuseram a produção “na arte [de] valores eternos”. Ou seja, a produção de obras de arte envoltas por “auras” – como será explicado adiante –, não era uma opção, mas a condição do estágio em que se encontravam as técnicas de reprodução da arte naquele instante.

²⁸ Sobre esta nova linguagem, dirá Walter Benjamin (2014, pp. 97 e 99 – negritos meus): “Com o grande plano, o espaço se dilata, com a câmera lenta, o movimento. E, assim como na ampliação, não se trata somente de uma mera classificação daquilo que ‘de qualquer modo’ se veria de modo indistinto, **mas vêm à luz formações estruturais da matéria inteiramente novas**; do mesmo modo, a câmera lenta não torna visível apenas motivos de movimentos conhecidos, mas, também, nestes, **descobre movimentos totalmente desconhecidos** (...). Desse modo, torna-se evidente ser uma a natureza que fala à câmera e outra que fala aos olhos”.

especificidades estruturais e subjetivas daqueles lugares geográficos e sociais que os conformam. Isso porque, Elias, na *Teoria Simbólica* (2002), argumenta que “numa sociedade, os objetos sem símbolos não são conhecidos” (ELIAS, 2002, p. 48), já que são as sínteses que puderam ser estandardizadas.

É por meio do aprendizado de símbolos ainda na infância²⁹ – o que é uma constante ao longo de todo o desenvolvimento social de um indivíduo –, que nos situamos espaço temporalmente em lugares geográficos e sociais específicos, admitindo posições de sujeito em uma cultura, se preferirmos, já que, segundo Elias (2012, p. 38), “a criança tem de realizar um esforço individual para reproduzir os padrões sonoros usados pelas pessoas mais velhas nas suas diversas comunicações (...) tem de lembrar-se do que estes padrões sonoros representam simbolicamente (...) o que ‘significam’”. São os símbolos que fundamentarão os pensamentos vindouros propiciadores das “reavaliações crítico-argumentativas das pautas morais cotidianas” (FARIAS, 2012, p. 2).

Ademais, é a temática da aprendizagem que aqui interessa; no caso do cinema, possível quando da transmissão e apropriação de conhecimentos “pelo e/ou para o cinema”, por meio de “ambiências de sociabilidade, aprendizados e instituições”. (ALVES; GUSMÃO, 2014, p. 140; GUSMÃO; SOUSA, 2015, p. 28):

(...) certas expressões do indivíduo só são possíveis porque trazem em sua potência, referências de continuidade, de ruptura ou de ressignificação daquilo que foi possível a partir das experiências de outras pessoas, ou seja, dos processos de transmissão do conhecimento entre membros da mesma geração ou de gerações distintas. Desta perspectiva, ao que aqui interessa, compreende-se que os **percursos de formação** são reveladores da importância das condições de transmissibilidade e incorporação dos saberes entre indivíduos **para a continuidade ou mudanças nas trajetórias e práticas cinematográficas** (GUSMÃO, 2014, p. 104 – negritos meus).

No caso das aprendizagens pelo cinema (por meio de acesso ao cinema), os espaços dos cineclubes, dos festivais de cinema e o próprio consumo cinematográfico foram (e são) fundamentais para que indivíduos fossem educados para o cinema – muitos deles viriam a se tornar os produtores e técnicos de outrora. Vale ressaltar que o primeiro curso universitário de cinema do país só veio a ser criado em 1964, na Universidade de Brasília (UnB), pelo cineasta e crítico cinematográfico Paulo Emílio

²⁹ Símbolos aqui entendidos como conhecimentos, padrões de comportamento e de sentimento (ELIAS, 2002, p. 24).

Salles Gomes, dentre outros, que desejava torná-lo um referencial para o resto da federação – à semelhança de Darcy Ribeiro com a UnB.

O que significa dizer que as aprendizagens para o cinema no início do século XX, no Brasil, se deram de formas outras, próximas de um autodidatismo, e não por meio do ensino formal técnico e/ou universitário. Ou seja, por meio de incorporações e constantes apropriações dos saberes incorporados, é que indivíduos conformam as subjetividades que os permitem diferentes e desiguais espaços de possibilidades para o engendrar de suas ações (GUSMÃO; SOUSA, 2015). Se foi possível fazer cinema no Brasil neste momento de “informalidade” do ensino para o cinema, significa dizer que estes produtores e técnicos cinematográficos tiveram contato com a arte em algum momento de suas histórias de vida.

Pois, retomando Elias (2002), para conhecer um aspecto da experiência, deve-se tomar primeiro conhecimento do objeto/da coisa/da prática como símbolo, uma vez que são eles os mediadores da comunicação entre os pares – o “agir comunicativo” *habermasiano* são enunciações daquilo de que se tem conhecimento. Ou seja, para que se produza cinema deve-se, antes de tudo, ter adquirido conhecimento sobre a prática cinematográfica – no mínimo, ter tido contato com “padrões visuais” como forma de enunciação de símbolos e, portanto, de sentidos –, o que encaminha pensarmos nas diferentes maneiras e formas como que o cinema foi aprendido.

Mais adiante, no capítulo dois, veremos como os suportes de emissão de imagens, como o cinema e a televisão, foram decisivos para a transmissão de conhecimentos sobre as linguagens cinematográfica e televisiva – em uma espécie de metalinguagem –, pois que veiculam conteúdos produzidos a partir de aparatos técnicos, os quais permitem aos símbolos serem evidenciados sob formas até então não conhecidas pelos agrupamentos humanos. Isto faz dos suportes de mídia – como a televisão e a projeção cinematográfica – meios de aprendizagem sobre a técnica e a linguagem midiática, tendo em vista que estimulam a vontade de conhecer, por parte dos espectadores, os modos como foram confeccionados aqueles conteúdos veiculados.

Neste percurso argumentativo, também se torna latente refletir sobre aquilo de que trata Walter Benjamin em todo o ensaio *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica* (2014), a propósito da apreensão, pela análise dos rastros deixados pelos movimentos artísticos, do espírito moderno, condutor de mudanças no

modo de percepção de si³⁰ e da obra de arte que perpassaram as subjetividades quando da reprodução massiva de arte por meio de aparatos técnicos³¹, os quais fizeram-na perder a sua *aura*³² tradicional, na medida em que se consolidava a produção das artes destinadas às massas – simbolizada, na sua forma mais acabada, pelo cinema³³ (BENJAMIN, 2014, pp. 23-25 e 93).

Isso porque, o produto final da produção cinematográfica, o filme, é todo ele produzido diante de “aparatos de registro” (BENJAMIN, 2014, p. 95), por meio do procedimento de montagem de cenas que reproduzem a realidade, ou seja, o que se tem no estúdio cinematográfico é uma representação do real, exibida, nos cinemas, como intenção de realidade – já que o processo de montagem do filme não é evidenciado no momento de sua exibição (BENJAMIN, 2014, p. 63). Outros tipos de arte, como a pintura, foram apreendidos “integralmente pela reprodução técnica”, o que se expressaria, por exemplo, pela “fotografia de uma pintura”, ao passo em que a arte cinematográfica resulta do “**desenvolvimento das técnicas de reprodução e de registro**”, tendo em vista as “necessidades elementares da maquinaria”³⁴ (BENJAMIN, 2014, pp. 59, 71 e 116 – negritos meus).

Ainda, considerando que o cinema se realiza como arte quando exibido para grandes públicos, em decorrência de seu grande valor monetário e “laboral” de feitura

³⁰ “Corresponde às profundas transformações do aparelho de apercepção” (BENJAMIN, 2014, p. 108). Não impressiona que Elias (2002) encaminhe a sua argumentação semelhante ao que faz Benjamin (2014). Dirá Elias: “A língua de um povo é, ela própria, uma representação simbólica do mundo a partir do **modo como os membros da sociedade aprenderam a ter a experiência do mundo ao longo da sequência das diversas situações da sociedade**. Ao mesmo tempo, a língua de um povo afeta a sua percepção e, deste modo, também a sua situação” (ELIAS, 2002, p. 63 – negritos meus).

³¹ Benjamin (2014, pp. 69 e 75), utiliza como sinônimo de “aparato” a palavra “aparelho”. Também, pode ser utilizada como sinônimo a palavra “tecnicização” (BENJAMIN, 2014, p. 101).

³² A “aura”, em Benjamin, é a expressão do “aqui e agora” da obra de arte, “não há cópia” da aura (BENJAMIN, 2014, p. 69). Ela seria, portanto, a possibilidade manifesta pela obra no momento em que é percebida pelo seu observador; obra esta testemunha de um momento histórico, da existência humana.

³³ Benjamin (2014, pp. 23 e 27) argumenta que naquele momento, que se inicia juntamente com a “perda da *aura*” da obra de arte, de “crise e renovação da humanidade”, o “agente mais poderoso” dos “movimentos de massa” era o cinema.

³⁴ Benjamin (2014, p. 51) dirá que “no cinema temos uma forma, cujo caráter de arte, pela primeira vez, é determinado de parte a parte por sua reprodutibilidade”. Tal assertiva é explicitada na sua famosa frase: “*A reprodutibilidade técnica de obras cinematográficas está fundada imediatamente na técnica de sua reprodução*” (BENJAMIN, 2014, p. 34).

(GUSMÃO, 2014, p. 103), precisa comunicar às massas, isto é, captar a atenção e o tempo dos espectadores, como também o dinheiro dos ingressos³⁵:

Isso porque a produção de um filme é tão cara que um indivíduo que poderia comprar um quadro não pode mais pagar um filme. Em 1927, calculou-se que um filme de maior porte, para ser rentável, precisaria alcançar um público de nove milhões de pessoas. Com a introdução do cinema falado, aliás, verificou-se inicialmente um retrocesso; seu público restringia-se às fronteiras das línguas (BENJAMIN, 2014, p. 34).

O que se verifica com este processo contínuo e crescente de reprodução das artes por meio de aparatos técnicos – e que remonta seus primórdios à xilogravura, à imprensa, à estampa em cobre, à água-forte, à litografia e à fotografia (BENJAMIN, 2014, pp. 13, 15, 17) –, apreendido pelo autor no instante em que a obra de arte perde a sua “aura”, é que a multiplicidade de cópias e tiragens produzidas para públicos cada vez mais pujantes e desejosos de bens culturais, aproxima-os do universo artístico, uma vez que a “obra de arte” era despojada da sua condição de intangibilidade fundada na autenticidade do seu existir como objeto único no mundo (BENJAMIN, 2014, p. 35).

Portanto, a nova condição da obra de arte, abarcada em sua totalidade pela reprodutibilidade técnica, só é possível de ser apreendida como efeito das dinâmicas conduzidas por movimentos artísticos anteriores, pois que “toda geração de uma demanda fundamentalmente nova e que abre caminhos irá atirar para além de seu alvo” (BENJAMIN, 2014, p. 105). Com isso, o autor, referindo-se ao desejo de movimento pretendido pelos dadaístas do início do século XX, exemplifica que “a forma artística madura” (BENJAMIN, 2014, p. 102) se beneficia das inovações surgidas com os apelos de artistas anteriores, que abrem caminhos para a consolidação de “novas” formas de arte quando intendem a generalização de um modo de fazer e de uma técnica, e a disseminação de um hábito de consumo, de recepção (BENJAMIN, 2014, pp. 104 e 105).

Vejamos nesta próxima seção algumas das considerações *benjaminianas* para o entendimento do cinema como a **arte síntese** do momento moderno de reprodução

³⁵ Este raciocínio, de “sustentabilidade” da indústria cinematográfica, em que o custo para a produção de um filme deveria equivaler ao montante arrecadado em bilheteria, ou extrapolá-lo – gerando lucros –, teve de ser revisto em vários países que almejavam o desenvolvimento de suas cinematografias nacionais, como o Brasil, visto que, por uma série de fatores, o consumo mundial de cinema decrescia, ao mesmo tempo em que os estúdios de Hollywood teciam estratégias múltiplas para uma penetração cada vez maior de seus filmes nos mercados internos dos países.

técnica da obra de arte; quando a “autoridade” da peça artística deixa de ser uma característica intrínseca à obra, pois que o seu “valor de culto” é sobreposto pelo “valor de exposição” (BENJAMIN, 2014, pp. 37 e 49).

1.1 A reprodutibilidade técnica: o cinema em evidencia

Explica Walter Benjamin (2014), que a “aura” da obra de arte, como também o seu “valor de culto”, eram produzidos pela materialização de um excesso de trabalho humano dispendido na produção da peça artística; o artista, preocupado com cada uma das componentes estruturantes da obra a fim de torná-la única – o que ensejava uma postura de “fetichização”³⁶ em relação à obra de arte, pois que era a objetivação do “sacrifício humano” de seu produtor (BENJAMIN, 2014, p. 43), permitindo-a uma “aparência de autonomia” existencial (BENJAMIN, 2014, p. 53). O que viria a acontecer na época da reprodutibilidade técnica da obra de arte pode ser expresso, novamente, por uma postura “fetichista” diante da obra de arte; não obstante, pela estratégia de ocultamento do trabalho humano dispendido na produção da mercadoria artística, cuja existência se autonomiza de seu produtor por meio da tentativa de “subtração da agência humana” do processo produtivo (TAUSSIG, 2010).

Por conseguinte, a mudança perceptível quando da reprodução em massa das obras de arte por meio de aparatos técnicos revelou que, a possibilidade de produção de arte em escala por maquinários operados por humanos significava a probabilidade de sofrerem a interferência da “experimentação”, já que existiria uma margem de “jogo” para o aperfeiçoamento da obra (BENJAMIN, 2014, p. 97). Neste ponto, é cabível pensar que a reprodução técnica de bens materiais e culturais inaugura o período do “padrão de qualidade”, pois que as máquinas, símbolos de eficácia e precisão, dispõem de recursos que, ao serem manejados, contribuem à produção em larga escala de produtos idênticos e melhor acabados:

O filme acabado não tem nada em comum com uma criação em *um* lance; é montado a partir de muitas imagens e sequências de imagens, entre as quais o montador pode fazer sua escolha – imagens, de resto,

³⁶ Walter Benjamin (2014) não utiliza esse conceito em seu ensaio, cunhado, por Karl Marx, em sua obra *O Capital*. Contudo, no início do ensaio, Francisco Machado, tradutor e produtor das notas da edição utilizada, explica que “Benjamin se aproximou do marxismo a partir de 1924” (BENJAMIN, 2014, p. 10). Dessa forma, ainda que Benjamin (2014) não fale em “fetichismo da mercadoria”, é possível pensar seus escritos sobre a reprodutibilidade técnica da obra de arte a partir desse conceito marxista.

que, desde o início da sequência da filmagem até o resultado final, poderiam ser melhoradas à vontade (BENJAMIN, 2014, p. 51).

Assim sendo, no cinema, o ator – cuja função é representar – atua diante de “aparatos de registro” e de um “grêmio de especialistas” (BENJAMIN, 2014, p. 59), que julgarão se aquela atuação fora, de fato, convincente. Diante disso, o “montador”, ou o editor das imagens gravadas, seleciona as cenas tidas como as melhores para que se possa chegar ao material final, o filme. “Um grito de socorro”, explica Benjamin (2014, p. 61), “pode ser registrado em diferentes versões. Entre estas, o montador faz então uma escolha, estabelecendo, ao mesmo tempo, uma delas como recorde”. Ainda, dentro do estúdio cinematográfico, encontram-se dispostas diversas maquinarias, como refletores e microfones, para que as cenas possam ser registradas independentemente das adversidades do meio ambiente externo, com o intuito de se montar a situação ideal – mais realista o possível – para a cena a ser representada (BENJAMIN, 2014, pp. 65 e 73).

O que significa dizer que, as técnicas de reprodução da obra de arte possibilitaram a emergência da “nova” arte, que é toda ela resultado da reprodução da realidade pelo aparato, o que viria a configurar o cinema como a arte síntese do momento moderno da cultura ocidental, pois que as modernas democracias propiciaram a difusão do acesso às artes pela via do consumo (e o cinema, inscrito nesta lógica, só se fundamenta como arte quando amplamente consumido): “A obra de arte [cinema] surge (...) somente em razão da montagem. De uma montagem, na qual cada componente individual é a reprodução de um acontecimento (...)” (BENJAMIN, 2014, p. 59).

Assim sendo, a questão fundamental analisada por Benjamin – e a mais importante “função social do cinema” (p. 95) –, é a possibilidade de extensão da “*práxis*” cinematográfica às massas, “do direito legítimo de ser reproduzido que o homem atual possui” (BENJAMIN, 2014, 81). Sobre isso, explica que esta simultaneidade de papéis que puderam desempenhar as massas com o advento do cinema, ocorreu mediante a possibilidade de se auto representar que dispuseram alguns indivíduos-atores, ainda que Benjamin não aborde a alteração na chave produtor-espectador visível na contemporaneidade, tendo em vista a “exploração capitalista do cinema” por “uma minoria de proprietários”, ou seja, poucos na época tinham acesso aos meios de produção necessários para se produzir filmes (BENJAMIN, 2014, pp. 81 e 83).

Logo, o cinema se constitui como arte amplamente consumida e desejada por agregar os rastros deixados por outras formas de arte, tidas por Benjamin (2014, pp. 102, 104 e 106) como “tradicionais”. A “nova” forma artística, “madura”, assim o é por ter deixado o transcorrer do tempo amadurecê-la (como uma fruta que, por meio de uma sucessão de processos químicos, se torna, em determinado momento, pronta para ser degustada); tal forma “nova” é a congregação de uma miríade de outras ideias e acontecimentos, que aguardaram, sem sucesso, o momento de sua ampla aceitação. O cinema, portanto, congregou a vontade de movimento tentada pelos dadaístas, pelos “*flip books*” [livretos de fotos ou desenhos] e pelos “Panoramas Imperiais”³⁷. Reuniu o público curioso formado por estas outras inovações, que já vinha experimentando as imagens em movimento. Filiou indivíduos que se comoveram com os personagens de “Chaplin”. As “três linhas de desenvolvimento” de que fala Benjamin, são a união, em uma forma artística, de efeitos produzidos por uma técnica que têm o poder de filiar uma plateia, ou seja, torná-la a tal ponto envolvida que o seu tempo de lazer seja dispendido com a fruição de tal tipo de arte (BENJAMIN, 2014, pp. 102, 104 e 106).

1.2 O Filme de Animação

O cinema de animação, assim como o cinema “de ação ao vivo”, é um recurso de expressão simbólica. A arte da animação, como diria Antônio Moreno (1978, p. 114), é a “consequência natural dos quadrinhos”, o que significa dizer que a técnica cinematográfica possibilitou maior movimento do que a sequência de quadros no papel permitia:

Para o desenho e a pintura, a natureza já oferecia os materiais básicos necessários à produção visual. A animação, entretanto, **como ilusão do movimento através da rápida sucessão de imagens**, requeria um elevado grau de **desenvolvimento científico e técnico para ser viabilizada enquanto arte** – o que só vai acontecer no início do século XX (JÚNIOR, 2011, p. 29).

³⁷ “(...) [*flip books* são] livrinhos de fotos, cujas imagens, por meio de uma pressão do polegar, passavam rapidamente diante do espectador e apresentavam uma luta de boxe ou uma partida de tênis. [Os Panoramas Imperiais se constituem por meio de] (...) imagens recebidas por um público reunido (...) [que] se encontrava diante de um biombo, no qual estavam instalados estereoscópios, um para cada participante. Diante desses estereoscópios apareciam, automaticamente, imagens individuais, que persistiam por um instante e, então, davam lugar às outras” (BENJAMIN, 2014, pp. 104 e 106).

De acordo com a definição de 1961 da “Association Internationale du Film d’Animation” [Associação Internacional do Filme de Animação] (ASIFA), produzir conteúdo animado significa:

(...) toda criação cinematográfica realizada **imagem por imagem**. Difere do cinema de **tomada direta** pelo fato deste proceder de uma análise mecânica, por meio da fotografia, de **fatos semelhantes àqueles que serão reconstituídos na tela**, enquanto que o cinema de animação **cria os fatos por outros meios além do registro automático**. Num filme de animação os fatos têm lugar pela primeira vez na tela (ASIFA, 1961, p. 4 *apud* MIRANDA, 1971, p. 15; ASIFA, 1961, p. 4 *apud* MORENO, 1978, p. 8).

Na tentativa de se compreender a mecânica óptica que permitiu a ilusão de movimento utilizada no cinema, é preciso retomar a postulação da “persistência retiniana” publicada por Peter Mark Roget, em 1824. Segundo o cientista, “o olho humano combina imagens vistas em sequência num único movimento se forem exibidas rapidamente” (JÚNIOR, 2011, p. 34). As invenções subsequentes ao postulado, muitas delas brinquedos ópticos, utilizaram-se dele para criarem a ilusão do movimento.

Podemos afirmar que, no caso brasileiro, a história da cinematografia animada é recente, isto é, ainda que tenhamos indícios de animadores na primeira metade do século XX, a maior possibilidade de se confeccionar conteúdos animados teve início na década de 1970 (MORENO, 1978, p. 62). Como veremos adiante, principalmente devido às políticas culturais direcionadas ao cinema e ao audiovisual nacionais por meio do Instituto Nacional de Cinema (INC) e, posteriormente, por meio da Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme).

Diferentes nomes fazem parte desta história – Álvaro Martins (Seth), Luiz Sá, Humberto Mauro, Anélio Lattini Filho, Roberto Miller, José Mário Parrot, Francisco Liberato, Yppê Nakashima, Álvaro Gonçalves, Walbercy Ribas, Pedro Ernesto Stilpen (Stil), Antônio Moreno, Marcos Magalhães, José Rubens Siqueira e Maurício de Sousa – e o que impressiona é a ausência de referências do gênero feminino na lista dos pioneiros.

Anélio Lattini Filho foi o primeiro a produzir um filme de animação em longa-metragem no Brasil, no ano de 1953; Roberto Miller foi o primeiro brasileiro a fazer um estágio de seis meses no departamento de animação do *National Film Board* (NFB), no Canadá, e a ter tido contato com o artista de animação experimental Norman McLaren; José Mário Parrot foi o primeiro professor de animação de Marcos Magalhães – um dos

criadores do “Festival Anima Mundi”, em 1993 –, ao ofertar um curso de desenho animado no Rio de Janeiro, em alguma data entre os anos de 1974 e 1975, e assim por diante³⁸ (MORENO, 1978, pp. 88, 89, 120 e 121).

A possibilidade de se produzir animação no Brasil sempre esteve atrelada à feitura de conteúdos publicitários, tendo em vista que a exibição (principalmente na televisão) e os salários eram certos, e os animadores dispunham de recursos materiais e técnicos, provenientes dos estúdios em que trabalhavam, para o desenvolvimento dos conteúdos. Outras alternativas aos cineastas de animação foram conseguidas por meio da encomenda de trabalhos, como, por exemplo: de “títulos para apresentação de filmes brasileiros de longa-metragem” e de cartazes para os festivais de cinema (MORENO, 1978, pp. 67, 76, 91 e 92).

Algumas das propagandas que foram veiculadas nacionalmente e que fizeram uso de personagens animados para a promoção de produtos, foram: “a baleia dos supermercados Mar e Terra, de Heucy de Miranda; o tucano da Varig, o Sujismundo e o Dr. Prevenildo, de Rui Pieroti; os bonequinhos do arroz Brejeiro, de Guy Lebrun; os pinguins da Antártica, de Anélio Lattini Filho e a baratinha para o inseticida Rodhox, de Walbercy Ribas Camargo” (MORENO, 1978, pp. 107 e 108).

Ainda, vale ressaltar que festivais foram realizados, associações foram organizadas e cursos ministrados com a intenção de difundir pelo país e para os brasileiros a arte de animação, antes de a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), na década de 1980, estimular mais diretamente os animadores nacionais – por meio da criação de um núcleo de animação do “Centro Técnico do Audiovisual” (CTAv). Podemos citar alguns exemplos de festivais, associações e cursos, como: o “Centro Experimental de Ribeirão Preto”; o “I Festival Internacional de Cinema de Animação no Brasil”, realizado em 1965 no Museu de Arte de São Paulo (MASP); o “Grupo CECA”, “Centro de Estudos de Cinema de Animação”, iniciado em 1967 por um grupo de alunos das Belas-Artes; o “Grupo Fotograma”, que tem seu início em 1968 e é extinto já em 1969; o “Grupo NOS” e a “ABRACAM”, Associação Brasileira de Cinema de Animação, que ressurgiria como “ABCA”, em 2003 (MORENO, 1978).

³⁸ Estas informações apenas introduzem o que será melhor explicado no capítulo dois deste estudo.

Logo, uma movimentação de cineastas de animação nacionalmente já podia ser encontrada por volta das décadas de 1960 e 1970 no país. Rastros iam sendo deixados e “contaminavam” aqueles aficionados pelos “mistérios” dos filmes de animação que passavam nas televisões e nos cinemas, bem como nos festivais e cursos de animação.

2. O Cinema de Animação no Período da Embrafilme

A primeira consideração a ser feita nesse capítulo é que a ocupação do mercado brasileiro pelo filme estrangeiro, principalmente pelas cinematografias hollywoodiana e europeia, é antiga. Remonta aos anos iniciais da exibição de filmes nos cinemas do país, quando as produções nacionais começavam a ser qualitativamente comparadas às estrangeiras, principalmente, devido ao fato de serem estas filmografias mais assistidas³⁹ – fator de fundamental importância na formação das consciências brasileiras para o cinema (BERNARDET, 2009).

Neste contexto, as críticas tecidas por brasileiros aos filmes estrangeiros fundamentavam-se sob os mais diversos argumentos. Vejamos a crítica de teor nacionalista cultural⁴⁰ – semelhante àquelas postas por “cinemanovistas”⁴¹ (RAMOS, 1983, pp. 22 e 23) – proferida pelo jornalista, advogado e entusiasta do cinema de animação brasileiro, Carlos Alberto Miranda, na década de 1970:

“A lei de obrigatoriedade de exibição nos cinemas (nem se fala nas televisões) não é cumprida. O desenho animado tem a mesma história das revistas em quadrinho: um monopólio com objetivos políticos; as estórias chegam aqui de graça e o mercado se fecha para os produtores nacionais’ (PERROTTI *apud* MIRANDA, 1971, p. 136). É esse monopólio estrangeiro (americano, para ser mais preciso) que sempre alijou os personagens brasileiros dos cinemas e das televisões; entretanto, os heróis americanos – donos absolutos do mercado

³⁹ Aqui, pretendo evocar a ambiguidade que o termo permite: assistir, tanto em termos de recepção do filme, quanto no sentido de “ser assistido por”, de receber patrocínios.

⁴⁰ Sobre este “ideário nacionalista” (RAMOS, 1983, p. 31), Ramos explica que se centrava na seguinte ideia: “O grande mal estaria encarnado na penetração do capital estrangeiro, a ser evitada a qualquer custo, pois com a possibilidade de uma produção aberta às companhias estrangeiras teríamos ainda a ‘completa destruição dos nossos costumes e da nossa cultura’” (CAPOVILLA, 1962, p. 26 *apud* RAMOS, 1983, p. 31). Com relação a isso, diria Paulo Emílio Salles Gomes (*apud* RAMOS, 1983, p. 34 – negrito meu): “Convenci-me, desde logo, de que, no fundo, projetávamos na força dos estrangeiros a nossa própria fraqueza (...). Fundamentalmente as coisas não iam adiante por causa de uma **mentalidade importadora** que reinava em todas as nossas elites, inclusive parlamentares e políticas”.

⁴¹ Ou denominados, em um primeiro momento, de “nacionalistas”, que, resumidamente, acreditavam no potencial do produto fílmico nacional enquanto conscientizador dos brasileiros de sua “brasilidade”. Para isso, demandavam a imposição (via Estado) de limites à entrada e circulação dos produtos estrangeiros no mercado interno, ao mesmo tempo em que a feitura de filmes “críticos” sobre a realidade brasileira (RAMOS, 1983).

durante muitos anos – defrontam-se agora na televisão, com um forte concorrente: os desenhos japoneses” (MIRANDA, 1971, p. 136).

Seguindo este raciocínio, são esclarecedores os dados apresentados por Jean-Claude Bernardet (2009) sobre o papel desempenhado pelos críticos cinematográficos brasileiros na primeira metade do século XX. Ao tecerem críticas aos filmes nacionais em relação aos filmes estrangeiros – ainda que a base da comparação fosse entre gêneros diferentes, tendo em vista que a produção brasileira deste período privilegiava o filme “natural”⁴² e não as ficções, como os norte-americanos e europeus –, julgavam a diferença qualitativa das produções sem atribuírem a devida importância às condições materiais de produção desiguais; como também era discrepante a ocupação do mercado interno brasileiro pelo filme estrangeiro, por meio de estratégias que tinham a ver com a monopolização dos setores de distribuição e exibição, que faziam com que o filme nacional encontrasse sérias dificuldades para ser comercializado (RAMOS, 1983, pp. 29 e 30).

Além disso, faz-se necessário pensar no Estado brasileiro como alvo de disputas e dinâmicas de engajamento político travadas pelos produtores de cinema nacional – os quais demandavam “resoluções legisladoras” (RAMOS, 1983, p. 68) –, com o intuito de inculcar a compreensão de que, não apenas teve papel decisivo a influência estrangeira sobre a produção brasileira, como também o Estado nacional – ou a sua moderada presença, em muitos momentos (RAMOS, 1983, pp. 33 e 38) –, na história da cinematografia do país.

O momento anterior ao golpe militar de 1964, mais precisamente a partir da segunda metade dos anos 50, foi marcado por disputas político-culturais encampadas por duas correntes cinematográficas – assim teorizadas por Ramos (1983, p. 23) –, engajadas na elaboração de discursos distintos que, ademais o desejo de industrialização cinematográfica pretendido por ambas, propuseram percursos industrializantes diferentes que permitissem a afirmação do produto nacional. Um grupo, o dos “nacionalistas”, clamava pela proteção estatal que impusesse limites às importações dos

⁴² O filme natural é a produção no gênero documental (de documentários). “Naturais e cinejornais abordam assuntos locais, o futebol, o carnaval, as quermesses, a melhoria das rodovias, as inaugurações, as vantagens de uma fazenda ou de alguma fábrica quando os donos querem valorizar seu nome, uma figura política, alguns grandes acontecimentos políticos, a revolução de 1924, de 1930, sempre apresentados do ponto de vista de quem fica com o poder (senão a política ou o Estado Maior não autorizam a exibição). (...) **filmes de agrado dos patrocinadores**” (BERNARDET, 2009, pp. 37, 38 e 40 – negrito meu).

produtos estrangeiros “alienantes”, enquanto os “universalistas” acreditavam na consolidação do produto cinematográfico nacional, sem que, com isso, os estrangeiros fossem impedidos de adentrar no país (RAMOS, 1983, p. 23). Nas palavras de Ramos (1983, pp. 13 e 52):

(...) o que assistimos é o duro processo de afirmação de um cinema que entra em luta com um mercado dominado, com uma situação cultural nacional ambígua, e tendo ainda de quebra que enfrentar uma (...) contraditória modernização do país (...), já que o interesse do Estado pelo cinema surgia numa situação política adversa.

Isto significa dizer que a possibilidade de efetivação dos projetos culturais na ditadura militar – tendo em vista que, para o Estado ditatorial, instâncias centralizadoras eram desejáveis, pois que lhes eram convenientes – diluiu as distâncias modernas entre produção de arte, por um lado, daquela mercadológica, por outro, por meio da incisiva proclamação discursiva de que os filmes “politizados” e que primavam pelo estilo não eram potenciais geradores de bilheteria⁴³, viabilizando o surgimento das indústrias especializadas na produção de produtos culturais.

A imbricação entre os planos econômico e cultural significa que a dominância mercadológica se torna fator central na produção de bens culturais, ou seja, produz-se não mais buscando-se enfatizar, em primeiro plano, uma autonomia estilística, mas sim tendo em vista a conquista de mercados como um fator decisivo do planejamento da produção⁴⁴. O que acontece neste momento – de expansão das indústrias culturais nacionalmente –, é que o fator “conquista de mercados” influencia diretamente na concepção dos bens culturais (por meio das estruturas de financiamento, por exemplo), e o fator “cultural”, “simbólico”, torna-se recurso viabilizador de crescimento

⁴³ De certo modo, os filmes que se pretendiam politizados nem sempre atingiam públicos significativos, o que se configura como fator prejudicial à “autossustentabilidade” do cinema brasileiro (MARSON, 2009, p. 19), ainda que seja clarividente que o Estado militar almejava a despolitização (ou a politização nos termos militares) dos conteúdos fílmicos ao privilegiar a dimensão mercadológica da produção.

⁴⁴ Contudo, há de ser lembrado que “sempre há um mercado na contrapartida da produção, inclusive para os bens que evocam o ideário da autonomia estilística” (FARIAS, Edson. Notas de aula). Ainda, na seção intitulada “Os Liberato”, é possível verificar nas falas de Francisco e Alba Liberato uma intenção deliberada em privilegiar o domínio artístico diante daquele mercadológico da produção que busca se impor, ou seja, alguns artistas propõem práticas de resistência à lógica comercial que tenta se sobrepor à artística.

econômico⁴⁵. Como veremos no capítulo três, o momento ditatorial militar encaminhava-se para:

(...) uma estetização da mercadoria e simultaneamente uma mercantilização da cultura, isto é, as mercadorias, além do valor utilitário passaram a agregar também valor estético, e a cultura, além deste tornou-se cada vez mais um produto valorizado no mercado. Melhor exemplificando: no mundo **consumista**, ocorreu uma mudança do consumo padronizado de bens duráveis para uma maior **flexibilização** do consumo, através da **segmentação do mercado** e aumento da importância da **aquisição de lazer e entretenimento** (JAMESON, 1996 *apud* MARSON, 2009, pp. 31 e 32 – negritos meus).

Uma vez que a demanda por proteção estatal começava a ser ouvida pelos governos militares, coube aos cineastas – principalmente aos “cinemanovistas” –, adaptarem-se ao movimento de expansão capitalista intencional, o que implicava produzirem com objetivos também comerciais se quisessem continuar a produzir filmes no país (RAMOS, 1983, pp. 62-64, 67, 87).

O exemplo mais latente dessa lógica de “jogar o jogo” é evidenciado pelo mecanismo de financiamento de filmes proposto pelo Instituto Nacional de Cinema (INC), criado em 1966. Como o órgão captava verbas para o patrocínio das produções nacionais através do mecanismo de “retenção do imposto de remessa” dos filmes estrangeiros (RAMOS, 1983, p. 62), isto é, uma parte do lucro que geravam as produções estrangeiras no Brasil era retido pelo INC sob a forma de imposto devido, os produtores, se quisessem ter seus filmes financiados pela instituição, ou deveriam

⁴⁵ O discurso do secretário de planejamento do INC – Carlos Guimarães de Mattos Jr. –, em 1972, evidencia a tônica da industrialização cultural pretendida pelo Estado: “Grande parte do desencontro entre um número considerável de filmes brasileiros e o grande público se deve à não-assimilação da natureza industrial do cinema. O filme de contestação, tão cultivado pelo Cinema Novo e seus sucessores, começa geralmente por fechar os olhos às próprias características que fizeram do **cinema um meio de expressão fascinante e arte popular por excelência**. A corrente que se define como ‘marginal’ leva mais longe aquele desencontro, embora procure (e, por lei, tem direitos) os canais ‘não-marginais’ da distribuição e da exibição. Entre os produtores voltados para uma produção que se pretende mais comercial, há também os que não alcançam este objetivo, por não procurarem, **através de análises de mercado e avaliação realista de suas próprias potencialidades técnicas, proporcionar seus filmes a base da viabilidade econômica** (...) O cinema brasileiro saiu de uma fase em que a multiplicidade de realizações experimentais e contestatórias provocou uma retração de público. Agora há uma franca procura de narrativas de fácil aceitação popular. **O mais importante é que as diversas tendências da produção mantenham-se ligadas com a capacidade de absorção do público**, reconheçam que as plateias cinematográficas se mostram cada dia mais exigentes quanto ao nível técnico e **espetacular, e se organizem para atender a tais requisitos**” (JÚNIOR, 1972 *apud* RAMOS, 1983, pp. 95 e 95 – negritos meus).

realizar um acordo de coprodução com as empresas estrangeiras (que poderiam optar por investirem no filme nacional aquilo que seria retido de toda forma pelo Estado brasileiro), ou se submeter às premiações do INC, o que tinha a ver com a obtenção de bilheterias expressivas (RAMOS, 1983, 60-64).

A gestão do INC foi atribuída pelo Estado militar aos “universalistas”, que “serviram como anteparo ideológico às posições nacionalistas” (RAMOS, 1983, p. 94). Todavia, no período de governança do ministro da Educação e Cultura do governo Médici, Jarbas Passarinho, o Estado, estrategicamente, apropriou-se do discurso dos “nacionalistas” com o intuito de controlar e desarticular o grupo cinemanovista que se interessava em produzir filmes “críticos” da realidade brasileira, ao passo em que se iniciava a “ação cultural estatal” (RAMOS, 1983, p. 95).

É neste contexto que é criada a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), em setembro de 1969, que funcionava, em um primeiro momento, concomitantemente ao INC. Somente em 1975, com a extinção deste órgão, torna-se a principal empresa de fomento⁴⁶ e distribuição dos filmes brasileiros (MARSON, 2009, p. 18; RAMOS, 1983, pp. 132 e 133). A Embrafilme, uma sociedade de economia mista, fora repartida da seguinte forma: “A União e o INC ficaram com quase a totalidade do capital social, restando a sete produtores cinematográficos a ínfima parcela de 0,6%, **num claro indicador da férrea centralização do processo**” (*Filme e Cultura*, nº 49, p. 16; RAMOS, 1983, p. 90 – negritos meus).

Portanto, a industrialização do cinema brasileiro acontecia num momento em que, para o Estado, tornava-se estratégico elaborar uma política cultural, já que veicular bens culturais envolve a seleção de certos símbolos e a exclusão de outros tantos. A apropriação discursiva conduzida pelos militares no início da década de 1970, tinha como intuito conferir novas significações aos ideais “nacionalistas”, sobretudo influenciar temáticas “históricas” e/ou “literárias” (RAMOS, 1983, p. 97). Com isso, pretendiam forjar um Brasil “**harmonioso, unificado** e a caminho do **progresso**” (RAMOS, 1983, p. 99 – negritos meus), por meio do financiamento de filmes: I) viáveis economicamente, II) que não infringissem a moralidade ditatorial – se assim o fizessem,

⁴⁶ Segundo José Mário Ortiz Ramos (1983, p. 90), a Embrafilme alocava os recursos da seguinte forma: “60% para empresas tradicionais, 30% para os produtores independentes, e 10% para os estreantes. O financiamento foi fixado de início em Cr\$ 200.000,00 por filme”.

seriam barrados pela censura, e mais, III) que versassem sobre temáticas específicas (RAMOS, 1983, pp. 99, 103, 115).

Em 1975, no governo do general Geisel, é elaborada a primeira política cultural brasileira, a Política Nacional de Cultura (PNC) (RAMOS, 1983, p. 125), que se inscreve neste momento em que o Estado militar decide por influenciar, mais incisivamente, nos rumos da produção cultural em prol da afirmação de um ilusório “homem brasileiro”⁴⁷, com o intuito de, sob o mascaramento ideológico-discursivo de se estar promovendo o resgate da “**diversidade** regional”, alinhar as diferenças em torno de um projeto de Estado unificador e enclausurante (RAMOS, 1983, pp. 119-121 – **negrito meu**).

Sendo assim, a “nova” Embrafilme (RAMOS, 1983, p. 133) – neste momento de reestruturação da empresa que passou a funcionar em acordo com a PNC – teve o seu capital aumentado “de 6 para 80 milhões”, além de que o seu poder de atuação foi potencializado pela legislação protecionista implantada pelo Conselho Nacional de Cinema (Concine), criado em 1976, que pretendia consolidar o produto brasileiro impondo medidas que ampliassem a veiculação do filme nacional no país – via cota de tela (RAMOS, 1983, pp. 133 e 134).

Vejamos na seção subsequente algumas das medidas adotadas pela “nova” Embrafilme que estimularam a produção de conteúdos audiovisuais – em particular, longas-metragens de animação –, tendo em vista que a empresa financiava, coproduzia, distribuía e destinava “recursos para os chamados projetos especiais”; contudo, sem perder de vista a oficial “sugestão dos temas” (RAMOS, 1983, pp. 134 e 135) – “(...) após 74: o número de filmes lançados passa a oscilar entre as marcas de 70 a 100 filmes, a quantidade de espectadores dobra e o filme nacional chega a ocupar quase 30% do mercado” (RAMOS, 1983, p. 137).

2.1 Embrafilme

O que é preciso primeiro refletir para o entendimento da produção considerável de longas-metragens de animação na década de 1980 é que estava inserido o país, desde

⁴⁷ Ortiz (1982 *apud* RAMOS, 1983, pp. 120 e 121) explica que “a identidade nacional é entidade abstrata e como tal não pode ser apreendida em sua essência. Ela não se situa junto a concreticidade do presente mas se desvenda enquanto virtualidade, isto é, como projeto que se vincula às forças sociais que a sustentam. (...). A essência de brasilidade é uma construção e como tal não pode ser encontrada como realidade primeira da vida social”.

31 de março de 1964 até 15 de março de 1985, em regime ditatorial militar. Portanto, três dos sete filmes produzidos no período – *As aventuras da Turma da Mônica* (1982)⁴⁸, *A Turma da Mônica em A princesa e o robô* (1983) e *Boi Aruá* (1984) –, assim o foram em plena ditadura militar pela qual perpassava o Brasil na época, ainda que diferentes governantes indicassem períodos de governança singulares (MIYAMOTO, 2013). Os outros quatro filmes produzidos na década de 1980, todos por Maurício de Sousa⁴⁹, foram lançados nos cinemas já no período da redemocratização do país⁵⁰.

Todavia, antes de serem lançados estes sete filmes de animação na década de 1980, já em 1970 duas outras animações em longa-metragem, *Presente de Natal* (1971)⁵¹, de Álvaro Henrique Gonçalves, e *Piconzé* (1972)⁵², de Yppê Nakashima, haviam sido produzidas de maneira independente por estes que podem ser considerados os pioneiros, juntamente com Anélio Lattini Filho, produtor de *Sinfonia Amazônica* (1953)⁵³, da produção de animação brasileira em longa-metragem.

⁴⁸ Este filme de Maurício de Sousa é tido em vários estudos como a maior bilheteria já alcançada por um filme de animação nacional, com um público de 1.172.020 pessoas. Informação disponível em: <http://www.revistacontinente.com.br/edicoes/202/cem-anos-da-animacao-brasileira>. Acessado pela última vez em: 04/10/17. Contudo, se contabilizado o filme *Os Trapalhões no Rabo do Cometa* (1986), como um longa-metragem de animação (o filme é um híbrido entre *live action* e animação), a bilheteria ultrapassa a do anterior, com um público espectador de 1.250.000 pessoas. Informação disponível na tabela sintetizada pelo *site* do OCA, intitulada “Listagem de Filmes Brasileiros com mais de 500.000 Espectadores 1970 a 2016”. Acessada pela última vez em: 20/10/17.

⁴⁹ Este filme, como vimos, foi produzido por Maurício de Sousa com o auxílio dos Trapalhões (Renato Aragão, Dedé, Mussum e Zacarias) (SOUSA, 2017, pp. 186 e 187).

⁵⁰ *Os Trapalhões no rabo do cometa* (1986); *As novas aventuras da Turma da Mônica* (1986); *Turma da Mônica em: O bicho-papão* (1987); *Mônica e a Sereia do Rio* (1987).

⁵¹ O primeiro longa-metragem de animação a cores produzido no Brasil, que, segundo relata Carlos Alberto Miranda (1971, p. 124), demandou de Álvaro Gonçalves uma dedicação de “mais de três anos, das 9 da noite às 3 da manhã, fez a montagem e filmou sozinho cem minutos de projeção”.

⁵² *Piconzé* (1972) começou a ser produzido por Yppê Nakashima e João Luís de Araújo, seu produtor, em 1967, “depois de um anúncio no ‘São Paulo Shimbun’, da colônia japonesa”, e que reuniu 30 pessoas para comporem a equipe realizadora do filme, relata Araújo em entrevista concedida à revista *Veja* em 11/10/1972, e disponibilizada pelo *site* “Japão 100 - Projeto incorporado ao Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil”. Araújo também expõe que “O Instituto Nacional do Cinema achou o filme maravilhoso, mas eles estão enganados se pensam que nossa experiência vai servir a outros desenhistas. Se não houver incentivos fiscais, o próximo desenho vai aparecer daqui a dez anos”. Informação disponível em: <http://www.japao100.com.br/arquivo/tracos-incertos/>. Acessado pela última vez em: 01/10/17.

⁵³ “Fazer *Sinfonia Amazônica* foi uma aventura nascida do idealismo e a que eu não me arriscaria hoje. Mas não me arrependo, pois valeu como experiência. Aprendi que para fazer cinema de animação no Brasil é preciso criar antes uma **base industrial e financeira**. Foi isto que eu tentei, para só então sair para o meu segundo filme, que é o *Kitan da Amazônia*; mesmo assim não deu certo e eu me vi obrigado a produzir apenas **filmes de publicidade**” (LATTINI *apud* MIRANDA, 1971, p. 130 – negritos meus).

Os três filmes dos pioneiros circularam mais ou menos bem pelos cinemas do país. Ainda que *Sinfonia Amazônica* (1953) tenha sido um sucesso de público, evidenciado pelas várias premiações que Lattini recebeu pelo filme⁵⁴, as problemáticas na etapa de comercialização influenciariam decisivamente nos rumos da carreira do cineasta. Os distribuidores e exibidores do filme, ao não repassarem as quantias proporcionais auferidas em bilheteria à Lattini, desestimularam-no a trabalhar com longas-metragens, fator propulsor de seu refúgio profissional na pintura e na publicidade⁵⁵. Já sobre o filme *Presente de Natal* (1971), “Álvaro tentou negociá-lo em São Paulo, mas fracassou, pois só conseguiu uma exibição, na cidade de Santos. Quando lançado em Manaus (...) foi um sucesso, porém restrito àquela cidade. O filme permanece praticamente desconhecido até hoje”. Por fim, a informação que se tem sobre *Piconzé* (1972) é que “obteve um certo sucesso nas bilheterias” (BUCCINI *apud Revista Continente*, out. 2017)⁵⁶.

Desta forma, uma produção significativa de longas-metragens de animação só seria possível posteriormente, na década de 1980, quando da estreia dos sete filmes de animação citados anteriormente nos cinemas do país, e que esbarram com as trajetórias do jornal “Folha de S. Paulo” e da “Editora Abril”, no caso de Maurício de Sousa, e com a “Jornada Baiana de Cinema”, no caso dos Liberato.

Neste período de produção dos filmes citados já estava em funcionamento, desde 1969, a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), responsável por financiar parte da produção e a distribuição de *Boi Aruá* (1984), primeiro longa de Francisco Liberato⁵⁷. É

⁵⁴ O filme recebeu os prêmios “troféu Estatueta Saci de Cinema, de 1954, Prêmio (oficial) do Jornal ‘O Estado de São Paulo’, Prêmio da Comissão Nacional de Folclore da Unesco, Prêmio do Instituto Brasileiro de Educação, Ciência e Cultura (IBECC), Prêmio Estatueta ‘O Índio’, do Jornal de Cinema e Prêmio do Festival Nacional Cinematográfico do Rio de Janeiro” (MORENO, 1978, p. 85).

⁵⁵ “Além de todos os descontos com publicidade e promoção do filme, ainda existia o roubo. Eu fui tremendamente roubado. Só não fui roubado no Rio, porque eu estava aqui. Vinham relatórios incríveis, inclusive ‘macetes’ para tapear o produtor. Eles me mostraram uma carta forjada da exibição no Paraná, dizendo que o filme era uma bomba, logo, isso seria a pseudorração da baixa renda naquele estado. O interessante é que eu recebi, na época, várias cartas de pessoas que haviam assistido ao filme dizendo que estava sendo um sucesso tremendo” (LATTINI *apud* MORENO, 1978, p. 79). Somente em 1966, com a criação do Instituto Nacional de Cinema (INC), foram instaladas “caixas registradoras nos cinemas” e “a obrigatoriedade de borderô”, que permitiriam aos cinegrafistas maior controle sobre as bilheterias (BEZERRA; ROCHA, 2012, pp. 118 e 119).

⁵⁶ Informação disponível em: <http://www.revistacontinente.com.br/edicoes/202/cem-anos-da-animacao-brasileira>. Acessado pela última vez em: 20/11/17.

⁵⁷ Informação concedida por Alba Liberato em entrevista realizada no dia 14/07/2017.

também por meio da Embrafilme que é firmado o primeiro acordo internacional para a promoção da arte e do mercado de animação no Brasil, a parceria entre Brasil e Canadá, Embrafilme e Capes com o *National Film Board of Canada* (NFB)⁵⁸, sediado em Montreal. Uma das ações que resultaram do acordo firmado – via construção de um Centro Técnico Audiovisual (CTAv)⁵⁹, em 1985, e, posteriormente, com a criação do núcleo de animação do CTAv –, foi o treinamento de dez brasileiros, apresentados às técnicas de produção em animação por três profissionais convidados, para o desenvolvimento do mercado de animação no país (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, p. 6-8).

Esta produção de longas, portanto, insere-se em um momento – décadas de 1960/70/80 – de efervescência da produção de bens simbólicos nacionalmente, como bem explica Ortiz (1988), embora em um contexto sócio-histórico bastante peculiar, de censuras conduzidas por um Estado autoritário. Neste período, o incentivo à produção de bens culturais foi entendido pelo regime militar como via possível de disseminação ideológica – sobretudo com fins à “integração nacional” –, além de motor desenvolvimentista para o crescimento econômico do país: almejava-se o “progresso” (ORTIZ, 1988, p. 114).

(...) a doutrina de segurança nacional, [foi] uma ideologia gestada por concepções geopolíticas, propagada pelo Estado desde 1964, e radicalizada no pós-68. Nos limites desta doutrina, a Nação (sempre em maiúsculo) é um **todo monolítico** que se confunde, em termos de aspiração, com o Estado ditatorial. O projeto nacional passa a ser a ‘integração nacional em busca do progresso, do destino de grande potência, e a democracia é concebida como a contraposição, a qualquer custo, à ameaça comunista’” (RAMOS, 1983, pp. 112 e 113 – negrito meu).

⁵⁸[Conselho Nacional de Filmes do Canadá]. “Fundado em 1939, é referência mundial para o cinema de animação, sendo conhecido mundialmente como um grande laboratório cultural para a inovação. Responsável pela criação de mais de 13.000 produções audiovisuais, sendo premiado cerca de 5.000 vezes, incluindo 12 Oscars até o momento” (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, p. 4).

⁵⁹ O CTAv é equipado com aparatos profissionais disponíveis à população “de forma gratuita em regime de coprodução. (...) O CTAv se fixou exclusivamente no apoio ao curta-metragem de caráter não comercial, de natureza cultural, tradição herdada do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE). A mixagem de longas, só foi feita na época do governo Collor, quando a produção de cinema teve aquela queda total e (...) entramos apoiando, um ‘pronto-socorro’ de filmes que não tinham recursos para finalização. O CTAv deu um padrão de qualidade tecnológica ao cinema brasileiro, influenciando e provocando mudanças e maiores cuidados nos padrões técnicos em todos os laboratórios” (MAYRINCK, 2007, p. 37 *apud Filme e Cultura*, nº 49).

Ainda, segundo Jean-Claude Bernardet (2009, p. 93), tendo em vista que foi o rádio que cedeu espaço à televisão, e não o cinema, isso explicaria o porquê, por parte dos governos militares, de nunca ter havido “um profundo empenho numa produção estatal [de cinema], propriamente dita, de propaganda ideológica realmente eficiente”, já que, explica o autor (BERNARDET, 2009, p. 95), “o cinema [brasileiro] pouco atinge as classes populares e talvez não seja tão importante para a construção e a sustentação de uma hegemonia ideológica”⁶⁰. Apesar disso, aponta que foi o governo do general Geisel “que mais atenção dedicou ao cinema” até aquele momento⁶¹ (BERNARDET, 2009, p. 93).

Sobre isto, complementa José Mário Ortiz Ramos (1983, p. 131) ao explicar que, o desinteresse do Estado por uma produção de cinema estatal tinha a ver com a sofisticada PNC articulada naquele instante de preocupações crescentes com o rumo da produção cultural. Mais do que produzir propaganda militar por meio do cinema, o interesse concatenava-se na cooptação dos cineastas para dentro do aparelho estatal, já que o Estado, naquele instante, proferia discursos semelhantes àqueles “nacionalistas” de outrora, ainda que isto não significasse uma indústria independente dos capitais internacionais para os cineastas (antiga demanda cinemanovista):

Realmente, o Estado não pretendia uma produção oficial (...), mas sim articular um projeto que atraísse para o seu campo os cineastas com preocupações mais críticas e políticas, e por isto acenava com esta ilusória ‘independência cultural’, sem tocar na internacionalização da economia, movendo-se no plano estritamente simbólico. A PNC estabelecia premissas para uma estratégia cultural muito mais sofisticada que a simples indução dos cineastas para uma produção oficial (RAMOS, 1983, p. 131).

Além do mais, a produção cinematográfica nacional, naquele instante, não aprofundava a discussão sobre as contradições constitutivas das desigualdades sociais brasileiras, o que demandaria enfrentamentos entre classes sociais, mas sim apresentavam “a imagem romântica de um bom povo pacato” (BERNARDET, 2009, p.

⁶⁰ Ainda, segundo Bernardet (2009, p. 95): “Tal empenho provavelmente revela a tentativa de conquistar um público de classe média, razoavelmente informado, cada vez mais influente no que se chama de ‘a opinião pública’. E o fator que me parece fundamental: por estar visceralmente vinculado ao Estado, era fácil para o governo fortalecer esse vínculo e os cineastas não tinham alternativa: aceitar tal fortalecimento que consolida a produção no mercado – e pagar o preço”.

⁶¹ O governo de Geisel (1974-1978), segundo Bernardet, prometia “solucionar o problema da censura [por meio de um] convite feito a um produtor significativo [Roberto Farias] para a direção da Embrafilme. De modo geral, cooptação de quadros” (BERNARDET, 2009, p. 96).

96), expressão de um “jorgeamadismo”⁶² que povoava a narrativa cinematográfica nacional na década de 1970 (BERNARDET, 2009, p. 98).

Tais narrativas não geravam grandes embates com as ideologias militares, até auxiliando-os indiretamente na conformação e difusão da “união nacional” (BERNARDET, 2009, p. 95). E o Estado militar, aproveitando-se do conhecimento de que a produção cinematográfica dependia de altos investimentos para sua sobrevivência, promove uma política cultural (não só para o cinema, mas que englobasse a “cultura” como um todo, em seu sentido antropológico) com pretensões ao desenvolvimento do produto fílmico nacional, necessitado, como sempre foi, de patrocínio e proteção com relação ao filme estrangeiro; o que possibilitou o controle estatal sobre tais bens simbólicos “na tentativa de obstaculizar a divulgação de outros discursos” (RAMOS, 1983, p. 124; SIMIS, 2009, p. 5).

Sobre isto, dirá Ramos (1983, p. 146) que a fraqueza estrutural do cinema brasileiro fez com que o vínculo entre o Estado e o cinema fosse firmado forçosamente, o que, conseqüentemente, implicou na “minimização das contradições” presentes nas temáticas dos filmes.

No importante livro de Antônio Moreno *A Experiência Brasileira no Cinema de Animação* (1978), financiado pela Embrafilme, o autor, que conduziu a narrativa de maneira a informar o leitor sobre o percurso do cinema de animação brasileiro, posiciona-se favoravelmente à política cultural encampada naquele instante, o que nos informa sobre a exitosa política estatal, incentivadora e protecionista (sem limitar a circulação do produto estrangeiro no país), ao mesmo tempo em que sobre a conformação dos cineastas (Moreno produziu muitos curtas-metragens de animação nacionalmente) ao modelo de gestão da cultura implantado pelo Estado:

A resolução do Ministro da Educação em abrir financiamento para a produção de séries brasileiras para a televisão, embora tardia, só vem aumentar o mercado de trabalho, dando nova possibilidade para o cinema de animação ocupar o lugar que lhe pertence na televisão (...). Isso vem juntar-se às advertências do Ministro das Comunicações que muito tem falado **contra a invasão da violência e dos enlatados estrangeiros de baixa qualidade**. Em resumo, **um assassinato à**

⁶² Ramos (1983, p. 22), explica que o campo cinematográfico nas décadas de 1950 e 1960, era uma composição híbrida que, ademais a vontade de industrialização comum aos seus integrantes, era atravessado por diferenças subgrupais, como o marcador “nacionalista”, “(...) que ia buscar no legado literário dos anos 30 – resgatando, por exemplo, Graciliano Ramos e Jorge Amado – uma inspiração que pretendia, através do cinema, uma crítica social do país”.

cultura brasileira que não é mostrada em sua plena forma e força, e sim mutilada e massacrada (MORENO, 1978, p. 116 – negritos meus).

Além disso, deve ser mencionado que a consolidação de uma indústria cultural no Brasil, no momento em que vigorava politicamente um regime de exceção, foi facilitada exatamente por causa da tomada de decisões militares “pelo alto”, uma vez que foram coibidas manifestações contrárias às medidas governamentais adotadas que, assim, puderam ser implementadas “mais facilmente” (FAUSTO, 2012, p. 261).

2.1.1 Aprendizagens *pelo e para o cinema de animação*

Diante deste crescimento quantitativo da produção de filmes nacionalmente, quando o Estado militar, por meio do INC, da Embrafilme e do Concine, incentivou diretamente a produção, a distribuição e a exibição de conteúdos audiovisuais (RAMOS, 1983, pp. 134 e 137), cabe-nos, nesta subseção, compreender um pouco melhor acerca de processos de aprendizagem “pelo e/ou para o cinema” de animação (ALVES; GUSMÃO, 2014, p. 140), tendo em vista que foram incentivados animadores pela Embrafilme principalmente na década de 1980.

Os meios de comunicação de massa, como o cinema e a televisão, possibilitaram a indivíduos dispersos geograficamente o consumo e a fruição de conteúdos audiovisuais – incluso os filmes de animação de outros países do globo –, fazendo com que a vontade de conhecer à fundo a arte e atuar profissionalmente na área irrompesse. No relato de Marcos Magalhães, é possível ilustrar com maior nitidez a curiosidade que provocam os conteúdos fílmicos veiculados em tais suportes:

E vendo-os [desenhos animados] em massa na televisão e no cinema foi surgindo além de tudo a **curiosidade de como seriam feitos aqueles filmes, envoltos numa atmosfera quase mágica pela total falta de informação sobre o assunto em nosso país**. Já havia feito estórias em quadrinhos, charges, caricaturas, **usando o desenho sempre com uma finalidade comunicativa**. O caminho para a animação era óbvio (...) (MAGALHÃES, 1977 *apud* MORENO, 1978, p. 118 – negritos meus).

Deste modo, Marcos Magalhães⁶³, cineasta de animação que estagiou entre 1981 e 1982 no NFB⁶⁴, e trabalhou, posteriormente, como coordenador e professor do núcleo

⁶³ Entrevista concedida pelo animador Marcos Magalhães, no Rio de Janeiro, em 23/05/2017.

⁶⁴ “(...) o NFB era a maior, talvez a maior do mundo, **instituição governamental** que dava atenção às questões de cinema, principalmente para a área de animação. Um local equipado com enormes estúdios. O orçamento anual era de aproximadamente oitenta milhões de dólares para

de animação do CTA_v, ao narrar sobre como ele primeiro teve acesso ao cinema de animação e às técnicas animadas, ilustra o que foi exposto no capítulo um, acerca das dinâmicas de aprendizagem pelo e/ou para o cinema. Explica que o seu primeiro contato com os desenhos animados acontece mediado pelo aparelho televisivo, que o permitia assisti-los antes e depois de ir à escola, como também através do consumo de filmes de animação em salas de exibição, como os longas da *Walt Disney Animation Studios*⁶⁵:

A animação chega a mim através da televisão. Eu acho que pertencço à primeira geração que viu televisão desde criança no Brasil. Desde que eu me entendo por gente tinha uma televisão na sala de jantar e todo mundo da família assistia à televisão juntos. As crianças assistiam aos desenhos animados antes de ir para escola, ou quando chegavam dela. Assisti a muitos filmes no cinema também, assisti a todos os longas-metragens do Disney, que eram lançados periodicamente, e a gente via uma vez só, não revia depois várias vezes como hoje, mas aquilo era uma mensagem muito forte e que impactava muito. Eu, como outras pessoas da minha geração, tive vontade de responder essas mensagens, de criar meu personagem, de fazer ele viver as minhas histórias e de passar essa mensagem adiante.

Este percurso de acesso de Magalhães aos filmes de animação foi continuado na escola, com a exibição, em sala de aula, dos filmes de um artista de animação escocês radicado no Canadá, Norman McLaren⁶⁶, disponibilizados pelos consulados da Embaixada do Canadá às escolas. Neste momento, Magalhães⁶⁷ percebe que a técnica de produção dos filmes era passível de ser apropriada para a confecção de conteúdos autorais:

(...) Norman McLaren (...) tinha seus trabalhos difundidos aqui no Brasil, porque o Canadá tinha um sistema de filmotecas nos consulados. Eles tinham cópias de filmes 16mm e as emprestavam gratuitamente para escolas e cineclubes. Esses filmes eram vistos nas escolas – toda escola tinha um projetor de 16mm – e circulavam

prover, exatamente, ações institucionais que englobavam produção e subsídio a filmes; ajuda técnica, tecnológica – **tudo que o governo brasileiro almejava para o CTA_v**” (ELIAS, 2007, p. 34 *apud Filme e Cultura*, nº 4 – negritos meus).

⁶⁵ [Estúdios Walt Disney de Animação]. Em 1937, os estúdios Disney lançavam o seu primeiro longa-metragem animado nos cinemas, *A Branca de Neve e os Sete Anões*. Todavia, a produção do longa, começando pelo desenvolvimento do roteiro, foi iniciada já em 1934 (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, p. 2).

⁶⁶ “(...) uma das maiores referências em inovações de técnicas experimentais até então inéditas para o cinema de animação, tendo produzido algo em torno de 50 curtas-metragens em mais de 40 anos dedicados ao núcleo de animação que fundou o NFB” (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, p. 3). McLaren nasceu em 1914 e morreu em 1987. Informação disponível em: <http://www.itaucultural.org.br/os-percursos-da-animacao-brasileira>. Acessado pela última vez em: 18/11/17.

⁶⁷ Entrevista concedida pelo animador Marcos Magalhães, no Rio de Janeiro, em 23/05/2017.

muito. O McLaren tinha um trabalho muito interessante, porque os filmes dele eram muitos sofisticados em termos de linguagem, mas a técnica você podia intuir que era feita de um jeito não tão complicado, e dava aquele sentimento de ‘talvez eu consiga fazer’, o que a tecnologia do Disney, por exemplo, tornava bem distante.

O caminho trilhado pretende conduzir a percepção para o fato de que determinadas conjunturas, como quando da consolidação de uma indústria cultural no Brasil nas décadas de 1960/70/80 (ORTIZ, 1988, p. 155), são mais propícias ao surgimento de artistas como Magalhães, tendo em vista que meios de comunicação de massa, como a televisão, puderam se disseminar amplamente por entre os lares brasileiros. Foram produzidos aparelhos televisivos tecnicamente superiores ao que se tinha antes no país, em grandes quantidades ofertadas a preços mais acessíveis (ORTIZ, 1988, pp. 128-130); além do que “a instituição do crédito direto ao consumidor em 1968” foi um dos fatores que facilitou a aquisição deste bem de consumo (BEZERRA; ROCHA, 2012, p. 126).

No artigo de Inagaki, Paula e Schneider (2012, p. 2), as autoras, ao relatarem como tiveram acesso às produções animadas os irmãos Lattini que, como foi mencionado, são os responsáveis (mais especificamente, Anélio Lattini Filho) pela produção do primeiro longa-metragem de animação brasileiro, *Sinfonia Amazônica* (1953), explicam que as “produções iniciais dos estúdios Disney (...) serviram de inspiração para os irmãos brasileiros (...)”; portanto, semelhante ao primeiro contato que tivera Marcos Magalhães com a arte de animação. E, pode-se intuir que os pioneiros na produção de animação no Brasil aprenderam a arte de forma independente, através da apropriação de saberes e fazeres, já que o primeiro curso universitário de animação só viria a existir no Brasil no ano de 2009⁶⁸.

O contato com filmes animados encaminha Marcos Magalhães, aos 15 anos de idade, à produzir o seu primeiro curta-metragem de animação *A Semente* (1974)⁶⁹, com

⁶⁸ “Antes a Animação era uma habilitação do curso de Belas Artes, mas ganhou independência em virtude do interesse crescente dos alunos. A relação da UFMG com a animação é antiga, surgiu de uma parceria feita nos anos 80 entre o Centro Técnico Audiovisual (CTAv) da universidade com o National Film Board of Canadá (NFB), que resultou na criação do Núcleo de Animação da UFMG”. Informação disponível em:

<http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2011/08/ufmg-cria-primeiro-curso-de-animacao-e-artes-digitais-do-brasil.html>. Acessado pela última vez em: 19/11/2017.

⁶⁹ “Convidado pelo INC, [o curta-metragem] foi para festivais em Paris e Nova Iorque, e nunca mais voltou. Depois de inúteis contatos com a Embrafilme, soube que havia sido mandado para Paris pelo correio, segundo telex em seu poder, isso em fins de 75, mas não chegou ao Rio”. É

o auxílio da “câmera mais barata da *Canon* naquela época (...) que (...) fazia quadro a quadro”⁷⁰ (MAGALHÃES, 1977 *apud* MORENO, 1978, p. 119). Ao adquirir o principal equipamento para a filmagem dos desenhos – o seu irmão, em viagem aos Estados Unidos naquele momento, é quem compra a câmera de Super-8 –, ao mesmo tempo em que realiza a montagem improvisada de uma mesa de luz (uma truca) – percebida, por ele, como instrumento necessário para a animação ao assistir a um documentário, na televisão, sobre os estúdios do personagem “Pica-Pau” –, Magalhães munia-se dos aparatos técnicos necessários para a produção de um filme animado⁷¹.

Os seus curtas-metragens começaram a ser veiculados nos cinemas nacionais “quando funcionou uma lei que foi criada durante a **ditadura**, a lei da obrigatoriedade do curta metragem nacional. (...) todas as sessões de longas-metragens estrangeiros eram obrigadas a passar um curta nacional antes [grifo meu]”⁷². Deste modo é que Magalhães foi se firmando no cenário dos produtores de animação brasileiros, além do fato de terem sido selecionados alguns dos filmes do cineasta para importantes festivais de cinema da época, como o “Festival de Cracóvia”, na Polônia, e o “Festival de *Cannes*”, na França.

E é decorrente da participação e premiação de um dos curtas de Marcos Magalhães em *Cannes*, em 1982, o *Meow!* (1981), que a Embrafilme “se interessou em incentivar o cinema de animação no Brasil”⁷³. Devido a ampla repercussão internacional de *Meow!* (1981), Magalhães é selecionado, no mesmo ano, através da parceria estabelecida entre a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme) e a Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) com o NFB, para a realização de

somente depois de ter realizado o primeiro curta que Magalhães tem “notícias de um curso de desenho animado [no Rio de Janeiro]”, realidade diferente daquela dos contatos iniciais com a animação, em que a aprendizagem implicava em praticar (MAGALHÃES, 1977 *apud* MORENO, 1978, pp. 119 e 120).

⁷⁰ Explica Marcos Magalhães (2017), que os seus primeiros filmes, “incluindo o ‘Meow!’, foram feitos no quarto da casa onde (...) morava com (...) cinco irmãos. Minha mãe fez uma obra e eu fui um dos que ganhou um quarto privativo. Meu quarto virou o meu estúdio, minha cama era um colchão que eu levantava durante o dia e ficava lá desenhando, pintando, filmando”. Entrevista concedida pelo animador Marcos Magalhães, em 23/05/2017.

⁷¹ Entrevista concedida pelo animador Marcos Magalhães, no Rio de Janeiro, em 23/05/2017.

⁷² Entrevista concedida pelo animador Marcos Magalhães, no Rio de Janeiro, em 23/05/2017.

⁷³ E não só *Meow!* (1981) havia sido premiado internacionalmente, “mas outros filmes de animação brasileiros (...) ganharam prêmios internacionais, como o *Frankenstein Punk* do Cao Hamburger, os filmes do Flávio Del Carlo, além de anteriores como o Roberto Miller, que já tinha ganhado menção honrosa em *Cannes*, ou o *Stil* que foi premiado em vários festivais”. Entrevista concedida pelo animador Marcos Magalhães, no Rio de Janeiro, em 23/05/2017.

um estágio no Canadá⁷⁴. Quando Magalhães retorna ao Brasil do estágio de cinco meses, surge a oportunidade de ofertar um curso no núcleo de animação do CTAv, criado em 1985, juntamente com dois professores do NFB, para “representantes de diferentes estados brasileiros, com o intuito de disseminar, em âmbito nacional, o conhecimento da animação **enquanto atividade profissional para o mercado de trabalho**” (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, pp. 4 e 7 – negritos meus):

Queríamos criar um núcleo de animação com propostas de promover a **integração nacional por meio do cinema**, fornecendo meios de produção para regiões diferentes do país. Nessa intenção, propus a Embrafilme realizar uma viagem pelo Brasil, mapeando todas as capitais onde houvesse alguém fazendo cinema de animação ou cinema experimental (...). Apresentava os projetos da Embrafilme e do NFB, convidando as pessoas a apresentarem seus portfólios. Foi dessa maneira que conseguimos reunir dez animadores de diversas regiões do Brasil e começamos a trabalhar no Rio de Janeiro (MAGALHÃES, 2007, p. 31 *apud Filme e Cultura*, nº 49 – negritos meus).

Para realizarem o curso no CTAv, foram selecionados dez estudantes e profissionais de áreas afins do conhecimento, e de diferentes regiões do país: das Belas Artes, da Animação, da Comunicação, da Arquitetura, do Design, do Cinema e do Desenho; mineiros, paulistas, cariocas, cearenses, pernambucanos, porto alegrenses e capixabas. Dentre eles, estão César Coelho, Aída Queiroz e Léa Zagury que, posteriormente, em 1993, juntamente com o ex-professor Marcos Magalhães, decidem criar o “Festival Anima Mundi” (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, p. 8). Sobre o festival, explica César Coelho⁷⁵:

(...) quando a gente fez o festival, em 93, foi justamente a época do fim da Embrafilme [1990], que foi extinta sem que nenhuma opção de financiamento para filmes fosse dada em retorno. O **cinema tradicional** estava na maior agonia, imagina a animação, que **naquela época ninguém sabia o que era**. Naquele momento, existiam caravanas indo para Brasília, abaixo assinados, essas coisas todas. A gente pensou numa maneira mais efetiva de impormo-nos; e a gente aproveitou que a Léa, uma das pessoas que tinham feito o curso de animação [do CTAv] e que não fez a segunda parte dele, pois foi estudar na CalArtes [Instituto de Artes da Califórnia], em Los Angeles, estava voltando para o Brasil para mostrar uns filmes produzidos na CalArtes, e esse foi o detonador, esse foi o catalisador de todo processo. A gente foi no CCBB [Centro Cultural Banco do Brasil] tentar um lugar para mostrar os filmes. Eles receberam a gente

⁷⁴ “Nesta primeira etapa da parceria ocorreu a ida de bolsistas brasileiros para estagiar no NFB, com o intuito de aprenderem técnicas associadas a produções de conteúdos (imagens e sons), bem como o uso e manutenção de equipamentos para o cinema” (INAGAKI; PAULA; SCHNEIDER, 2012, p. 4).

⁷⁵ Entrevista concedida pelo animador César Coelho, em 27/06/17.

de braços abertos e a gente começou a pensar que podia fazer uma **coisa maior**. E aí, tem esse pensamento de usar o festival como a lei da oferta e da procura, se a gente provar que existia uma procura grande por animação no Brasil a gente ia forçar uma oferta [negritos meus].

O que se verifica com estas lembranças é que os espaços de possibilidades criados pelos festivais e cursos de cinema, bem como pelas parcerias institucionais, como a firmada entre o Brasil e o Canadá, possibilitaram a criação de outros festivais e cursos de cinema – o processo é cíclico:

(...) o surgimento de outras iniciativas, dentre elas a criação de um centro técnico do audiovisual. **O Carlos Augusto Calil, então diretor da Embrafilme** [de 1979 a 1986], vislumbrou, no âmbito dessa parceria, um projeto audiovisual de **desenvolvimento e aprimoramento da tecnologia cinematográfica**, cujo objetivo era de criar um **núcleo de animação** e um **núcleo de tecnologia para cinema** (ELIAS, 2007, p. 34 *apud Filme e Cultura*, nº 49 – negritos meus).

Esta iniciativa, de construção de um “Centro Técnico do Audiovisual”, informa-nos sobre a **infraestrutura** necessária para a produção de filmes. O CTAv, além de um núcleo de animação, foi construído para abrigar um “estúdio de mixagem, laboratório fotográfico, núcleo de preservação de matrizes e oficina de câmeras”, e o acordo firmado entre Brasil e Canadá para o **repasso de tecnologia e treinamento de pessoal** permitiu o vislumbrar do “avanço tecnológico no cinema brasileiro” (BEATO, 2007, pp. 40 e 44 *apud Filme e Cultura*, nº 49; VILELA, 2007, p. 44 *apud Filme e Cultura*, nº 49 – negritos meus).

A parceria entre os países, no entanto, é anterior. Foi estabelecida quando o Brasil, ainda na década de 1970, decidiu comprar um satélite do Canadá para melhorar o seu “sistema de redes”, como forma de interligar o país (ORTIZ, 1988, p. 118). “O sucesso inicial dessa parceria desdobou-se em outros acordos de troca e repasse de tecnologia entre as agências governamentais dos dois países. Um deles uniu pelo lado brasileiro, a Embrafilme e a Capes, e pelo lado canadense o NFB” (*Filme e Cultura*, nº 49, p. 51). Este acordo, portanto, já evidenciado, permitiu a criação do CTAv e do núcleo de animação do CTAv:

Foi nesse quadro que surgiu o projeto do Centro Técnico do Audiovisual, **proposto pela Embrafilme ao NFB**. Sua constituição baseava-se em três eixos simultâneos de atuação, agregando e harmonizando as funções de: I) Centro de excelência tecnológica, II) Centro de formação profissional e III) **Centro de produção de filmes de animação**. (...) O progressivo engajamento dos técnicos do NFB, embalado pelo sucesso contagiante das primeiras experiências de

aproximação, foi decisivo para a fixação do investimento estrangeiro: **700 mil dólares canadenses, a fundo perdido**. Pressupunha uma contrapartida brasileira, não necessariamente expressa em investimento financeiro. Esta se deu pela apropriação de um edifício do Ministério da Educação, situado na avenida Brasil, em Benfica, e pelas obras necessárias à sua adaptação às novas funções. O programa de cooperação tomou forma. Montreal recebia nossos bolsistas enquanto se construía na avenida Brasil um estúdio de mixagem em padrões internacionais, com projeto canadense (...) (CALIL, 2007, p. 46 *apud Filme e Cultura*, nº 49 – negritos meus).

2.2 Maurício de Sousa

Em 1929, alguns jornais, como a “Gazeta”, de São Paulo, lançaram publicações, como a “Gazetinha”, direcionadas ao público infantil, as quais encontravam dificuldades para “se firmar no mercado”. Apenas em 1934, Adolfo Aizen, após ter a sua ideia – a publicação de tirinhas norte-americanas no jornal carioca “O Globo” – recusada por Roberto Marinho, proprietário do jornal, pede demissão da sua então posição de repórter, para, posteriormente, ao ser contratado pelo jornal “A Nação”, suggestioná-la. Começa a trabalhar no “Suplemento Infantil”⁷⁶ do jornal, em que publica, além de histórias nacionais, histórias de “Super-Heróis” consagrados nos Estados Unidos (SOUSA, 2017, pp. 29 e 30). O “Suplemento Infantil”, portanto:

Foi um sucesso desde o início. Às quartas-feiras, dia em que circulava (...), as vendas do jornal triplicavam, passando de 20 mil para 60 mil exemplares. Os resultados eram tão impressionantes que Aizen decidiu criar a própria editora, o Grande Consórcio de Suplementos Nacionais, para publicar seus quadrinhos. A partir do número 15, rebatizou sua publicação chamando-a de *Suplemento Juvenil* em vez de infantil. Essa simples e genial troca de palavra ampliou consideravelmente seu público, atingindo agora crianças e adolescentes. Em consequência, para dar conta da procura, o tabloide passou a circular três vezes por semana (...). Somadas, as tiragens semanais das três edições do *Suplemento Juvenil* alcançavam 360 mil exemplares. Para se ter uma ideia da grandiosidade disso, em 1940 Recife, então a terceira maior cidade brasileira, tinha 348 mil habitantes. No mercado nacional de gibis, essa tiragem semanal só seria superada 36 anos depois, **em 1970** (SOUSA, 2017, pp. 30 e 31 – negrito meu).

⁷⁶ Publicação que acompanha o jornal, na qual estão contidas “curiosidades, passatempos (...) histórias nacionais (...) [e] heróis que já tinham uma legião de fãs nos Estados Unidos. Ali estavam, por exemplo, pela primeira vez em português, Buck Rogers, Flash Gordon, Jim das Selvas e o Agente Secreto X-9” (SOUSA, 2017, p. 30).

Alguns anos depois, em 1939, Aizen lança outra publicação, intitulada “Mirim”, considerada “o primeiro *comic book* nacional”⁷⁷. Este contexto serviu de estímulo a alguns jornais que, ao perceberem a demanda infanto-juvenil por quadrinhos, lançaram revistas – como o “Gibi”⁷⁸, do “Globo” –, com as principais “HQ’s”⁷⁹ nacionais e internacionais (SOUSA, 2017, p. 31).

A curiosidade pelos gibis no país entre as crianças e adolescentes era tanta que inúmeros, a exemplo de Maurício de Sousa, alfabetizaram-se com o auxílio das histórias em quadrinho. Ainda que as histórias estrangeiras, muitas vezes, tenham sido alvo de críticas por padres que as consideravam elementos de “aculturação” dos grupos infantil e juvenil. Sendo assim, propagavam o discurso de que os gibis poderiam contribuir com a formação de indivíduos “violentos”, o que se tornaria uma opinião de “senso comum” entre os “educadores e professores (...) intelectuais, escritores, políticos, ministros e até presidente da República” (SOUSA, 2017, p. 29 e 42-43).

E foi devido ao consumo de gibis, que Maurício de Sousa aprendeu também a desenhar, inspirado em reproduzir os personagens de suas HQ’s preferidas. Esta trajetória de incursão no universo dos gibis, fez com que ele optasse pela profissão de desenhista. Todavia, na fase adulta, esbarrou em dificuldades para se consolidar profissionalmente, aceitando os cargos que lhe eram oferecidos em jornais, e esperando encontrar espaço para a publicação de suas tirinhas (SOUSA, 2017, p. 42).

E foi somente no final da década de 1950, que Maurício de Sousa, finalmente, pediu demissão de seu então cargo de repórter, para tentar a vida como desenhista, quando se tornou colaborador do jornal “A Folha da Tarde”, recebendo apenas pelos desenhos publicados⁸⁰ (SOUSA, 2017, pp. 62-64).

Diante de tal contexto – e por ser um jovem “empolgado”, com “tempo livre, [e] paixão pela causa” –, Sousa foi “aclamado” presidente da Associação de Desenhistas de São Paulo (Adesp)⁸¹. A associação propunha a valorização dos artistas desenhistas nacionais e, assim sendo, abrir espaço no mercado interno para esse grupo de

⁷⁷ O que significa uma “publicação com formato de revista e apenas historinhas, sem passatempos” (SOUSA, 2017, p. 31).

⁷⁸ A revista “Gibi”, lançada em 1939 pela “Editora Globo” de Roberto Marinho, é que consagrou o nome de “gibi” às “revistas ilustradas para o público infanto-juvenil” (SOUSA, 2017, p. 29).

⁷⁹ “HQ’s” é a abreviatura de “Histórias em Quadrinhos”.

⁸⁰ Segundo Maurício de Sousa (2017, p. 82): “Uma tirinha era muito barata. O único jeito de ganhar dinheiro era vendendo em larga escala”.

⁸¹ A associação foi criada no início da década de 1950 e contava com “quase 30 membros” (SOUSA, 2017, pp. 72 e 73).

profissionais, que até então eram “considerados de segunda ou terceira classe”⁸². As reivindicações do grupo incluíam uma “reserva de mercado para os quadrinhos nacionais” que disputavam espaço com as tirinhas estrangeiras, principalmente as norte-americanas, que chegavam no país a preços muito baixos (SOUSA, 2017, pp. 72 e 73).

Em 1961, quando da entrega de “mais um lote de tirinhas na Folha”⁸³, o redator-chefe da empresa, Moacir Correa, “sugeriu” que Sousa se desvinculasse da Adesp por considerar tal envolvimento como “coisa de comunista”. A recusa em abandonar a associação e a sua presidência, fez com que Maurício de Sousa fosse demitido da sua função de colaborador da “Folha”, como também entrou para uma “lista negra da imprensa”, ou seja, foi banido de publicar em todos os principais jornais e revistas. Tal recusa, advinha do fato de que ele esperava, com a Adesp, ver as reivindicações da categoria atendidas, uma vez que as negociações já haviam sido iniciadas no governo de Jânio Quadros (SOUSA, 2017, p. 74).

Portanto, perdeu sua única fonte de renda “segura”. Logo depois, o presidente do país renunciou ao cargo – em agosto de 1961 –, o que abalou as esperanças da associação, ainda que Sousa não tenha perdido a crença no “movimento de nacionalização dos quadrinhos” (SOUSA, 2017, p. 75). Na linha sucessória presidencial, o vice-presidente de Jânio, João Goulart, assume a presidência do país, em meio a um caos político, em que o Congresso Nacional não via outra saída, a não ser instituir um regime parlamentarista, tendo em vista que “uma junta militar tentou impedi-lo de tomar posse, sob o pretexto de que Jango era esquerdista demais (...)” (SOUSA, 2017, p. 76).

Neste contexto, nos anos de 1961 e 1962, Leonel Brizola, o então governador do Rio Grande do Sul e cunhado de Jango, “patrocinou uma cooperativa de desenhistas brasileiros, com sede em Porto Alegre e despesas pagas pelo governo gaúcho”. Apesar de ter atraído quase todos os desenhistas do país para Porto Alegre, a cooperativa recebeu a recusa de Maurício de Sousa, que não admitia ter seus personagens à serviço da “luta de classes” (SOUSA, 2017, pp. 76 e 77).

À época, José Geraldo, que administrava o movimento de desenhistas no Rio Grande do Sul, pediu que Sousa adaptasse seus personagens “para que eles se tornassem

⁸² “Nos anos 50, os quadrinhos eram a menor de todas as artes [no Brasil]. Quase todos os intelectuais, aliás, nem a consideravam arte – e desprezavam quem pensasse diferente” (SOUSA, 2017, 116).

⁸³ “Em janeiro de 1960, nasceu a fusão das três *Folhas: da Manhã, da Tarde e da Noite*”, o que deu origem a “Folha de S. Paulo” (SOUSA, 2017, p. 65).

defensores do proletariado” (SOUSA, 2017, p. 77), o que o levou a assumir uma postura de neutralidade político-ideológica, não se afirmando como de direita, nem de esquerda, assim como seus personagens⁸⁴. Portanto, recusava-se a fazer qualquer adaptação da personalidade de suas criações, já que seus personagens “não assumiriam posições (...). Eles são crianças não fantoches ideológicos”. Assim sendo, Sousa relata que “a partir de 1964, os críticos diriam que os personagens da turminha eram alienados” (SOUSA, 2017, p. 77).

Em janeiro de 1963, o inusitado acontece e Maurício de Sousa recebe um convite para voltar a publicar suas tirinhas na “Folha”: ele faria parte do projeto de suplemento infantil do jornal, a “Folhinha de S. Paulo”, que mirava uma “brecha de mercado”. Antes disso, os personagens do autor já se alastravam pelo país – fruto da luta pessoal de Sousa para distribuir suas tirinhas nacionalmente (SOUSA, 2017, pp. 85 e 86).

Uma vez que as edições da “Folhinha” eram produzidas em acordo com os currículos escolares, o suplemento infantil do jornal passava a ser indicado como instrumento paradidático pelas escolas – “um recorde de vendas puxado por pedidos de professores” (SOUSA, 2017, p. 94) –, consolidando o sucesso de Maurício de Sousa entre os públicos infantil e juvenil. A grande visibilidade conferida às suas tirinhas pela “Folhinha” o fez considerar a confecção de um suplemento infantil próprio, que se chamaria “Jornalzinho da Mônica” (SOUSA, 2017, p. 94, 103, 104).

Em 1966, Sousa é convidado para participar do “Primeiro Festival Internacional de Quadrinhos de Luca”, na Itália, que funcionava “como uma imensa vitrine, [em que] as pessoas vão mais para ver e ser vistas” (SOUSA, 2017, p. 119). Mais tarde, em 1971, por causa do gibi da “Mônica”, ele ganha o “‘Yellow Kid’, (...) prêmio máximo de Luca, uma espécie de Oscar dos quadrinhos. A partir daí, veio o seu êxito internacional” (MORENO, 1978, p. 113).

Entre as décadas de 1970 a 1990, Maurício de Sousa foi convidado por algumas empresas para firmar acordos comerciais de uso das suas propriedades intelectuais, os seus personagens, como elementos propagandísticos de produtos variados – como se

⁸⁴ Maurício de Sousa, em sua biografia, relata dois episódios que contribuíram para a afirmação de sua postura política de neutralidade: o primeiro deles ocorreu quando, ainda criança, a gráfica de seu pai foi destruída pela polícia de Getúlio Vargas, e o segundo quando, já na fase adulta, o cargo de presidente da Adesp o fez perder seu emprego na “Folha de S. Paulo”, como também “ser banido da imprensa” (SOUSA, 2017, pp. 77 e 85). Por isso, decidiria por fazer “histórias leves, sem malícia” (SOUSA, 2017, p. 81).

fossem as “garotas-propaganda” das marcas (MORENO, 1978, p. 114). Algumas das empresas compradoras dos direitos de comercializarem produtos com as imagens criadas por Sousa, foram: a “Trol”, a “Estrela”, a “Duplex” e a “Cica” (SOUSA, 2017, p. 125-133). Na época em que os licenciamentos começavam a gerar renda e maior visibilidade para o desenhista, a empresa de Sousa, até então intitulada “Bidulândia Serviços de Imprensa”, apenas uma distribuidora de quadrinhos (SOUSA, 2017, p. 84), cede lugar para a “Maurício de Sousa Produções” (SOUSA, 2017, p. 128).

Apenas em maio de 1970, chega às bancas a revista da “Mônica”, publicada pela **Editora Abril**, “com distribuição nacional e 200 mil exemplares mensais de tiragem inicial”⁸⁵. Na época de sua publicação, o gibi “vendeu 20 vezes mais do que Super-Homem ou Batman”, um grande feito para o mercado editorial brasileiro que acreditava “que criança brasileira só gostava de personagem importado” (SOUSA, 2017, p. 139). Posteriormente, em 1973, chega também às bancas a revista do “Cebolinha”, pela Editora Abril (SOUSA, 2017, 143).

Sobre isso, Ortiz (1988, p. 123) explica que, na década de 1970, a “Abril” chegou a publicar 121 títulos, realidade bastante diferente daquela da década de 1950, em que a editora publicou apenas sete títulos. O que Ortiz pretende demonstrar com estes números é que, por causa dos interesses dos empresários da esfera cultural e dos militares alinharem-se diante da demanda pela “interligação de todo o território nacional”, as indústrias culturais puderam se desenvolver e firmar (ORTIZ, 1988, pp. 117 e 118):

Não se pode esquecer que a noção de integração estabelece uma ponte entre os interesses dos empresários e dos militares, muito embora ela seja interpretada pelos industriais em termos diferenciados. Ambos os setores veem vantagens em integrar o território nacional, mas enquanto os militares propõem uma unificação política das consciências, os empresários sublinham o lado da integração do mercado (...). Mas se tivermos em conta que **a indústria cultural opera segundo um padrão de despolitização dos conteúdos**, temos nesse nível, senão uma coincidência de perspectiva, pelo menos uma concordância (ORTIZ, 1988, pp. 118 e 119 – negritos meus).

⁸⁵ Na pesquisa desenvolvida por Marcos Massolini, em 2015, o autor explica que Maurício de Sousa publicaria as revistas da “Mônica” e do “Cebolinha” pela editora dos irmãos Rossolillo. Todavia, a editora “tinha sim estrutura para ao menos imprimir as duas revistas, mas os donos teriam sido alertados por agentes do DOI-Codi de que poderiam ter sérios problemas com o Governo porque estavam se metendo com um bando de comunistas. Assim, resolveram cair fora do negócio” (SOUZA *apud* JÚNIOR, 2012 *apud* MASSOLINI, 2015). Teria sido por isso que Maurício de Sousa fechou o contrato de publicação, no ano seguinte, com a “Editora Abril”. Informação disponível em: <http://coleccionadoresdehq.com.br/as-misteriosas-revistas-da-turma-da-monica-de-1969/>. Acessado pela última vez em: 19/11/17.

Ao retomarmos o trecho em que Maurício de Sousa enuncia o seu posicionamento político, preferindo se colocar como não partidário de nenhuma ideologia política em específico – o que estaria refletido na personalidade de seus personagens –, entende-se que, por assumir uma postura de neutralidade ideológica – ainda que tenha lutado, em momentos anteriores, pela nacionalização dos quadrinhos, o que o aproximara, erroneamente, de uma posição tida naquela época como de esquerda –, Sousa não enfrentou grandes problemas com a censura militar, imposta a “bens simbólicos em específico”, tendo sido possível para o desenhista emplacar gibis no período de “auge da ação repressiva” do Estado militar (ORTIZ, 1988, pp. 119 e 123).

Explica Ortiz (1988, p. 121 – negritos meus) que “é nesta fase [décadas de 1960/70] que se consolidam os **grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação e da cultura popular de massa**”. Isto porque foi o Estado militar que incentivou a “importação de novos maquinários”, estimulando o aumento no “volume da produção”, como também o “aprimoramento da qualidade” dos produtos nacionais. Sendo assim, todos os setores industriais se beneficiam da “modernização” encabeçada pelo Estado ditatorial, incluso o ramo industrial editorial (ORTIZ, 1988, pp. 121 e 122).

É por isso que a editora de Victor Civita⁸⁶ – a “Abril” – criada em 1950, chega na década de 1970 tendo adquirido o direito de publicação de 121 títulos; vale ressaltar que a primeira revista publicada pela editora foi o “Pato Donald”⁸⁷. Ao longo dos anos, a empresa percebe na diversificação das publicações a possibilidade de atingir nichos de mercado, o que faz com que se especialize na publicação de produtos em conformidade com os gostos de seus potenciais consumidores. Sendo assim, em 1973, a editora se interessa por publicar mais um gibi de Maurício de Sousa, o do “Cebolinha” (ORTIZ, 1988, p. 123).

A franquia pré-testada da MSP fez com que o lançamento de longas-metragens animados da “Turminha”, na década de 1980, fosse cogitado como mais um

⁸⁶ “Nos anos 60 e 70, os grandes empreendedores do setor cultural são (...) Homens que administram conglomerados englobando diversos setores empresariais, desde a área da indústria cultural à indústria propriamente dita. Civita: Editora Abril, Distribuidora Nacional de Publicações, Centrais de Estocagem Frigorificada, Quatro Rodas Hotéis, Quatro Rodas Empreendimentos Turísticos” (ORTIZ, 1988, p. 134).

⁸⁷ “A publicação de o *Pato Donald*, que em 1950 era de 83 mil exemplares, é agora ultrapassada pelos 70 títulos infantis, que totalizam uma tiragem de 90 milhões de exemplares (1986)” (ORTIZ, 1988, p. 123).

empreendimento de provável sucesso de público. Neste momento de consolidação dos personagens da “Turma da Mônica” nacional e internacionalmente, em que Sousa já havia ganhado prêmios em festivais, firmado contratos de cessão de uso e lançado seus próprios gibis, era quase certo que a próxima “aventura” do autor não daria errado, comercialmente falando.

Depois de ter assistido, em 1965, ao especial de Natal do “Snoopy”, personagem de Charles Schulz – outro caso de franquia pré-testada, em que “depois de 15 anos de sucesso nas tirinhas, Snoopy virou desenho animado” –, Maurício de Sousa, em 1976, decide por seguir os passos de Schulz e fazer um curta-metragem para o “especial de Natal” daquele mesmo ano que se aproximava do fim, pois que sempre teve “vontade de fazer filme” (SOUSA, 2017, p. 178). Todavia, diria o desenhista que “criatividade e talento a MSP tinha de sobra”,

O que faltava era a parte técnica, sobretudo a transposição dos desenhos feitos à mão para a película de **acetato**. Esse processo dependia de um equipamento conhecido como *table top*, que pode ser resumido como uma mesa para apoiar desenhos e uma câmera em cima para filmá-los (...). **Pois aquilo** [fazer desenhos animados] **exigia engenho, arte e técnica**. Na época, não deviam existir 10 engenhocas dessas em todo o país (SOUSA, 2017, pp. 178 e 179 – negritos meus).

Aqui, fica nítido o que Benjamin (2014, p. 71) pretende dizer ao enunciar as “necessidades elementares de maquinaria”, quando caracteriza o cinema como arte que se funda em sua reprodutibilidade técnica. É por isso que Maurício de Sousa firma contrato com Daniel Messias – dono de um estúdio de publicidade, dos três existentes em São Paulo, que continham o equipamento – para a produção e realização do seu primeiro filme em curta-metragem, *Feliz Natal pra todos* (1976).

Os dois grandes empecilhos enfrentados pelos produtores de cinema e cineastas – financiamento e distribuição/exibição – resolveram-se prontamente naquele momento, uma vez que a viabilidade da exibição do curta na emissora de televisão “Globo”, fruto de uma ligação do quadrinista a um dos “principais executivos” da rede, estava garantida, e a empresa “Cica”, fabricante de extrato de tomate, resolvera por patrocinar o curta como “espécie de anúncio institucional de final de ano”. A exibição foi um grande sucesso de audiência (MORENO, 1978, p. 114; SOUSA, 2017, pp. 179 e 180).

Influenciado por esta exitosa experiência, Maurício de Sousa decide por fazer um longa-metragem de animação, já que “a consequência natural do quadrinho é a animação” (MORENO, 1978, p. 114). Diria o desenhista que:

Às vezes me empolgava com o projeto, mas logo depois o deixava de lado, com receio de dar um passo maior que as pernas. Trinta e cinco anos atrás, fazer cinema no Brasil era um negócio complicadíssimo. Diante desse cenário, era compreensível que alguém pensasse 200 vezes antes de abraçar o projeto de uma animação colorida de longa duração (SOUSA, 2017, p. 180).

Assim sendo, na década de 1980, o primeiro longa-metragem de Maurício de Sousa começava a ser desenvolvido, mais precisamente, quando ele compra um estúdio de animação, o “Black & White & Color”, juntamente com o “Pelé”, seu amigo desde 1977. Quando o ex-jogador da seleção brasileira de futebol decide por vender a sua parte da empresa, Sousa se torna o único proprietário da produtora. “Nos bons momentos, o estúdio de animação chegou a produzir uns 10 comerciais por mês. Mesmo assim, havia tempo ocioso. Para ocupá-lo, começamos a fazer animações curtas (...) na esperança de que a Globo gostasse” (SOUSA, 2017, pp. 180 e 181).

Diante deste contexto, em 1982, Maurício de Sousa inicia a sua jornada no cinema⁸⁸. Deste modo, começa a produção do longa pela contratação de profissionais e especialistas na sétima arte – desenhistas, coloristas, arte-finalistas, técnicos e etc. –, até que:

Chegou um momento em que não havia mais animadores a serem contratados no Brasil: tive que buscá-los na Argentina e no Uruguai (...). Conforme o filme andava, o Black & White & Color chegou a ter mais de 100 funcionários, tornando-se o maior do gênero na América Latina (SOUSA, 2017, pp. 181 e 182).

As aventuras da Turma da Mônica (1982), o primeiro filme em longa-metragem do estúdio, seria, portanto, uma mistura de *live-action* e animação, “recurso [que] havia

⁸⁸ Todavia, essa vontade não surge de uma hora para outra. Além de ter assistido aos personagens de desenhistas e quadrinistas “ganhare vida” nas telonas – quadrinhos que se tornariam desenhos animados e filmes de animação –, Sousa diz que, na infância, “adorava ir ao cinema com meu pai para ver filme de adulto (...)”, o que permite afirmar que ele foi socializado pelo e para o cinema desde muito cedo (SOUSA, 2017, p. 94). Ainda, vale ressaltar que a decisão pela produção de filmes de animação em longa-metragem foi bastante pensada, uma vez que, em 1978, Antônio Moreno (1978, p. 115) relatava: “Todos os projetos [da MSP] serão destinados à televisão, pois a Maurício de Sousa Produções não vê condições para a sobrevivência do filme de animação veiculado pelos cinemas, pois a renda limitada, como prediz a Lei, não pagará o filme. A não ser que fosse mostrada ‘uma Mônica animada toda tropegamente, com pouquíssimos desenhos em movimento’ (...) ‘para que a produção barateasse’”.

sido explorado por Disney”, e, ainda que trabalhoso, não “era um enigma indecifrável” (SOUSA, 2017, pp. 182 e 183):

Em linhas gerais, o processo de animação tinha poucas etapas, na teoria relativamente simples. Primeiro, desenhava-se em preto e branco, como a gente sempre fazia. Depois, filmavam-se os desenhos no *table top*, transformando o quadrinho do papel no quadro a quadro da película em cinema. Por fim, revelava-se o filme (com processo semelhante ao das antigas fotografias) e coloria-se à mão um a um dos 45 mil fotogramas que formariam *As aventuras da Turma da Mônica*. Por fim, dublava-se a voz dos personagens e aplicava-se a trilha sonora. Na prática, porém, a teoria se tornava uma tarefa insana. Raras epopeias chegam perto no sentido superação de obstáculos. **Se eu fizesse uma lista de coisas que eram essenciais ao filme e não existiam no Brasil, ela não teria centímetros, e sim metros. O que havia disponível no mercado nacional era sempre de qualidade inferior ao material importado. Foi impressionante o número de dificuldades que apareceram** (SOUSA, 2017, pp. 182 e 183 – negritos meus).

O que Maurício de Sousa relata nestes dois trechos é de salutar importância para a compreensão de que faltavam recursos técnicos e materiais, como também pessoal capacitado, para a realização de um filme de animação, em longa-metragem, até a década de 1980, no Brasil (a criação do CTAv é pensada para suprir demandas como esta). Não havia o “pincel certo”, “tinta especial”, o acetato era escasso, a única “*table top*”⁸⁹ disponível “já não dava mais conta de acompanhar o ritmo de produção do estúdio” – e uma nova “custava o preço de um pequeno apartamento” –, para a realização dos efeitos especiais toda uma “engenhoca” era necessária, o que levou Sousa a afirmar que: “A ficção científica dos anos 1980 [no Brasil] era puro artesanato” (SOUSA 2017, pp. 183 e 184).

Como vimos em Walter Benjamin (2014), a produção de um filme em longa-metragem é um empreendimento caro – por envolver profissionais de variadas áreas do conhecimento engajados na produção do conteúdo fílmico, processo que pode demorar anos para ser concluído. Assim sendo, Maurício de Sousa relata que precisou desembolsar 100 milhões de cruzeiros, “algo como 6 milhões de reais em dinheiro de hoje”, para que seu filme fosse realizado, ainda que tenha recebido o apoio da Embrafilme:

Quando estávamos mais ou menos na metade do filme, recebi um telefonema de um diretor da Embrafilme pedindo que eu fosse ao Rio de Janeiro para uma reunião. Ele disse que a estatal estava interessada em investir no filme. Na época, **a Embrafilme patrocinava e**

⁸⁹ *Table Top* é “uma mesa para apoiar os desenhos [com] (...) uma câmera em cima para filmá-los” (SOUSA, 2017, p. 179).

distribuía para os cinemas quase todos os filmes nacionais. Em 1982, o governo militar entrava na sua fase final, **mas ainda dava muitas cartas no país.** Muito mais tarde, soube que um figurão de Brasília andava incomodado com as escolhas de patrocínio da Embrafilme. **Pela ótica dele, com exceção dos Trapalhões, a entidade praticamente só incentivava filmes de viés esquerdista ou de apelo sexual, ignorando as películas voltadas para as famílias.** Quando soube que eu estava fazendo um desenho animado para o cinema, **esse figurão mexeu os pauzinhos** para que a Embrafilme apoiasse *As aventuras da Turma da Mônica* (SOUSA, 2017, p. 184 – negritos meus).

Este relato esclarece sobre uma série de questões que envolvem a Embrafilme. Primeiro, que os filmes de Maurício de Sousa – e todos os dos “Trapalhões” – eram considerados por “figurões”, muito provavelmente militares, como filmes familiares, que, de acordo com a ideologia militar da época, não infringiam a moral e os “bons costumes”⁹⁰, já que esta categoria excluía aqueles de temáticas “esquerdistas” e/ou “sexuais”. Além do que, a fala de Sousa sobre o fato de que um “figurão mexeu os pauzinhos” para que a empresa incentivasse o seu filme, diz muito sobre a lógica de funcionamento da instituição, que foi caracterizada por alguns cineastas e produtores desde o seu início como “bairrista” e “dirigista”, ou seja, que dava margem às personalidades (MARSON, 2009, p. 20; RAMOS, 1983, p. 137).

Portanto, o primeiro filme em longa-metragem do “Black & White & Color” foi financiado e distribuído pela Embrafilme no ano de 1982. Maurício de Sousa, quando foi fechar o contrato com a empresa no Rio de Janeiro, relata que foi mal recebido por um funcionário que dizia que “a fila era longa (...) tem gente que está esperando há meses (...)”, ensejando uma resposta sugestiva de Marcos Saraiva, gerente executivo do estúdio de Sousa e que o acompanhou na viagem, ao funcionário da Embrafilme. A empresa, segundo Saraiva, “perderia a oportunidade de apoiar a primeira animação **comercial** colorida de longa duração da história do país” (SOUSA, 2017, pp. 182, 184 e 185 – negrito meu).

Pelo que vimos, como era do interesse, possivelmente de algum militar, a vinculação entre a Embrafilme e a produção “familiar” de Maurício de Sousa – a probabilidade de que o “figurão” fosse um militar é alta, tendo em vista que Maurício de Sousa, em seu relato, explica que os militares, naquele momento, ainda davam “muitas cartas no país” –, no dia seguinte da sua visita a empresa, recebe uma ligação do tal

⁹⁰ Ortiz (1988, p. 120), explica que a censura pretendia proibir espetáculos “degradantes” “para a formação do homem brasileiro definido segundo a ideologia de Segurança Nacional”.

funcionário “perguntando **todo polido** se eu podia receber o pessoal deles para a assinatura do contrato, **nos termos que eu tinha sugerido**” (SOUSA, 2017, p. 185 – negritos meus).

O filme ficou pronto em nove meses – talvez um dos menores tempos já registrados para a produção de um longa-metragem de animação no Brasil – e foi sucesso de público, a segunda maior bilheteria de animação já registrada se considerarmos o filme *Os Trapalhões no rabo do cometa* (1986) como uma produção do gênero. Contudo, relata Maurício de Sousa que a produção deve ter sido assistida por três ou quatro milhões de espectadores, dados que levantou junto aos exibidores, e que, como a prestação de contas de bilheteria era falha na época, não recebeu a porcentagem equivalente dos ingressos vendidos que deveria ter sido destinada aos produtores – a mesma problemática na comercialização que relata Anélio Lattini Filho com o filme *Sinfonia Amazônica* (SOUSA, 2017, p. 185).

Não obstante, diferentemente da desanimação que solapou a produção de Lattini Filho para o cinema, Maurício de Sousa continuou a produzir longas-metragens de animação durante toda a década de 1980 – precisamente, mais quatro filmes. Depois desse período de “ouro” do “Black & White & Color”, o estúdio passou um bom tempo sem produzir longas, voltando aos cinemas apenas em 2006, com a *Turma da Mônica em uma aventura no tempo* (SOUSA, 2017, p. 186). Muito provavelmente, Sousa se distancia da produção de longas-metragens quando a Embrafilme chega ao fim⁹¹, em março de 1990, e decide por retomar a produção no formato quando as leis de incentivo – Rouanet e Audiovisual – se encarregam de patrocinar a filmografia nacional.

2.3 Os Liberato

Francisco Liberato é um artista plástico baiano que se torna cineasta de animação posteriormente à sua incursão nas artes plásticas, a partir de 1970, quando tem início a “Jornada Baiana de Cinema”, em 1972⁹². O organizador da “Jornada” e amigo pessoal de Chico Liberato, Guido Araújo, ao sugerir que Liberato fizesse um curta-metragem de animação para ser exibido no festival – “Chico” Liberato, como é

⁹¹ Para os produtores de cinema nacionalmente ainda os acometia a competição feroz com filmes norte-americanos tecnicamente melhor elaborados, pois que “as inovações tecnológicas, que desde o final da década de 1960 já modificavam o cinema norte-americano, demoraram muito para chegar ao Brasil” (MARSON, 2009, p. 30).

⁹² Em 1985, a “‘Jornada Baiana de Cinema’ se transforma em ‘Jornada Internacional de Cinema da Bahia’” (GUSMÃO, 2014, p. 118).

chamado, era quem produzia os cartazes do evento –, impulsionava-o a trilhar pelo cinema animação.

A vontade de transcender com a arte para além da pintura foi o que motivou Francisco Liberato a se engajar no filme de animação: “Eu já estava conformado em passar a vida fazendo quadros para expor em parede. Mas faltava uma coisa: o movimento. Isso eu ia conseguir no cinema. Com o movimento fica mais fácil alcançar a transcendência que eu procuro, a partir do imaginário de um continente chamado sertão (LIBERATO, 2012 *apud O Globo*, 2012)⁹³.

Francisco Liberato sempre foi um artista engajado na produção de arte compromissada estética e estilisticamente, ou seja, ao invés de produzir tendo por finalidade primeira a comercialização de suas obras, Liberato, antes, concebe o objeto artístico como expressão cultural e representativa de uma localidade. Foi por isso que as temáticas de suas obras sempre buscaram retratar o “genuinamente brasileiro”, mais especificamente o sertão nordestino, aproximando-o dos ideais nacionalistas das décadas de 1950 e 1960:

A animação chega para nós do jeito “certo” através da Jornada de Cinema da Bahia, **festival** que abre janela para o cinema no mundo, em 1972, em plena ditadura, debatendo questões que trouxeram a linguagem para a importância que ela goza hoje no Brasil. Antes era Disney como entretenimento, mas com os tchecos, os iugoslavos, os franceses, os **canadenses**, chega a animação focada no **humanismo libertário** que precisávamos desenvolver. Nossas mentes e corações entenderam de pronto [negritos meus]⁹⁴.

A produção de curtas-metragens pelo artista se inicia em 1972, com *Ementário*, cuja direção contou com a participação de sua esposa Alba Liberato. Outros oito curtas foram produzidos em seguida, antes da incursão de Liberato pelo formato de longa-metragem. Segundo César Coelho⁹⁵, que, como vimos, é animador e membro da direção Anima Mundi,

(...) a produção de curtas é fundamental. É um grande laboratório, o protótipo de séries, o protótipo de longas, o protótipo de Propriedade Intelectual, muito mais do que pra *Live Action*. Investir no curta é investir no futuro de propriedades intelectuais, no desmembramento de outras possibilidades a partir do curta.

⁹³ Informação disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/chico-liberato-volta-fazer-cinema-partir-da-identidade-cultural-brasileira-5355602>. Acessado pela última vez em: 20/11/17.

⁹⁴ Entrevista concedida por Alba Liberato, em 14/07/17.

⁹⁵ Entrevista concedida por César Coelho, em 27/06/17.

Com a experiência e a maturidade acumuladas com a produção de curtas-metragens de animação, os Liberato decidem por concorrer “a edital nacional sobre linguagens diversas que contemplassem a rede de educação pública brasileira”⁹⁶. Por causa da concessão do benefício financeiro pela Embrafilme, o projeto de *Boi Aruá* (1984), na década de 1980, pôde ser desenvolvido.

E tivemos o crédito de pessoas que moveram a engrenagem da Embrafilme para que recursos saíssem no prazo ou atrasassem pouco, visando a continuidade da equipe. E mesmo assim, amargamos períodos em que paramos o trabalho, lutando para retomar adiante. O filme foi feito em 4 anos aproximadamente [negrito meu] (...)⁹⁷.

Com base na afirmação de Ramos (1983, p. 138) sobre a participação da Embrafilme na produção de obras de autores estreados, que explica sobre a imposição de temáticas pela empresa como forma de controle da produção, podemos sugerir como hipótese que foi de interesse da Embrafilme, e uma das possibilidades disponíveis para os Liberato, a adaptação de uma obra literária, como foi o caso de *Boi Aruá*, livro de Luís Jardim, de 1972.

Contudo, para os Liberato, a produção de um filme vai além do interesse apenas no produto final, e sim estimula o potencial de aprendizagem desencadeado no processo de sua realização. Como afirma Alba Liberato⁹⁸,

Numa visão mais justa do processo de produção de animação, teremos o fomento a uma atividade que funciona como **escola de cinema, montar uma equipe de animação requer mínima habilitação e, durante o processo, capacitação específica. Se sai dali com uma profissão em andamento para qualquer área que requeira o uso de imagem** [negritos meus].

Neste trecho, Alba Liberato se contrapõe a visão de política pública que acredita estar incentivando um produto. Para a artista, o investimento deve ser pensado pelo seu potencial de influência e disseminação de conhecimentos, bem como formador de novos talentos e quadros para o audiovisual brasileiro:

Saber que ao custo dessas produções corresponde o alto valor da escola que é para quem se inicia no audiovisual e que a identidade nacional agradece pelo forte poder de atração exercidos em crianças e jovens em formação. Precisamos conhecer nossa cara. E crescer a

⁹⁶ Entrevista concedida por Alba Liberato, em 14/07/17.

⁹⁷ Entrevista concedida por Alba Liberato, em 14/07/17.

⁹⁸ Entrevista concedida por Alba Liberato, em 14/07/17.

partir de quem somos na medida em que nos conhecemos como povo⁹⁹.

O roteiro do segundo longa-metragem dos Liberato, *Ritos de Passagem* (2012), ficou guardado por 20 anos desde a realização de *Boi Aruá* (1984), por ocasião do fechamento da Embrafilme em 1990, uma ordem do então presidente Fernando Collor de Mello que “tratou a cultura como um ‘problema de mercado’, eximindo o Estado de qualquer responsabilidade nessa área” (MARSON, 2009, p. 17). Chico Liberato descreve que, depois do grande “hiato” que acometeu o cinema nacional, o que o fez voltar a produzir no formato de longa-metragem foi “(...) ter ido ao Anima Mundi como convidado anos atrás e perceber que ainda há pessoas interessadas em fazer o que eu fazia: trabalho autoral” (LIBERATO, 2012 *apud O Globo*, 2012)¹⁰⁰.

Vale ressaltar que *Ritos de Passagem* (2012) foi produzido por meio de auxílios financeiros concedidos por concurso e edital do estado da Bahia. Cândida Luz, uma das filhas dos Liberato e produtora do filme, explicou, em entrevista, que, quando do início da produção de *Ritos de Passagem*, em 2010, o número de animadores capacitados em Salvador era muito restrito, “apenas cinco”, e que, portanto, precisaram contratar uma empresa canadense para o treinamento e capacitação de pessoal local.

A alternativa mais barata e lucrativa, explica Cândida (2017), é desenvolver apenas o roteiro, personagens e cenários localmente, enquanto a animação é conduzida no exterior. Todavia, uma vez que os Liberato primam pela animação como escola, todo o processo foi realizado no Brasil. Ao todo, 30 pessoas foram capacitadas com a produção de *Ritos*, o que demonstra a importância do investimento em audiovisual no país.

Por fim, *Ritos de Passagem* (2012), projeto de 2,5 milhões de reais¹⁰¹, foi exibido, em 2014, em apenas duas salas de cinema do país e contou com uma bilheteria de 966 espectadores¹⁰². Sendo assim, para os Liberato, o grande entrave à produção de

⁹⁹ Entrevista concedida por Alba Liberato, em 14/07/17.

¹⁰⁰ Informação disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/chico-liberato-volta-fazer-cinema-partir-da-identidade-cultural-brasileira-5355602>. Acessado pela última vez em: 20/11/17.

¹⁰¹ Informação disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/chico-liberato-volta-fazer-cinema-partir-da-identidade-cultural-brasileira-5355602>. Acessado pela última vez em: 19/11/17.

¹⁰² Informação disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/cinema>, contida no material “Informe Anual Produção de Longas-Metragens”, 2014.

longas-metragens brasileiros está localizado no setor distribuidor de filmes, que faturam “às custas do sacrifício da cinematografia nacional”:

(...) não creio que a mudança para o rumo correto venha de quem ganha na base de impor regras injustas. Precisamos nós mesmos, cineastas, realizadores, ter em mente que audiovisual é uma questão de soberania nacional, e batalhar para que a situação se inverta a nosso favor. As regras na distribuição do audiovisual em solo brasileiro devem partir dos brasileiros¹⁰³.

¹⁰³ Entrevista concedida por Alba Liberato, em 14/07/17.

3. O boom da produção de animação no Brasil

3.1. Primeiramente, o boom estético

Lipovetsky e Serroy (2015, pp. 31 e 32) se propõem a teorizar sobre a nova fase do capitalismo “pós-industrial”, denominada de “capitalismo imaterial”¹⁰⁴, dentro do qual estaria contido o “capitalismo artista”, o “capitalismo criativo”, ou ainda, o “capitalismo transestético”. Para os autores, as características distintivas desse novo momento capitalista “hipermoderno”, ou seja, que ultrapassa e redefine os limites da modernidade cultural, começaram a ser gestadas já na segunda metade do século XIX¹⁰⁵, quando “a arte moderna pôs em marcha uma **dinâmica de estetização sem limite do mundo**, podendo qualquer objeto ser tratado de um ponto de vista estético, ser anexado, absorvido na esfera da arte pela simples decisão do artista” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 18 – negrito meu). Discussões sobre o que poderia ser considerado como arte também ganhavam amplitude neste contexto, uma vez que a democratização do acesso, pelo consumo, aos objetos estilizados produzidos em larga escala diluía antigas fronteiras que delimitavam o espaço das artes como aquele caracterizado sobremaneira pela produção estilística.

A fase anterior àquela teorizada de forma mais detida pelos autores é conhecida pela vigência do “modo de regulação fordiano da economia”, que primava “pela otimização dos resultados” e “pelo cálculo sistemático dos custos e benefícios”¹⁰⁶ (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 11). Assim sendo, na reestruturada lógica

¹⁰⁴ Nova fase de predominância do capital desmaterializado, cujas “fontes de criação de valor”, são: a informação, o conhecimento, o estilo, os sonhos, as narrativas e as experiências (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, pp. 31 e 32).

¹⁰⁵ Explicam Lipovetsky e Serroy (2015, p. 18 – negritos meus) que: “Afirmando sua autonomia, os artistas modernos se insurgem contra as convenções, cercam sem cessar novos objetos, se apropriam de todos os elementos do real com fins puramente estéticos. Impôs-se assim o direito de tudo estilizar, de tudo transmutar em obra de arte, até mesmo o medíocre, o trivial, o indigno, as máquinas, as colagens resultantes do acaso, o espaço urbano: **a era da igualdade democrática tornou possível a afirmação da igual dignidade estética de todos os assuntos**, a liberdade soberana dos artistas de qualificar de arte tudo o que criam e expõem. **Em face da soberania absoluta do artista, não há mais realidade que não possa ser transformada em obra e percepção estéticas**”.

¹⁰⁶ “Diferentemente da regulação fordiana anterior, o complexo econômico-estético é menos centrado na produção em massa de produtos padronizados do que nas **estratégias inovadoras**, quais sejam, **a diferenciação dos produtos e serviços, a proliferação da variedade, a aceleração do ritmo de lançamento de novos produtos, a exploração das expectativas emocionais dos consumidores**” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 30 – negritos meus).

“capitalista transestética” contemporânea estes modelos organizacionais, ao se perpetuarem, aperfeiçoam-se e readéquam-se:

O que daí decorre é que estamos num novo ciclo marcado por uma relativa **desdiferenciação** das esferas econômicas e estéticas, pela **desregulamentação** das distinções entre o econômico e o estético, a indústria e o estilo, a moda e a arte, o divertimento e o cultural, o comercial e o criativo, a cultura de massa e a alta cultura: nas economias da hipermodernidade, essas esferas se **hibridizam**, se **misturam**, se **curto-circuitam**, se **interpenetram** (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 11 – negritos meus).

Até calhar no momento de procura e integração, pelas instituições oficiais, das vanguardas artísticas modernas. Isto significa dizer que tais instituições souberam abarcar – ao lidarem com o paradoxo aceitação/imposição de limites – os movimentos artísticos modernos como tática de “desenvolvimento das empresas, um setor criador de valor econômico, uma jazida, cada dia mais importante, de crescimento e de empregos”; portanto, a arte se consagra como “uma mercadoria entre as outras” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, pp. 30-33).

O que os autores sugerem com isso é que, as delimitações precisas entre “arte” e “mercado”, que organizaram o momento moderno da história cultural da humanidade ocidental, esvaem-se quando o capitalismo se reorganiza em “capitalismo artista” – o que seria o momento “neoliberal” do regime. Ou seja, as separações entre o que seria próprio do universo artístico e do universo industrial, entre produções artísticas e produções comerciais, tornam-se “nebulosas”, uma vez que a estética, o estilo, difunde-se por entre a produção industrial, originando “empresas e indústrias culturais e criativas”. Isso significa dizer que “não compensava” mais – em termos de lucratividade – produzir produtos apenas para suprirem as necessidades de seus consumidores, produtos com objetivos puramente funcionais.

O que as indústrias culturais e criativas, bem como a generalidade das empresas capitalistas contemporâneas, perceberam foi que, se tais produtos fossem vendidos a partir da elaboração de discursos que “apelassem” para a dimensão “emocional”, “afetiva”, “imaginária” e “pessoal” dos seus consumidores, ou seja, “seduzisse-os” por meio de *designs* singulares e de propagandas melhor elaboradas, poderiam conquistar nichos de mercado, ao mesmo tempo em que aumentar suas receitas. O que se adiciona, deste modo, ao “valor de uso” e ao “valor de troca” das mercadorias, é um “valor estético” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 37).

Este momento do capitalismo, portanto, em que as artes deixam de ser propriedade e assunto de poucos, para se dirigirem às massas – com exceções –, é possível pela difusão da lógica de “hiperconsumo”, pois que o consumo de arte, agora inscrita em todas as dimensões da vida cotidiana, torna-se possível, bem como amplamente difundido por entre as classes sociais como fator de diferenciação individual, de conformação das identidades. “De fato, o **universo industrial e comercial** foi o **principal artífice da estilização do mundo moderno** e da sua **expansão democrática**” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 20 – negritos meus):

A esse respeito, cabe reconhecer que foram antes as lógicas industriais e mercantis, e não a esfera da arte propriamente dita, que tornaram possível o processo de estetização de massa. Com o advento das **artes de massa** e das **estéticas mercantis** – que o **cinema**, a **fotografia**, a **publicidade**, a **música gravada**, o **design**, as **lojas de departamentos**, a **moda**, os **produtos cosméticos** ilustram –, desencadeou-se pela primeira vez uma dinâmica de produção e de consumo estético na escala da maioria (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, pp. 19 e 20 – negritos meus).

E este novo momento se generaliza em escala planetária, tendo em vista que a concorrência entre os centros produtores de bens simbólicos e prestadores de serviços se acirra cada vez mais – produz-se produtos para um “mercado mundial”¹⁰⁷. O que tem a ver com a “aceleração dos ritmos de circulação pressionando fronteiras geopolíticas, mas também simbólicas”, e devido ao “alcance das ecologias sociotécnicas de informação e comunicação [que] contracenam seja com a mutação ou emergência de outros formatos expressivos e gêneros culturais” (FARIAS, 2017, p. 4).

Significa dizer que os limites precisos dos territórios nacionais – e das forjadas “identidades nacionais” – são sobrepostos pelo nível da transnacionalidade, das fronteiras nacionais fluídas que o consumo intensivo de bens culturais de todas as partes do mundo – por meio dos suportes de mídia, por exemplo – ocasiona. Cada vez mais, as subjetividades são constituídas, e se constituem, a partir dos fluxos transnacionais de informações, conhecimentos, bens culturais e etc. Corresponde:

¹⁰⁷ “Estamos no tempo do **capitalismo globalizado** que impulsiona uma estilização dos bens de consumo de massa não mais circunscrita ao Ocidente. **Nos cinco continentes** estão em ação indústrias criativas que criam **produtos estilizados**, moda, *entertainment*, uma cultura de massa **mundializada**. (...) temos agora um processo de estilização que adota, nos quatro cantos do mundo, **os mesmos registros de sedução, de design, de entretenimento comercial e cujos atores se encontram todos numa concorrência econômica feroz**” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 22 – negritos meus).

(...) a um mundo em que se dá a crescente competição entre culturas que, por sua vez, correspondem à estilização de diferenças sócio-simbólicas enquanto diversidades étnicas, as quais, nos tantos formatos adquiridos por estas qualidades, compõem os catálogos de um mercado da alteridade, [ao passo em que] deixa em xeque a contrapartida do monopólio de sentido legítimo exercido pelo Estado-nação (FARIAS, 2012, p. 10).

E isto sugere que as indústrias culturais e criativas, bem como empresas de todo tipo, têm de se adaptar ao fluxo intenso por meio do qual se movimentam seus consumidores, subjetivados que foram para quererem e procurarem por “novidades” a todo o instante. Elas têm de lançar produtos “novos” a velocidades nunca antes experimentadas para satisfazerem clientes ávidos por incorporarem elementos e experiências personalizados às suas identidades. Para isso, contratam profissionais dos ramos das artes – como desenhistas industriais (*designers*), publicitários, artistas plásticos e fashionistas – que oferecem às empresas o estímulo criativo tão necessário à sua manutenção na lógica do “hiperconsumo” do capitalismo “hipermoderno”.

O mesmo produto pode ser redecorado inúmeras vezes e, por isso, revendido incontáveis vezes sob estratégias propagandísticas diferentes, que o evidenciem sempre como um novo produto. Uma vez “tocado” pelo *design*, o produto adquire a importância do trabalho criativo do artista profissional, deixando de ser apenas um bem material, para se tornar um item que vai “compor” o visual (o *look*), a identidade e a personalidade de seu proprietário. Portanto, o “hiperconsumo” é forjado enquanto necessário por essas instituições, como fator que contribuirá a afirmação das identidades, ainda que é sabido serem estas mutáveis, híbridas e dinâmicas, que se modificam com a mesma rapidez em que as tendências da moda no contemporâneo.

E a lógica do “capitalismo artista” sabe e tira proveito disso. Produz-se consumidores insaciáveis, pois assim se torna possível produzir produtos incessantemente, “seduz-se” pela comunicação afetiva e emotiva, pois se sabe que é bem provável que o “apelo” seja irrecusável – “com o **incremento do consumo**, somos testemunhas de uma vasta estetização da percepção” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 23 – negrito meu). É o momento das lógicas racional e empresarial hiperdesenvolvidas, que fazem uso do domínio estético com a finalidade de se “agregar valor” à mercadoria produzida, frente à concorrência mundial desvelada (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 31):

O capitalismo artista impulsionou o reinado do hiperconsumo estético no sentido de **consumo superabundante de estilos, de sensações e de experiências sensíveis**. O regime hiperindividualista de consumo que se expande é menos estatutário do que experiencial, hedonista, emocional, em outras palavras, estético: o que importa agora é sentir, viver momentos de prazer, de descoberta ou de evasão, não estar em conformidade com códigos de representação social (LIPOVETSKY; SERROY; 2015, p. 22 – negritos meus).

3.2 O modelo das agências reguladoras

No primeiro mandato do Presidente Fernando Henrique Cardoso – que sucedeu o Presidente Itamar Franco, ex-Vice-Presidente de Fernando Collor de Mello e que se torna chefe do Executivo quando este é impeachmado em 1992 – foi promulgado o “Plano Diretor de Reforma do Aparelho do Estado”, em 1995, que, dentre outras coisas, pretendia continuar o procedimento de “desestatização” da economia que se seguia desde os períodos finais do Estado militar, mais precisamente, desde 1979 com a implantação do “Programa Nacional de Desburocratização” (SILVA, 2006).

Na Constituição Federal promulgada em 1988, em seu artigo 173, está previsto o princípio da “subsidiariedade”, em que “o Estado deve abster-se de exercer qualquer atividade que compete à livre iniciativa, cabendo a este o fomento, a coordenação e a fiscalização das atividades exercidas pelo particular” (GUERRA, 2004, pp. 6 e 7 *apud* SILVA, 2006, p. 7). Este princípio, portanto, seria perseguido em todos os governos posteriores à promulgação da Constituição de 88.

Retomando o “Plano Diretor” implantado no governo FHC, “o que se buscava com a elaboração deste Plano era incorporar à Administração Pública brasileira **um novo modelo de gestão em substituição ao modelo burocrático**, que agora dava lugar ao chamado **modelo gerencial**” (SILVA, 2006, p. 8 – negritos meus):

Enquanto o primeiro se baseava na legalidade e na racionalidade técnica, o que lhe conferia certa rigidez, revelando-se lento e ineficiente frente aos desafios impostos pela **globalização econômica** [motivo que desencadeou o fim Embrafilme], o segundo priorizava os resultados, em detrimento de processos de controle, revelando-se **mais flexível e eficiente, reduzindo custos e majorando a qualidade dos serviços prestados** (SILVA, 2006, p. 9 – negritos meus).

Para que fosse alcançado, então, um modelo gerencial de governança, em que a atuação estatal pudesse interferir nos setores onde houvessem falhas de mercado, tendo em vista as sucessivas privatizações praticadas pelo governo FHC, o aparelho de Estado

se incumbiu da tarefa de “fiscalizar e auxiliar a iniciativa privada” naquelas atividades econômicas então designadas aos particulares. Diante deste contexto, é implantado, no país, o modelo das “agências reguladoras” (SILVA, 2006, p. 10).

As agências reguladoras – como a Agência Nacional do Cinema (Acine), criada em 2001, no final do segundo mandato de FHC – fomentariam a concorrência entre as empresas privadas, que poderiam requerer auxílio mediante o mérito. Sendo assim, a perspectiva do professor Luís Roberto Barroso (2003, p. 278 *apud* SILVA, 2006, p. 14) sobre as agências reguladoras é bastante interessante – e vai de encontro ao conceito cunhado pelo professor Elder Alves (2016, p. 478), “agentes estatais de mercado”, e que será apresentado adiante:

“A redução expressiva das estruturas públicas de intervenção direta na ordem econômica não produziu um modelo que possa ser identificado com o de Estado mínimo. Pelo contrário, apenas deslocou-se a **atuação estatal do campo empresarial para o domínio da disciplina jurídica, com a ampliação de seu papel na regulação e fiscalização dos serviços públicos e atividades econômicas. O Estado, portanto, não deixou de ser um agente econômico decisivo (...)**” (BARROSO, 2003, p. 278 *apud* SILVA, 2006, p. 14 – negritos meus).

Deste modo, a intenção estatal com este modelo de governança era instituir normas, bem como maneiras de fiscalização dos procedimentos encaminhados por certos agentes econômicos (SILVA, 2006, p. 17), pois que: “O essencial do conceito de regulação é o de alterar o comportamento dos agentes econômicos (produtores, distribuidores, consumidores), em relação ao que eles teriam se não houvesse a regulação, isto é, se houvesse apenas as regras do mercado” (MOREIRA, 1997, pp. 34 e 36 *apud* SILVA, 2006, pp. 18 e 19).

Logo, o que nos interessa nesta discussão é a compreensão de que a Ancine, além das funções que correspondem as incumbências de uma agência reguladora, tornou-se, muito devido ao fato de ser a “responsável pela secretaria executiva do Fundo Setorial do Audiovisual”, uma “agência de **fomento e coordenação** de políticas públicas para o audiovisual brasileiro” (ALVES, 2016, p. 489 – negritos meus) – o que será melhor indicado nas seções seguintes.

3.3 A animação brasileira no século XXI

O que aconteceu com as séries de televisão animadas produzidas nacionalmente nas duas primeiras décadas do século XXI – dos anos 2000 a 2017 –, antecipa os

encaminhamentos pretendidos por este trabalho. Com a promulgação da Lei nº 12.485/11, conhecida como a “nova lei da TV por assinatura” (ALVES, 2016, p. 480), as emissoras da televisão fechada deveriam veicular conteúdos das produtoras “independentes”¹⁰⁸ brasileiras, mais especificamente, e, no mínimo, uma hora e quarenta e cinco minutos semanais, e exibí-los em seus horários nobres (ALVES, 2016, p. 485). Para as séries de animação brasileiras, canais internacionais que têm como público alvo o infantil, como o *Discovery Kids*, o *Cartoon Network*, a *Nickelodeon* e o *Gloob*, tornaram-se janelas exibidoras possíveis para a assinatura de contratos.

As séries *O Irmão do Jorel* (2014) e *Historietas Assombradas* (2013), ambas veiculadas pelo *Cartoon Network*¹⁰⁹, evidenciam que conteúdos brasileiros “independentes”, ao serem exibidos no horário nobre de canais de espaço qualificado, estão qualitativamente preparados para concorrerem com programas estrangeiros já consolidados. Isso porque, no caso das séries citadas, elas ocuparam as primeiras posições de audiência deste canal, segundo o Ibope, entre o público de quatro a onze anos, nos anos de 2013 e 2014¹¹⁰, ficando claro que a questão não é sobre a falta de qualidade da produção, e nem sobre a ausência de público espectador, mas acerca da indisponibilidade de espaços qualificados e de horários nobres nestes canais para a exibição de conteúdos nacionais:

A lei [da TV por assinatura] será mais um estímulo às séries animadas nacionais. Como existem hoje muitas modalidades de fomento, como o Fundo Setorial do Audiovisual, as ações do BNDES e os editais estaduais e municipais, saímos do zero para dezenas de projetos, **possibilitando a criação de uma indústria** (COELHO *apud* *O Globo*, 2012¹¹¹).

Contudo, nem sempre foi assim. Na década de 1970, o advogado e jornalista Carlos Alberto Miranda (1971, pp. 134 e 135) explicava que não existia produção animada para tevê, porque:

¹⁰⁸ “Pequenas e médias produtoras” (MARTEL, 2012 *apud* ALVES, 2016, p. 481).

¹⁰⁹ A série *O Irmão do Jorel* (2014) foi a “1ª série de animação original do *Cartoon Network* na América Latina”. Informação disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,sucesso-no-cartoon-animacao-brasileira-irmao-do-jorel-ganha-novos-episodios,10000098859>. Acessado pela última vez em: 20/08/2017.

¹¹⁰ Informação obtida na reportagem: <http://projetoDraft.com/o-que-a-chance-de-vencer-o-oscar-diz-sobre-o-mercado-de-animacao-no-brasil/>. Acessado pela última vez em: 16/08/2017.

¹¹¹ Entrevista disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/producao-de-seriados-de-animacao-brasileiros-se-firma-com-30-novos-projetos-em-curso-5502416>. Acessado pela última vez em: 16/08/2017.

Até hoje, toda produção brasileira de desenho animado se destinou aos cinemas. Não compensa produzir para televisão, pois o ritmo de produção teria que ser tão intenso que não compensaria os investimentos elevados que forçosamente requisitaria. (...) ‘A televisão exige pelo menos 25 minutos de filme por semana, o que demandaria uma equipe de duzentos desenhistas profissionais e bem treinados. Um filme estrangeiro de 25 minutos custa de 4 a 5 mil cruzeiros para a emissora, preço que não pagaria o investimento feito aqui no Brasil. A saída, portanto, é o longa-metragem numa qualidade tão boa que dê para exportar’” (ARAÚJO *apud* MIRANDA, 1971, pp. 134 e 135).

Com relação ao longa-metragem de animação produzido nacionalmente, o “boom”, se comparado ao formato série de animação, encontra-se em vias de consolidação, principalmente devido ao fato de esses filmes ainda almejam as salas de cinema como suas primeiras janelas exibidoras¹¹². César Coelho¹¹³ relata também existir a questão de o longa-metragem ser “a escola da excelência em animação” e, portanto, demandar trabalhos mais elaborados em questão de “detalhes, acabamento e sofisticação”, o que somente agora estaria sendo atingido pelos produtores de animação como um todo.

Outro fator apontado pelo animador como sendo uma barreira ainda existente à consolidação em todos os formatos da animação brasileira, refere-se a demanda por profissionais de “excelência nas áreas de roteiro, de *design* de personagens e etc.”¹¹⁴; ainda que, nos últimos anos, no país, tenha ocorrido um crescimento do número de escolas e cursos profissionalizantes com especialização em cinema de animação¹¹⁵, como também a tecnologia digital facilitou o processo de elaboração destes conteúdos para responderem as demandas e prazos impostos pelo mercado.

Por outro lado, as salas de cinema multiplicaram-se pelos *shoppings centers* nacionais. O Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), plataforma de dados da Ancine sobre o cinema e o audiovisual nacionais, compilou esta informação na

¹¹² “O desempenho no cinema continua sendo importante norteador de valores de negociação para todos os desdobramentos ao longo do tempo de vida de uma obra” (MACHADO, 2013 *apud* *Filme e Cultura*, nº 60, p. 17).

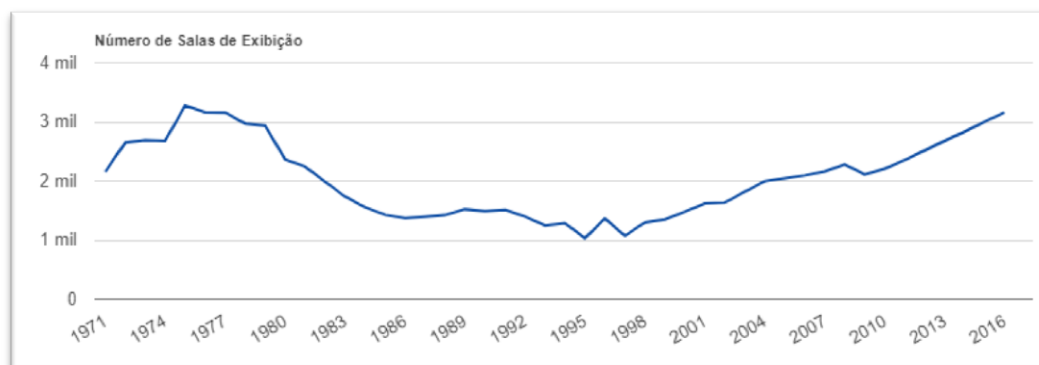
¹¹³ Entrevista concedida pelo animador César Coelho, em 27/06/2017.

¹¹⁴ Entrevista concedida pelo animador César Coelho, em 27/06/2017.

¹¹⁵ De acordo com o Boletim de 2014 produzido pelo “Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas” (SEBRAE), quatro instituições oferecem cursos para profissionais que queiram se especializar em animação, hoje, no Brasil. São elas: Pós-Graduação em Animação, Senac/SP, Curso Técnico de Criação e Produção de Animações e Web Games, Senac/SP, Anima Mundi e Belas Artes. Informação disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/boletim-o-crescente-mercado-da-animacao-no-brasil/>. Acessado pela última vez em: 19/11/17. Contudo, o boletim não contabiliza o curso de animação criado em 2009 na UFMG, como pôde ser visto no capítulo anterior.

forma de gráfico, (Gráfico 2), para demonstrar que ocorreu no país uma retomada do crescimento do número de salas de cinema a partir do final do século passado, chegando à 2016 com 3.160 salas (e aproximando-se do recorde do parque exibidor nacional, que na década de 70 contava com 3.276 salas de exibição).

Gráfico 2 - Número de Salas de Exibição no Brasil em 2016.



Fonte: OCA/Ancine. 2016.

Ainda que haja um crescimento quantitativo pelo país como importantes janelas exibidoras, enfrentam a crise do “pós-cinema, das multimídias e da interatividade” (BESSA; FILHO, 2014), que transformam o cenário do cinema tradicional possibilitando vias múltiplas à exibição de conteúdos. Com novos modelos de negócio, como o de difusão *online* de conteúdos, os filmes de animação brasileiros podem trilhar uma vida útil mais extensa, já que plataformas como a *Netflix*, ou como o aplicativo brasileiro *PlayKids TV*, prolongam o contato do conteúdo com públicos a longo prazo (CAETANO, 2013, p. 9 *apud Filme e Cultura*, nº 60).

Ao mesmo tempo em que se multiplicaram, as salas de exibição comerciais tendem a priorizar os filmes internacionais, principalmente os campeões de bilheteria (*blockbusters*) produzidos em *Hollywood* pelos grandes estúdios norte-americanos (*majors*)¹¹⁶. Ballerini (2012, p. 106) explica que apenas quatro meses do ano “oferecem maior chance de um bom fim de semana de estreia para um filme brasileiro, sem um grande competidor internacional”. Isso porque são períodos que não esbarram com o verão norte-americano – quando as *majors* lançam as megaproduções –, nem que antecedem ao Oscar – quando os cinemas se dedicam a exibir os filmes do festival. Aqui, é possível perceber uma das vias pelas quais o cinema nacional sofre a

¹¹⁶ São seis: *Warner Bros, Fox, Universal, Disney, Paramount e Columbia*.

interferência da ferrenha distribuição audiovisual norte-americana, mais especificamente da indústria de filmes *hollywoodiana*.

O sociólogo Elder Alves (2016) aponta para outras problemáticas complementares relativas à ocupação dos espaços exibidores pelos filmes *hollywoodianos*. Como no transcorrer das duas primeiras décadas do século XXI o faturamento de bilheteria no mercado interno norte-americano não correspondeu às expectativas dos grandes estúdios, havendo “estagnação na venda de ingressos” (ALVES, 2016, p. 480), a decisão foi por adentrar com força nos mercados internos de outros países, como o brasileiro, que, não despercebido pelos estúdios, passava por um momento de crescimento econômico e, portanto, de “aumento médio geral da renda das populações”¹¹⁷ (ALVES, 2016, p. 481).

A oscilação do percentual de participação dos filmes nacionais se deve muito menos à indisponibilidade de recursos financeiros públicos para produzir, distribuir, exibir e licenciar conteúdos nacionais, assim como à disposição para consumi-los, e muito mais à pressão publicitária, cultural e econômica exercida pelos grandes conglomerados norte-americanos (ALVES, 2016, p. 484).

Ainda sobre as problemáticas existentes para a veiculação de filmes nacionais em salas de cinema brasileiras, alguns profissionais que trabalham em grandes empresas multinacionais, distribuidoras e exibidoras de conteúdos, como Rodrigo Saturnino Braga, da *Sony Pictures* do Brasil, tendem a justificar a não distribuição e exibição de alguns conteúdos por conta de algum “sério problema de produção” (BRAGA *apud* BALLERINI, 2012, p. 111), enquanto alguns produtores autorais, como Alba Liberato¹¹⁸, criticam “a estrutura viciada que se baseia no lucro” em detrimento de se pensar na “dimensão sociocultural que uma arte de tamanho alcance pode ter”.

Sérgio Sá Leitão, diretor-presidente da empresa “Riofilme” em 2012 – atual ministro da Cultura do país –, concorda com Braga ao afirmar que “salvo exceções, o

¹¹⁷ Também, dos 110 milhões de assinantes da *Netflix*, por exemplo, 60/65 milhões deles estão localizados nos EUA, o que significa uma diminuição da frequência desses espectadores aos cinemas. Consolidada-se o “entretenimento caseiro” e, como consequência, o consumo de cinema decaiu. Desta forma, investir em países com mercados ainda poucos digitalizados, como o Brasil, torna-se uma opção lucrativa para esses grandes conglomerados do entretenimento, como os estúdios *hollywoodianos* (ALVES, Elder. Notas tomadas na conferência de encerramento ministrada pelo professor Elder Alves no XXI Seminário do grupo “Cultura, Memória e Desenvolvimento” (CMD), que ocorreu em Fortaleza, em agosto de 2017).

¹¹⁸ Entrevista concedida por Alba Liberato, em 14/07/2017.

filme brasileiro de qualidade, realizado com o intuito de atingir uma parcela ampla de público, tem uma boa circulação e obtém resultados expressivos (...)” (LEITÃO *apud* BALLERINI, 2012, p. 114). Com essa mesma opinião, Bruno Wainer, presidente da empresa de distribuição brasileira *Downtown* Filmes, explica que “[...] não tem nada a ver com problema de logística de distribuição e exibição. Todo filme com chance encontra seu espaço. Não se pode obrigar o dono de cinema a trabalhar com prejuízo, assim como não se pode obrigar o público a ver o que não quer” (WAINER *apud* BALLERINI, 2012, p. 119).

Todavia, muitos filmes “independentes” qualitativamente competitivos com as narrativas internacionais e *blockbusters* nacionais, não encontram o espaço necessário no circuito exibidor nacional – número de salas e semanas de exibição –, para que despontem como sucessos comerciais¹¹⁹. Filmes com boas bilheterias envolvem também, em muitos casos, “franquias pré-testadas” (LEITÃO *apud* BALLERINI, 2012, p. 116), elencos específicos e fervorosas campanhas de publicidade. Acrescenta a questão posta o animador César Coelho¹²⁰, ao desabafar que:

[...] alguns dizem que ‘a qualidade se impõe no mercado’. Isso é história para boi dormir! Quando você vai num cinema aqui no Rio, num complexo que tem aqui em um *shopping* com 14 cinemas, e você percebe 10 salas com o mesmo filme americano, você vê que isso não é uma questão de competência, é uma questão de ocupação de mercado mesmo. E a gente precisa ter proteção contra isso.

3.4 Os Agentes Estatais de Mercado

Os “Agentes Estatais de Mercado” (AEM) para o cinema e o audiovisual nacionais (ALVES, 2016, 2017) – mais precisamente a Agência Nacional de Cinema (Ancine), o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) –, têm tentado contornar a situação descrita com investimentos diretos em todos os elos da cadeia audiovisual nacional (criação, produção, distribuição, exibição e licenciamento). Isto só sendo possível de ser realizado propriamente devido ao aumento exponencial da quantia arrecadada pelo

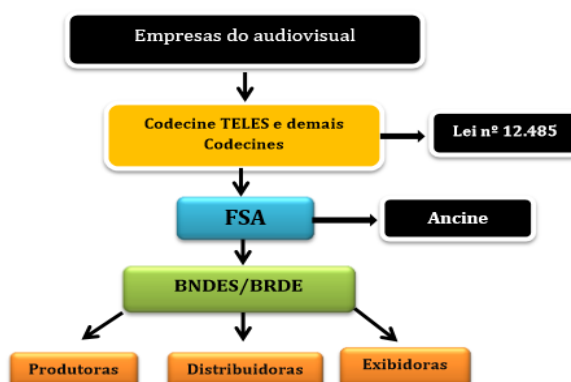
¹¹⁹ Em 2012, Adhemar Oliveira, presidente do Espaço Itaú de Cinema, conhecido por viabilizar a exibição de filmes de “arte” nacionais e internacionais, em entrevista concedida a Ballerini (2012, p. 138), explicava que: “deveríamos ter pelo menos cinco mil salas [em 2012]. Com um mercado apertado, as salas não podem esperar lotação, é preciso mudar”. Também, o produtor Flávio Tambellini (*apud* BALLERINI, 2012, p. 142) afirma que: “(...) temos um déficit enorme de salas e uma competição absurda com filmes estrangeiros (...). Mas não há espaço para todos, por isso precisamos ter mais salas populares, com ingressos mais baratos.”

¹²⁰ Entrevista concedida por César Coelho, em 27/06/17.

Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), a partir de 2011, com a promulgação da Lei 12.485, que favoreceu indiretamente o cinema (ALVES, 2016; BALLERINI, 2012, p. 151).

A lei do acesso condicionado (Lei nº 12.485/11), ao permitir que as empresas “concessionárias, permissionárias e prestadoras de serviços de telecomunicação (móvel e fixa) atuem como operadoras dos serviços de distribuição dos conteúdos da TV por assinatura” (ALVES, 2016, p. 486), determinou a taxaço das empresas por meio da cobrança do CODECINE Teles¹²¹, cujo montante arrecadado, juntamente com a arrecadação pelos CODECINES Títulos e Remessa¹²², deveria ser reservado para um fundo criado em 2006, mediante a promulgação da Lei nº 11.437/06, regulamentada pelo Decreto nº 6.299/07, o FSA¹²³ (ALVES, 2016).

Figura 3 - Dinâmica de arrecadação e repasse financeiro do FSA



Fonte: Elder P. Maia Alves. 2016.

Com isso, a arrecadação do FSA passou de 63,4 milhões, em 2010, para 562 milhões, em 2012, aumentando sucessivamente no decorrer dos anos (até, pelo menos,

¹²¹ Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CODECINE), que existe desde 2001; o “Teles” é referente a cobrança das grandes empresas de telefonia móvel e fixa que passaram a atuar no Brasil como operadoras (ALVES, 2016, p. 486).

¹²² “CODECINE Títulos incide sobre a exploração e o uso comercial de obras audiovisuais nos diversos vetores de mercado: TV aberta, TV por assinatura, salas de exibição, vídeo doméstico, entre outros. Já a CODECINE Remessa, incide (11%) sobre a remessa de recursos para o exterior, decorrentes de receitas obtidas por meio da exportação de obras cinematográficas e vídeo fonográficas, assim como a aquisição e importação” (ALVES, 2016, p. 487).

¹²³ “Alimentado por receitas **oriundas do próprio setor**, trata-se de um mecanismo que **privilegia o mérito** e, principalmente, induz a criação de uma **nova relação** entre o Estado e os agentes privados, já que não se trata de recursos a fundo perdido, **e sim de investimento**, com compartilhamento de riscos e resultados, contemplando atividades associadas aos diversos segmentos da cadeia produtiva do setor – produção, distribuição, comercialização, exibição e infraestrutura de serviços” (RANGEL *apud* BALLERINI, 2012, p. 164 – negritos meus).

2015, quando a Ancine disponibilizou pela última vez os dados). “Desse modo, o FSA tornou-se um dos maiores fundos públicos de caráter artístico-cultural de todo mundo” (ALVES, 2016, pp. 488 e 489).

Se pensarmos que, segundo Alves (2016, 2017a), os AEM são “políticas econômico-culturais”, “enlaces jurídicos e financeiros”, para a inculcação de lógicas empreendedoras, empresariais e criativas a setores, agentes e atividades em desenvolvimento, o audiovisual, portanto, passa a ser uma das áreas, por excelência, em que os agentes estatais de mercado destinam as suas ações com vias à regulação para um desenvolvimento nacional e regional menos assimétrico. Como diria Manoel Rangel, ex-diretor-presidente da Ancine na gestão iniciada em 2006, “queremos [por meio da Ancine] **recuperar o risco** como um fator essencial da qualificação do mercado e da mão de obra. Isso traz implícita a ideia de que **os filmes são melhores se neles existe um compromisso com o seu resultado econômico e cultural**” (RANGEL *apud* BALLERINI, 2012, p. 168 – negritos meus). Lógica que vem sendo gestada desde as ações culturais implantadas no período ditatorial militar.

Assim sendo, “o Brasil criou um modelo de tributação do capitalismo cultural digital sem saber, foi um paradoxo das consequências”¹²⁴. Por meio da promulgação da lei da televisão fechada, que exige a obrigatoriedade da exibição – via cota de tela – de 3 horas e 30 minutos de conteúdos nacionais nos canais de espaço qualificado, o imposto pago pelas operadoras de telefonia móvel por atuarem também como distribuidoras de conteúdos das televisões fechadas, o CODECINE Teles, fez com que a arrecadação do FSA aumentasse exponencialmente, fazendo da Ancine, além de agência reguladora, principal instituição de fomento do audiovisual nacional, já que é ela quem gere os recursos do fundo (ALVES, 2016).

Ainda, é necessário ressaltar a “circularidade tributário-financeira adotada pelo FSA” (ALVES, 2016, pp. 491 e 492), uma vez que a Ancine investe naqueles conteúdos viáveis comercialmente e que serão tributados pela agência como forma de recolhimento para o FSA. Por meio deste mecanismo, a Ancine propõe lógicas empreendedoras às agências culturais ao indicar que os projetos apresentados devem

¹²⁴ (ALVES, Elder. Notas tomadas na conferência de encerramento ministrada pelo professor Elder Alves no XXI Seminário do grupo “Cultura, Memória e Desenvolvimento” (CMD), que ocorreu em Fortaleza, em agosto de 2017

levar em consideração a viabilidade comercial da criação/produção/distribuição/exibição.

Segundo a produtora de animação Marta Machado (2013, p. 17 *apud Filme e Cultura*, nº 60), que trabalha na empresa cultural intitulada “Otto Desenhos Animados”, em Porto Alegre, o trabalho deles consiste em “basicamente concatenar a energia e vontade de um bando de artistas e equacionar a questão financeira de forma a garantir que esse grupo tenha condições, se não ideais, pelo menos minimamente adequadas de trabalho”.

Conforme Machado (2013, p. 19 *apud Filme e Cultura*, nº 60), “o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) tem dado bastante atenção aos longas de animação, aportando recursos para projetos do gênero”. Apesar disso, explica que, em 2013, dos 50 milhões destinados à linha A, “[que] consiste na produção de obras de longa-metragem selecionadas por meio de concurso público e destinadas à exibição nas salas de cinema” (ALVES, 2016, p. 489), do “Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro” (Prodecine), “apenas 3 milhões foi direcionado a projetos de animação”, o que, segundo ela, “é pouco recurso para tocar três longas de animação que certamente ocuparão mais **mão de obra por mais tempo** que metade dos longas de imagem real somados selecionados nessa mesma linha! Preconceito com a animação? Talvez” (MACHADO, 2013, p. 19 *apud Filme e Cultura*, nº 60 – negrito meu).

Vale ressaltar que a iniciativa privada, até muito recente, não considerava o investimento em cultura rentável. Por isso, o Estado brasileiro, por meio de suas instituições, teve e tem o dever fundamental de: I) incentivar a produção de bens simbólicos no país, e II) estimular a iniciativa privada a investir em cultura, ao evidenciar que o investimento cultural pode ser lucrativo.

4. Considerações Finais

Este estudo buscou explicar o “boom”, isto é, o crescimento exponencial da produção de longas-metragens de animação nacionalmente nas duas primeiras décadas do século XXI – de 2000 a 2017. O que podemos concluir é que o modelo de governança por meio de agências reguladoras implementado pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso a partir de 1995, permitiu que a Ancine, além de agência reguladora,

atuasse como agência de fomento de um setor de mercado que necessita de altos investimentos para a sua sobrevivência.

Além disso, uma política cultural, a “Política Nacional de Cultura”, foi gestada no período ditatorial militar no Brasil, mais especificamente, no governo do general Geisel em 1975, o que significou maiores possibilidades de produção, atreladas às estruturas de financiamento, para os cineastas brasileiros. Neste período, a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), criada em 1969, foi o vetor responsável pelo crescimento do mercado cinematográfico nacionalmente, na medida em que financiou a produção de determinados conteúdos, bem como os distribuiu, além de ter mobilizado recursos para projetos especiais – como aquele de criação de um Centro Técnico do Audiovisual (CTAv).

Vale ressaltar que, por meio desta empresa de capital majoritariamente estatal, um curso de animação para dez brasileiros pôde ser ofertado no núcleo de animação do CTAv, o que permitiu a realização de conteúdos animados nacionalmente por profissionais que foram apresentados às técnicas animadas, como também a criação de festivais (Anima Mundi) e empresas decorrentes do contato que tais indivíduos estabeleceram no curso de animação do CTAv.

Estes dois períodos – evidenciados pela Embrafilme e pela Ancine – nos mostram como a “fraqueza estrutural” que sempre acometeu o cinema brasileiro (RAMOS, 1983, p. 146), dependente de altas quantias para ser elaborado, fruto do processo de trabalho coletivo que demanda a produção de um filme em longa-metragem, encaminhou os cineastas à adaptarem-se aos mais diversos cenários políticos que destinavam mais ou menos recursos e proteções ao setor.

No período ditatorial militar, é evidente que a proposição de uma política nacional de cultura esteve atrelada ao maior controle que poderiam conferir os militares à produção de bens simbólicos em específico, como o direcionamento das temáticas preferencialmente de cunho literário ou histórico. Com isso, pretendiam construir um Brasil unificado e harmonioso, que buscasse se pensar como uma só “Nação”.

Por fim, no período recente da história brasileira, com a Ancine já funcionando atrelada ao Ministério da Cultura do governo neodesenvolvimentista de Luís Inácio Lula da Silva (Lula), quando da promulgação da lei 12.485/11, a “Lei da Tv Paga”, os

recursos destinados ao “Fundo Setorial do Audiovisual” aumentaram de tal forma que a Ancine – gestora do fundo – tornou-se a principal agência de fomento, além de reguladora e fiscalizadora do mercado audiovisual brasileiro.

O que significa dizer que a Ancine e o FSA, bem como o BNDES, são “agentes estatais de mercado”, ou seja, são “enlaces jurídicos e financeiros” que, ao regularem a atividade audiovisual em âmbito nacional, influenciaram indiretamente na produção de conteúdos audiovisuais nacionalmente. Assim sendo, ao financiarem todos os elos da cadeia audiovisual nacional – por meio dos recursos do FSA –, inculcam lógicas empreendedoras e criativas às empresas culturais, que devem primar pela viabilidade comercial de seus empreendimentos, uma vez que a Ancine participa da divisão dos lucros auferidos nas bilheterias dos filmes em que investe, bem como os tributa pela sua circulação.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. *Cinema, desenvolvimento e mercado*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

ALVES, Elder P. Maia. A expansão do mercado de conteúdos audiovisuais brasileiros: a centralidade dos agentes estatais de mercado – o FSA, a ANCINE e o BNDES. *Caderno CRH, Salvador*, v. 29, n. 78, p. 477-494, Set./Dez. 2016.

ALVES, Elder P. Maia, Mercados culturais no Brasil: o BNDES e o financiamento das empresas culturais brasileiras. *Unisinos 53(1): 24-35. Janeiro/Abril 2017a*.

ALVES, Elder P. Maia; BARBALHO, Alexandre; VIEIRA, Mariella Pitombo. *Os trabalhadores da cultura no Brasil: criação, práticas e reconhecimento*. Salvador: EDUFBA, 2017b.

BALLERINI, Franthiesco. *Cinema brasileiro no século 21: reflexões dos cineastas, produtores, distribuidores, exibidores, artistas, críticos e legisladores sobre os rumos da cinematografia nacional*. São Paulo: Summus, 2012.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. 2ª. reimpr. - Porto Alegre, RS: Zouk, 2014.

BERNARDET Jean-Claude. *Cinema brasileiro: propostas para uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BEZERRA, Laura; ROCHA, Renata. Políticas de Audiovisual. EDUFBA, 2012. Disponível em: <http://www.repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/7665>. Acessado pela última vez em: 04/10/2017.

DAHL, Gustavo. Construindo a ANCINE. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/publicacoes/artigos>. Acessado pela última vez em: 19/11/17.

ELIAS, Norbert. *Teoria Simbólica*. Celta Editora, 2002.

FARIAS, Edson Silva de. Horizontes de uma Sociologia das Expressões a partir de Norbert Elias. *Anais 14 do grupo de estudos "processos civilizadores", da UEL, 2012*.

FARIAS, Edson Silva de. Sociologia e a esfera cultural contemporânea. *Unisinos*, v. 53, n. 1, 2017.

FAUSTO, Boris. *História Concisa do Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

GUSMÃO, Milene de Cássia Silveira; SANTOS, Raquel Costa (org.). *Memória e Cultura: itinerários biográficos, trajetórias e relações geracionais*. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2014.

GUSMÃO, Milene de Cássia Silveira; SANTOS, Raquel Costa. Cinema e processos de formação cultural: algumas considerações sobre percursos de pesquisa. *Arquivos do CMD, Volume 3, N. 1. Jan/Jul 2015*.

HARVEY, David. *A Produção Capitalista do Espaço*. Capítulos VI e VIII. 2ª edição. São Paulo: Annablume, 2006.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna – Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural*. Edições Loyola, São Paulo, [1992]. 25ª edição, 2014.

INAGAKI, Camila Mitiko; PAULA, Bruna Thaís de; SCHNEIDER, Carla. O legado canadense, através do NFB, no desenvolvimento do cinema de animação no Brasil. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Chapecó - SC, 31/05 a 02/06/2012*.

JÚNIOR, Alberto Lucena. *Arte da animação. Técnica e estética através da história*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY; Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LOUREIRO, Isabel; SINGER, André. Apresentação – Elementos para uma cartografia do desenvolvimento lulista; SINGER, André. A (falta de) base política para o ensaio desenvolvimentista; RIZEK, Cibele. Faces do lulismo: políticas de cultura e cotidiano na periferia de São Paulo. Em: LOUREIROS, Isabel; SINGER, André (org.). *As contradições do lulismo: a que ponto chegamos?* 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2016.

LUCENA JÚNIOR, Alberto. *A Arte da Animação*. 2. ed. São Paulo: Senac, 2005.

MARSON, Melina Izar. *Cinema e Políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine*. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

MAZZUCATO, Mariana. *O estado empreendedor: desmascarando o mito do setor público vs. setor privado*. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014.

MELEIRO, Alessandra (org.). *Cinema e mercado*. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

MIRANDA, Carlos Alberto. *Cinema de Animação – Arte Nova/Arte Livre*. Editora Vozes Ltda. Petrópolis, RJ, 1971.

MIYAMOTO, Shiguenoli. Política Externa Brasileira: 1964-1985. *Publicação da Associação Brasileira de Relações Internacionais*. Vol. 8, n. 2, jul.-dez. 2013 [p. 3 a 19].

MORENO, Antônio. *A experiência brasileira no cinema de animação*. Rio de Janeiro: Artenova, 1978.

OLIVEIRA, Isabela Veiga. *A Representação Brasileira no Cinema de Animação Nacional: Identidade, Mercado Cinematográfico e Prática Artística*. 2013. UFG

ORTIZ, Renato. *A Moderna Tradição Brasileira*. Editora brasiliense, 1988.

Revista Filme Cultura nº 49, 2007.

Revista Filme Cultura nº 54, 2011.

Revista Filme Cultura nº 60, 2013.

RAMOS, José Mário Ortiz. *Cinema, Estado e Lutas culturais (Anos 50/ 60/ 70)*. Editora Paz e Terra, 1983.

SILVA, Eduardo Marques da. A Independência das Agências Reguladoras no Brasil e o Projeto de Lei nº 3.337/2004. Rio de Janeiro, 2006.

SIMIS, Anita. Cinema e política cultural durante a ditadura e a democracia. 2009. Disponível em: <http://rp-bahia.com.br/biblioteca/pdf/AnitaSimis.pdf>. Acessado pela última vez em: 07/10/2017, às 19hrs12.

SOUSA, Carlos Roberto de. Os pioneiros do cinema brasileiro - Raízes do cinema brasileiro. *ALCEU* – v. 8 – n. 15 – jul./dez. 2007.

SOUSA, Maurício de. *Maurício: A História que não está no Gibi*. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2017.

TAUSSIG, Michael T. *O Diabo e o Fetichismo da Mercadoria na América do Sul*. Editora Unesp, 2010.

Sites consultados

<http://cadernodecinema.com.br/blog/a-animacao-brasileira-no-armario/>

<http://www.japao100.com.br/arquivo/tracos-incertos/>

<http://www.revistacontinente.com.br/edicoes/202/cem-anos-da-animacao-brasileira>

<http://www.itaucultural.org.br/os-percursos-da-animacao-brasileira>

<http://redeglobo.globo.com/globouniversidade/noticia/2011/08/ufmg-cria-primeiro-curso-de-animacao-e-artes-digitais-do-brasil.html>

<http://coleccionadoresdehqs.com.br/as-misteriosas-revistas-da-turma-da-monica-de-1969/>

<https://oglobo.globo.com/cultura/chico-liberato-volta-fazer-cinema-partir-da-identidade-cultural-brasileira-5355602>

<http://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,sucesso-no-cartoon-animacao-brasileira-irmao-do-jorel-ganha-novos-episodios,10000098859>

<http://projetodraft.com/o-que-a-chance-de-vencer-o-oscar-diz-sobre-o-mercado-de-animacao-no-brasil/>

<https://oglobo.globo.com/cultura/producao-de-seriados-de-animacao-brasileiros-se-firma-com-30-novos-projetos-em-curso-5502416>

<http://www.sebraemercados.com.br/boletim-o-crescente-mercado-da-animacao-no-brasil/>

<http://coleccionadoresdehq.com.br/as-misteriosas-revistas-da-turma-da-monica-de-1969/>