

UNIVERSIDADE FUMEC
Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais Contemporâneos

Denis Leroy Faria

**ALCANCES E LIMITES DA PRODUÇÃO
DE SÉRIES ANIMADAS EM MINAS GERAIS:**
questões culturais na produção audiovisual brasileira

Belo Horizonte
2018

Denis Leroy Faria

**ALCANCES E LIMITES DA PRODUÇÃO
DE SÉRIES ANIMADAS EM MINAS GERAIS:
QUESTÕES CULTURAIS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL BRASILEIRA**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade FUMEC, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Estudos Culturais Contemporâneos.

Linha de pesquisa: Cultura e Interdisciplinaridade

Orientadora: Profa. Dra. Vanessa Madrôna Moreira Salles

Co-orientador: Prof. Dr. Juvêncio Braga de Lima

Belo Horizonte
2018

[Ficha catalográfica]

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

F224a Faria, Denis Leroy, 1974 -

Alcances e limites da produção de séries animadas em Minas Gerais: questões culturais na produção audiovisual brasileira / Denis Leroy Faria. – Belo Horizonte, 2018.

113 f : il. ; 29,7 cm

Orientadora: Vanessa Madrona Moreira Salles

Coorientador: Juvêncio Braga de Lima

Dissertação (Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos), Universidade FUMEC, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde, Belo Horizonte, 2018.

1. Animação (Cinematografia) - Minas Gerais. 2. Cultura - Minas Gerais. 3. Desenho animado - Minas Gerais. I. Título. II. Salles, Vanessa Madrona Moreira. III. Lima, Juvêncio Braga de. IV. Universidade FUMEC, Faculdade de Ciências Humanas, Sociais e da Saúde.

CDU: 778.51(815.1)

Folha de aprovação



UNIVERSIDADE
FUMEC

Denis Leroy Faria

ALCANCES E LIMITES DA PRODUÇÃO DE SÉRIES ANIMADAS EM MINAS GERAIS: questões culturais na produção audiovisual brasileira

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Culturais Contemporâneos da Universidade Fumec, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos Culturais Contemporâneos.

Aprovado em: 24 de setembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Vanessa Madrôna Moreira Salles – Universidade FUMEC
(Orientadora)

Prof. Dr. Juvêncio Braga de Lima
(Coorientador)

Prof. Dra. Astréia Soares Batista - Universidade FUMEC
(Examinador Interno)

Prof. Dr. Mauricio Silva Gino - UFMG
(Examinador Externo)

REITORIA

Av. Afonso Pena, 3880 - Cruzeiro
30130-009 - Belo Horizonte, MG
Tel. 0800 0300 200
www.fumec.br

CAMPUS

Rua Cobre, 200 - Cruzeiro
30310-190 - Belo Horizonte, MG
Tel. (31) 3228-3000
www.fumec.br

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me ajudaram e me incentivaram nesta caminhada.

A toda a minha família, principalmente a minha mãe, que sempre me ajudou e me incentivou a fazer exatamente o que eu queria.

Ao professor Juvêncio Braga de Lima, que muito me ensinou, e aos professores do Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos, que contribuíram para meu aprendizado.

Aos membros da banca examinadora: professora Vanessa Madrona, professor Maurício Gino e professora Astreia Soares.

A Deus e aos Orixás, pela fé e confiança.

RESUMO

Esta dissertação apresenta um estudo sobre a animação brasileira, com um recorte da produção de séries de animação independentes em Minas Gerais, onde o cenário se fortalece com editais de fomento disponíveis, em níveis municipais, estadual e federal. A pesquisa aborda questões culturais que influenciam a produção de conteúdo audiovisual, em todo o cenário brasileiro e, conseqüentemente nas produções estaduais analisadas. Através de uma pesquisa qualitativa com produtores independentes, as questões foram analisadas através de um viés cultural e de um olhar sobre nossa cadeia produtiva, inserida na economia criativa brasileira.

Palavras-chave: Animação. Cultura brasileira. Audiovisual. Animação brasileira. Séries de animação mineiras.

ABSTRACT

This dissertation is based on a study of Brazilian animation, in a cut of the production of independent animated series in Minas Gerais, where the scenario is strengthened with available development announcements at municipal, state and federal levels. The research deals with cultural issues that influence the production of audiovisual content, throughout the Brazilian scenario, and consequently in the state productions analyzed. Through a qualitative research with independent producers, the questions were analyzed through a cultural view and a look at our productive chain, inserted in the Brazilian creative economy.

Keywords: Animation. Brazilian culture. Audiovisual. Brazilian animation. Animation series mining.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1 O AUDIOVISUAL ANIMADO BRASILEIRO E AS QUESTÕES CULTURAIS.....	4
1.1 ORIGENS DA ANIMAÇÃO.....	4
1.2 A ANIMAÇÃO BRASILEIRA NO BERÇO DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NACIONAL	13
1.3 AUDIOVISUAL E INDÚSTRIA CULTURAL.....	21
1.4 GLOBALIZAÇÃO E O CINEMA DE ANIMAÇÃO NO BRASIL	29
2 O CENÁRIO PRODUTIVO DA ANIMAÇÃO NO BRASIL	39
2.1 O PROCESSO DO <i>DESIGN</i> NA PRODUÇÃO DE SÉRIES DE ANIMAÇÃO.....	43
2.2 DIFICULDADES PRODUTIVAS NO PROCESSO	50
2.2.1 <i>Orçamento.....</i>	50
2.2.2 <i>Distribuição.....</i>	51
2.2.3 <i>Falta de Mão de obra qualificada / formação</i>	52
2.2.4 <i>Características da produção.....</i>	52
2.2.5 <i>Política brasileira</i>	54
2.2.6 <i>Comercialização / Mercado.....</i>	54
2.2.7 <i>Tecnologia</i>	55
2.3 AVANÇOS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DE ANIMAÇÃO	56
2.3.1 <i>Políticas favoráveis.....</i>	56
2.3.2 <i>Editais de fomento.....</i>	58
2.3.3 <i>Organização da classe</i>	59
2.3.4 <i>Tecnologia</i>	60
2.3.5 <i>Indústria brasileira</i>	62
2.3.6 <i>Formação</i>	63
3 A PESQUISA NO ESTADO DE MINAS GERAIS.....	65
3.1 POLÍTICAS PARA O AUDIOVISUAL EM MINAS GERAIS	66
3.1.1 <i>Características da produção da animação em Minas Gerais.....</i>	75
3.1.2 <i>Identificação e análise das séries em Minas Gerais</i>	85
3.2 DISCUSSÃO.....	91
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
REFERÊNCIAS.....	97

INTRODUÇÃO

Há algum tempo, o Brasil vem sendo um terreno fértil para a produção de animação. O país, que possui uma prática de quase 100 anos nesse campo, vem ganhando a cada dia novas produções de cinema e televisão. Esse processo teve um ganho significativo depois que incentivos governamentais, até então pontuais, fomentaram o mercado com muita personalidade. No século XX, o país, que não contava com uma indústria específica de animação, por sua vez, possuía uma produção heroica baseada em iniciativas independentes de profissionais apaixonados pela arte, que tinham ligação com o meio derivados de outras mídias como a publicidade. É claro que nesse percurso de produção muitas dificuldades foram encontradas. Desde o começo, nos primeiros ensaios e produções, o caminho foi árduo.

Entre dificuldades e avanços, a animação brasileira vem ganhando destaque no mercado nacional e internacional. Produções nacionais de séries brasileiras vêm alcançando espaços importantes em televisões brasileiras e grandes conglomerados de mídia internacional, além de muitas exibições em diversos países. Tanto a produção voltada para a televisão quanto a experiência cinematográfica de animação impactam de modo positivo no desenvolvimento do setor audiovisual nacional, que apresenta crescimento nos últimos anos.

Esse crescimento, visto em vários estados do Brasil, tende a beneficiar a todos os participantes da cadeia produtiva do setor da animação, uma vez que desde o produtor independente até as grandes produtoras, como Maurício de Sousa, estão sendo beneficiados pelas mudanças ocorridas de um certo tempo para cá. O panorama da animação brasileira vem se mostrando em ascensão, com todos os produtores e envolvidos apresentando maiores possibilidades. Num contexto bem diverso culturalmente, novas propostas vão surgindo. Pretendo, neste estudo, uma análise da produção de séries animadas em Minas Gerais, tendo em vista a crescente produção de animação brasileira, através de uma pesquisa qualitativa de casos em evolução no ano de 2018 em Minas Gerais.

O mercado do audiovisual brasileiro vem crescendo com números consideráveis em todo o país. As produções, que no decorrer do século passado contaram com inúmeras dificuldades, hoje já podem considerar incentivos

governamentais mais contundentes. No momento crítico do país, a animação inserida no mercado do audiovisual brasileiro está presente no contexto do crescimento. A indústria criativa, que contém vários braços, sendo um deles o audiovisual, se mostra como um dos pontos que mais cresce num mercado em recessão. Assim, temos uma produção expressiva que, além de contar com uma tradição vinda de alguns estados, se projeta em novas expectativas. A produção mineira, por sua vez, se encontra com todo esse contexto e se posiciona diante de tudo isto. Acredito que com minha pesquisa posso contribuir para um possível acréscimo do saber no que diz respeito à produção de séries de animação entre avanços e dificuldades, um pouco da identidade que está sendo relacionada ao universo cultural brasileiro.

Como produzir séries animadas em Minas Gerais, usando dos fomentos disponíveis pelo governo, competir com grandes produções brasileiras, entrar no mercado e criar um produto aceito num universo de grande diversidade? No processo do estudo da produção de séries, cercamos as questões pertinentes ao desenvolvimento, sua cadeia produtiva e também suas identidades propostas. A produção em análise estaria num caminho adequado para esse desenvolvimento regional? Esta seria a problemática principal: o desenvolvimento e sua cadeia produtiva. Os temas de suas histórias e personagens têm uma ligação com a cultura regional ou seguem uma lógica internacional de universalizar histórias para ganhar mercados mundiais? Histórias globalizadas e multiculturais ou influências locais?

A produção de séries de animação em Minas Gerais vem se mostrando deslocada do contexto do eixo produtivo Rio - São Paulo em termos de números de produção. Existem possibilidades reais de esse desenvolvimento regional ser mais uma força criativa somada ao desenvolvimento nacional? A produção mineira possuiu uma identidade cultural marcada pela produção local? A produção local se firmará?

Estudar e analisar as produções recentes, mesmo que ainda na fase de projeto em desenvolvimento, como as produtoras mineiras desenvolvem séries de animação no contexto atual, sua cadeia produtiva, seus processos, avanços e dificuldades, são objetivos desta dissertação, além de analisar o processo produtivo das produções, a partir das entrevistas feitas em trabalho de campo, do ponto de vista do *design*; Identificar e categorizar dificuldades no processo atual; identificar e categorizar avanços na produção.

Através da pesquisa feita com produtores, buscou-se ter um recorte interessante dessa produção, através de uma abordagem qualitativa, feita com entrevistados produtores, que possuem projetos em desenvolvimento e visam ao alcance do mercado nacional e internacional. Esta pesquisa buscou descrever, analisar e categorizar o processo, dentro das condições de fomento e incentivo atuais dispostos aos empreendedores do meio audiovisual, relacionando os projetos e a realidade dos produtores com questões culturais atuais.

1 O AUDIOVISUAL ANIMADO BRASILEIRO E AS QUESTÕES CULTURAIS

Neste capítulo inicial, discorreremos a respeito do processo de formação da animação brasileira, caracterizando suas possibilidades e seus limites, bem como relacionando-a às questões culturais do país.

1.1 ORIGENS DA ANIMAÇÃO

Para discorrer a respeito da animação brasileira e seu processo de formação, vamos lembrar que as origens da animação – palavra cujo sentido original, derivado do termo latino *animare*, significa dar vida (LUCENA JÚNIOR, 2001, p. 29) – pode ser situada no tempo das cavernas, quando surgiram os primeiros desenhos em paredes que sugeriam um processo animado, até momentos mais recentes, em que a técnica da animação expandiu as potencialidades do cinema.

Na pré-história, percebemos registros que demonstram o interesse do ser humano em observar o movimento, sua lógica e seu acontecimento. Há mais de 35 mil anos, o homem pintava em cavernas – animais, formas, objetos. Nessas pinturas, às vezes, os animais eram representados com vários conjuntos de pernas e em posições sobrepostas, transmitindo a percepção de movimento.

Registros de imagens também como esses foram encontrados em outros locais e em diferentes épocas da humanidade. No Egito, pinturas em colunas sugeriam noções de movimento. No Templo de Isis, por exemplo, uma imagem da deusa era pintada em cada coluna numa fase diferente de ação, sugerindo, assim, o movimento. Ideias semelhantes surgiram em suas pinturas e murais e, posteriormente, em outras civilizações, como a grega.

A história da animação indica uma evolução enorme de técnicas e propostas visuais no desenvolvimento de um sistema de produção de desenhos animados, atuando como um laboratório no campo das artes, da cultura e da comunicação em geral, o que ocorre a partir do século XIX. Pela sua história e sua essência do fazer (SOLOMON, 1987), a apropriação sucessiva dos fotogramas, capazes de proporcionar a impressão de movimento, é percebida como o cerne da animação.

A necessidade constante de inventar aparatos técnicos e novas formas de olhar levou a animação a um lugar de destaque no universo audiovisual. Como

explica Silva (2013), se o cinema tem origem na coletânea de diversos inventos do período pré-cinematográfico, e se a animação - enquanto sequência de desenhos e pinturas inseridas em todos os aparelhos que visavam à apresentação de uma pequena narrativa ou, ainda, à ilusão do movimento (mesmo que em um contexto curto e cíclico) - está no seu cerne, pode-se reconsiderar as primeiras cenas dessa história. Afirma-se: “e no princípio era... a animação” (SCHNEIDER; SILVA, 2013a, p. 16). Esse amplo aparato de invenções, envolto por estudos e experimentações, contribuiu para a sustentação da magia cinematográfica (FOSSATTI, 2009, p. 4).

Por volta do século XIX, uma série de experimentos relativos à produção de imagens em movimento foi realizada. Os chamados ‘brinquedos óticos’ geraram grandes contribuições para o desenvolvimento da animação. Por meio do fenômeno chamado persistência retiniana, a ilusão provocada quando um objeto visto pelo olho humano persiste na retina por uma fração de segundo após a sua percepção, possibilitava que esses brinquedos fizessem com que o espectador enxergasse o movimento, tendo a ilusão da animação em suas experiências. Durante o século XIX, essas invenções, além de gerarem entretenimento, ampliavam também a percepção do homem naquele período, como ocorreu com o taumatoscópio e o fenaquistoscópio:

Em 1825, surgiu o taumatoscópio, que consiste em um disco de papelão com uma imagem na frente e no verso, mantidos entre dois pedaços de cordões. Ao torcer o cordão o disco girava rapidamente, criando a impressão de uma única imagem no disco. Era muito comum utilizar as imagens de uma gaiola vazia e um pássaro, e no rodopio do disco, víamos a ave presa na gaiola. Em 1833, o físico Joseph-Antoine Plateau com seus filhos inventou o fenaquistoscópio, aparelho formado por dois discos: um com frestas e o outro com várias figuras desenhadas em posições diferentes, que ganhava movimento quando os discos eram acionados. Para a produção dessa sensação do movimento eram necessárias dez imagens fixas por segundo. A visualização das imagens dos movimentos só era possível ao olhar através das aberturas do disco com frestas do aparelho. O fenaquistoscópio ganhou bastante popularidade e foi amplamente comercializado na época. (PORTAL ANIMAÇÃO S&A, 2015)

Essas invenções, ocorridas nos Estados Unidos e na França, deram sequência a outros experimentos. Assim, o processo de se fazer imagens em movimento foi ganhando novas possibilidades e novos horizontes:

O britânico William George Horner, utilizando do mesmo princípio do fenaquistoscópio, em 1834, construiu o zootoscópio, também conhecido como daedalum ou roda da vida. As sequências de imagens desenhadas eram colocadas num tambor com fendas. Ao observar através das fendas, as imagens ganhavam vida quando o tambor girava. Em 1877, Émile Reynaud criou o praxinoscópio, que também era uma variante do zootoscópio. A diferença fundamental do praxinoscópio consistia de um

jogo de espelhos no interior do aparelho que criava um cenário ao fundo e a ilusão das figuras animadas na frente. Émile Reynaud, com a combinação do praxinoscópio e lanternas, foi o primeiro a criar curtas sequências de ação dramática com imagens animadas. (Portal Animação S&A, 2015)

Além desses, em 1868 surgia um brinquedo ótico chamado *flipbook*. Também conhecido por Folioscópio, teve grande repercussão e foi considerado pelos primeiros animadores como um instrumento inspirador de sequências narrativas. Desenhos dispostos em cada página do livro davam a impressão de uma ação fílmica, quando rapidamente transpostas (FOSSATTI, 2009, p. 3). O brinquedo basicamente consiste em um bloco de folhas, que se assemelha a um livrinho no qual se desenha uma imagem em cada folha, gerando uma sequência de movimentos. Pela sua simplicidade, ele ganhou muitos adeptos. A animação se dá ao passar as folhas rapidamente, criando a ilusão que os desenhos estão em movimento. De fácil manuseio, o *flipbook* tem utilidade até os dias de hoje, tanto no campo do entretenimento e diversão quanto como teste de pequenas animações, funcionando com um rascunho ou um *pré-pencil* teste.

Após esses inventos, o primeiro filme animado de que se tem registro histórico foi *Fantasmagorie*, do francês Emile Cohl, em 1908. Ele foi produzido de maneira simples, por meio de um desenho que interagiu com objetos que encontrava, utilizando a técnica da animação tradicional. Posteriormente, Winsor MacCay, cartunista e animador norte-americano, conseguiu um reconhecido sucesso com seus quadrinhos *Little Nemo in Slumberland* e *Tales of the Jungle Imps by Felix Fiddle*, que se tornaram populares não só graças à história, mas também à expressividade gráfica, com páginas largas e cheias de desenhos, o que era raro na época. Em sua segunda animação, *Gertie the Dinosaur*, em 1914 - em que ele mesmo atuou ao vivo perante a audiência juntamente com o filme, segurando uma maçã e convidando Gertie a comer -, obteve muito sucesso, sendo considerado um marco na animação. McCay também foi o primeiro a criar curtas-metragens de filmes dramáticos, como *The Sinking of Lusitania*, em 1918, deixando nos seus primeiros trabalhos a base que o americano Walt Disney iria seguir em suas animações e inventos. Sua obra influenciou não só Disney, mas também outros animadores significativos, como David Fleischer e Walter Lantz. Novas condições de produção se estabelecem e com elas constantes inovações técnicas:

A exigência de prazos e os altos custos das produções estimulavam os artistas a desenvolverem incessantemente novas técnicas. A rotoscopia e o

acetato, caracterizado pelo desenho sobre o celulóide transparente, emergiam como novos recursos ao formato, oferecendo novas possibilidades à animação tradicional. O acetato, apresentado por Earl Hurd, abria a possibilidade de independizar o personagem de seu cenário, para o qual poderia destinar maior atenção plástica, expandindo o potencial da fotografia, que passava a ser utilizada como cenário. A rotoscopia foi criada em 1915, por Max e Dave Fleischer, idealizadores de Popeye, Betty Boop e o palhaço Koko. Estas invenções, mais uma vez, buscavam aprimorar os movimentos, recobrando-lhes de realismo e oportunizando novas possibilidades à animação, ampliando seu mercado (LUCENA JÚNIOR, 2001, p. 69).

Os filmes iniciais foram os primeiros desenhos animados utilizando a técnica da animação tradicional. Em 1928, Walt Disney lança *Steamboat Willie*, o primeiro *cartoon* usando áudio, em que o personagem principal Mickey Mouse tornou-se um ícone. Em *Silly Symphonies*, que eram os curtas criados por Disney, temos a primeira junção de imagens com som e cores no episódio “Flowers and Trees”, em 1932. Depois dessa junção mágica, o sucesso de Disney só aumentou com os lançamentos de *Os três porquinhos* e do primeiro longa-metragem *Branca de Neve e os sete anões*. Com isso, o diretor deu início à época de ouro da animação nos Estados Unidos e nos estúdios Disney.

Walt Disney foi um dos maiores responsáveis pela evolução da animação mundial em se tratando de técnicas e linguagens. Com uma produção constantemente crescente, ele criou inúmeros filmes, processos, personagens, novas técnicas e até o desenvolvimento de equipamentos para a produção dos filmes. Ganhou inúmeros prêmios da Academia e de festivais. Os Estúdios Disney, durante anos, foram um grande laboratório para o cinema e a cultura visual, influenciando vários países, autores, inspirando muitas escolas. Obviamente que, paralelamente a esse desenvolvimento, surgiram outras iniciativas, estilos e produções.

Não é nenhum exagero afirmar que o século XX não teria as feições culturais que o caracterizaram sem a influência do imaginário do mundo de fantasia criado a partir dos desenhos animados de Walt Disney. E esse sucesso se deve, inicialmente, ao enfrentamento dos problemas então existentes para a formulação de uma linguagem que verdadeiramente dotasse a animação de características artísticas próprias - a correta equação envolvendo imagem desenhada e seu movimento no espaço/tempo. A mais pura conquista da arte sobre a tecnologia que lhe permitia existir. Em outras palavras, ao sujeito que possuía o lápis (a tecnologia) foi oferecido um alfabeto (a arte), para que ele pudesse expressar-se (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 97).

O mercado da animação comercial cresceu muito nos Estados Unidos no século XX, e novos estúdios foram ganhando força, juntamente com a indústria do cinema, que expandia suas produções pelo mundo.

Walt Disney começava a ganhar destaque, tornando-se um fenômeno mundial e determinando o caminho para o qual a animação dirigir-se-ia, estabelecendo importantes conceitos para o gênero – imaginação e fantasia - ainda hoje observados. Independente da técnica de animação, tradicional ou digital, os paradigmas de Disney preservam-se como importantes referenciais das produções atuais. Seu projeto de perfeição e expressividade requereu dedicação e envolvimento com novas descobertas, cuidados estes exigidos de sua equipe de animadores (THOMAS; JOHNSTON, 1995).

Em outros países, como Canadá e França, tivemos o desenvolvimento do cinema de animação com expressivo estilo alternativo, baseado em experimentos feitos por animadores independentes e pela própria situação socioeconômica desses países e do cinema em locais afetados pela Segunda Guerra.

Até por estarem à margem do mercado de consumo da animação e das disputas comerciais entre os grandes estúdios, os animadores independentes - quase sempre subsidiados por órgãos governamentais ou instituições sem fins lucrativos - vão seguir trabalhando sempre na fronteira com o desconhecido. Um trabalho em geral solitário, pouco produtivo, mas de enorme importância para animação, que dá bem uma idéia do espírito de pesquisa por trás dessa arte. Às vezes, esse trabalho abria portas para a animação comercial. Os Estados Unidos, completamente dominados pelas séries de personagens em desenhos animados, e principalmente pelos filmes de ação ao vivo na esteira do espetacular (e assombroso) desenvolvimento do star system hollywoodiano, inicialmente não deram a menor chance para o desenvolvimento de métodos alternativos para a produção de animações. As novidades gráficas aparecem como soluções formais esporádicas e muito específicas na estrutura narrativa das animações comerciais. Restaria à Europa a oportunidade de explorar o vasto universo técnico e artístico da animação deixado em aberto pelos norte-americanos (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 82).

É interessante perceber que, dentre os vários pontos de surgimento da animação mundial, desenvolveram-se também estilos característicos próprios relacionados a realidades vividas na época e à cultura local, em que outras formas de arte influenciaram o trabalho dos artistas que experimentavam o formato, conforme comenta Barbosa Júnior:

Ainda antes do começo dos anos 1920, vão despontar as animações abstratas do artista alemão Walther Ruttmann, que inicialmente trabalhava com litogravura. Suas animações exploravam com sutileza as possibilidades expressivas do movimento geométrico. Sucessões rítmicas, desintegrações, formas onduladas que dançam na tela causaram forte impressão. O sucesso da série de animações intitulada OPUS, que combinava imagens com marcação visual, vai levá-lo a produzir a notável sequência animada “Sonho do Falcão”, no filme de Fritz Lang, Die Nibelungen, de 1926. Ruttmann havia desenvolvido uma técnica para a feitura de seus filmes na

qual formas plásticas eram montadas em hastes e iluminadas de tal maneira que apenas a parte superior poderia ser vista, procedendo-se a animação frame a frame (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 85).

Assim, o trabalho de alguns artistas independentes, que experimentavam técnicas alternativas na animação, influenciou o pensamento e a linha criativa de algumas escolas, o que, posteriormente, muito se assemelha ao estilo da animação de um determinado local com aquela influência principal. Quando avaliamos a produção de animação de locais como Japão, Canadá, Europa Central e Leste Europeu, percebemos que cada região teve um estilo mais marcante de animação devido às suas condições de surgimento. No caso do Canadá, o experimentalismo de um dos seus principais expoentes reflete isso.

MacLaren, que estudou na escola de Arte de Glasgow, na Escócia, e já na década de 1930 iniciara suas experimentações estéticas explorando técnicas alternativas de animação, encontrará no recém-criado National Film Board do governo canadense, no início dos anos 1940, as condições propícias para deflagar com êxito suas investigações técnicas e artísticas. MacLaren encarna, à perfeição, o protótipo do artista/cientista numa busca intensa e apaixonada para saciar sua curiosidade técnica a serviço da expansão dos limites artísticos da ação animada (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 92).

Outros animadores, encorajados por MacLaren, usam métodos em celuloides, areia, óleo em vidro, pincel, entre outros que eram amplamente utilizados e experimentados pelos animadores (FOSSATTI, 2009, p. 6).

Enquanto a cena da animação nos outros países teve influência direta de outras linguagens e também das artes visuais, com características de produção independentes, nos Estados Unidos a influência foi diretamente relacionada à popularidade e ao desenvolvimento do comércio proporcionado pela indústria do cinema, grandes estúdios e incentivos governamentais, o que gerou uma produção enorme de filmes, séries e desdobramentos comerciais. Essa realidade estreitava uma relação com a produção industrial do entretenimento.

Nos últimos anos da década de 20, Mickey Mouse supera em popularidade a personagem do Gato Félix, até então maior sucesso de animação da época. Durante as décadas seguintes, Mickey Mouse se consolida como uma das principais personagens do mundo da animação, participando de histórias em quadrinhos, filmes de longa-metragem, série para televisão, jogos de videogame, parques temáticos, além do licenciamento para diversos produtos. Também foi responsável pela criação de dezenas de outras personagens relacionadas ao seu universo, como Minnie, Pluto, Pateta, Tico e Teco, Bafo de Onça e Pato Donald - que depois mereceu o desenvolvimento de seu próprio universo ficcional (NESTERIUK, 2011, p. 32).

De forma geral, o constante desenvolvimento das linhas de animação no mundo e a cada tecnologia acertada, uma nova corrente de produção se estabelecia, influenciando outros campos das percepções humanas e transpondo barreiras, como diz Nesteriuk:

A animação é uma importante forma de comunicação e expressão contemporânea, com forte presença nas artes e na cultura do século XX e início do XXI. Neste sentido, a animação é um produto cultural que pode ser influenciado, como também pode influenciar as sociedades nas quais se encontra inserida. Além disso, tanto o seu pensamento quanto sua prática envolvem complexas relações inter e transdisciplinares com as mais diversas áreas do saber, como a administração, as artes, a comunicação, o design, os estudos culturais, a narratologia, a psicologia e a tecnologia, entre outras. Com o envelhecimento de seus espectadores e a expansão de sua popularidade por todo o mundo, a animação atravessou diferentes épocas e ultrapassou fronteiras e barreiras etárias, étnicas, sociais, econômicas e culturais diversas (NESTERIUK, 2011, p. 12).

Nesse cenário, temos um terreno fértil de experimentações e possibilidades, em que a contestação de padrões e de conceitos antigos está presente desde o Modernismo, período que trouxe para o mundo uma série de inovações tecnológicas e pensamentos significativos para a sociedade, bem como a invenção dos meios de comunicação contemporâneos. Encontramos, assim, uma condição especial para que a sociedade viesse a experimentar novas fronteiras das artes visuais, promovendo a interrelação direta e constante com fotografia, vídeo, cinema, a própria animação, instalações e performances.

Multiplicaram-se as possibilidades: artistas de diversas correntes também diversificavam suas obras em formatos distintos. No caso da animação, seu fortalecimento no século XX, aliado à invenção de novas tecnologias como a televisão, gerou cenários favoráveis ao desenvolvimento de novos formatos de narrativa, como as séries de animação para televisão.

Por exemplo, tornou-se público e transformou-se em fato histórico que o primeiro desenho produzido especialmente para a televisão teria sido “Crusader Rabbit”, que estreou em 1950 pela NBC de Los Angeles. Mas, na verdade, ele é a primeira série animada da TV americana, pois o primeiro desenho foi produzido em 1938, encomendado pela própria NBC (ABRIL, 2013).

Junto com o surgimento das séries, um novo horizonte de possibilidades se abriu. Na televisão, inicialmente, não se tinha um formato estabelecido que pudesse servir como base para trabalhar as programações também iniciais, uma vez que a própria linguagem estava sendo também criada. Um ponto positivo para os filmes de

animação, que já contavam com grande público, é que a TV possibilitou, ainda mais, um fator de propulsão nos quesitos transmissão e alcance de público.

Devemos nos lembrar (ou tomar conhecimento) de que entre 1940 e 1950 a televisão era experimental, sendo que a TV comercial somente foi estabelecida por volta de 1946. Ainda assim, a exibição de programas era irregular; não tendo horários certos nem uma legislação que definisse o tipo de programa que poderia ser exibido. Assim sendo, a produção experimental e regional foi ignorada por muitos livros de história. Existem historiadores americanos que estabelecem “Willie the Worm” como o primeiro desenho encomendado pela televisão e exibido pelo canal regional W2XBS, o mesmo que fez testes de transmissão em 1928 com um boneco do Gato Félix, sendo que o canal pertencia ao grupo da NBC. “Willie the Worm” foi criado em 1938 por Chad Grothkopf, funcionário da Disney (ABRIL, 2013).

Todavia, mesmo com os avanços, ainda encontrávamos dificuldades produtivas nas cadeias de televisão:

Em função do custo de produção de uma animação e da precariedade da televisão nessa época, a idéia de se criar e produzir seus próprios desenhos estava descartada. Assim, durante a década de 40, os canais passaram a transmitir desenhos animados produzidos para o cinema, em especial aqueles do período do cinema mudo (ou silencioso, como queiram). Curiosamente, também foram exibidos nessa época desenhos recém produzidos e exibidos nas telas de cinema. Visto não existir ainda uma legislação sobre o conteúdo exibido na TV, os canais compravam qualquer coisa para colocar no ar, entre elas, as cópias piratas de desenhos filmados no cinema em 16mm, acredite se quiser! Assim, os desenhos da Disney chegaram à TV, mesmo que por meios ilícitos, popularizando ainda mais o produtor (ABRIL, 2013).

Nos anos 1950, nesse cenário, uma crescente produção de séries de animação fez-se presente, diante de uma pequena diminuição na produção de longas-metragens animados. A produção estava sendo diversificada, pois era desenvolvida por outros importantes estúdios, como Hanna Barbera, marcando uma grande época com personagens importantes, presentes na cultura pop até hoje.

A *United Productions of America* (UPA), por sua vez, criada na década de 1940, demarcada por uma expressividade distante daquela sugerida por Disney, revolucionou a arte da animação. A proposta da UPA caracterizava-se pela economia do traço, pela concisão e por um conteúdo satírico, diferenciando-se das primeiras propostas de Disney – era a animação limitada, plena em expressividade (GUILLÉN, 1997). Naturalmente, essa diversificação gerou questionamentos a respeito da popularidade e comparações com as produções de Disney, que era o estúdio que crescia em grande escala, tanto em alcance dos filmes quanto em entretenimento diversificado.

A década [de 1940] marca o início das séries de animação na televisão e a diminuição [...] do número de produções desse gênero para o cinema. Novas tentativas de criação de séries originais foram feitas, sem, contudo, conseguir reeditar o sucesso das décadas anteriores no cinema. Walter Lantz cria sua segunda série de maior sucesso depois de "Pica-Pau", "Chilly Willy" ("Picolino"), um simpático pinguim que buscava sempre um meio para permanecer aquecido. Picolino, que tem como antagonista o cachorro Smedley, gosta de panquecas e de roubar peixes da morsa Leôncio (Walty Walrus), personagem que também aparece em outras animações de Lantz. Produzida entre 1953 e 1972, a série teve cerca de 50 episódios exibidos no cinema. Em 1957, após terem saído da MGM, William Hanna e Joseph Barbera fundaram o seu próprio estúdio de animação, Hanna-Barbera. Apesar de ter seu nome associado à produção para televisão, que, de fato, foi seu "carro chefe", o Hanna-Barbera produziu uma única série de animação para cinema, "Loopy le Beau" ("Loopy de Loop") (NESTERIUK, 2011, p. 37).

A tendência de aumentar a produção de séries para a televisão e diminuir a produção de séries para o cinema se acentuou. Nos anos 1970, de acordo com Nesteriuk (2011), o cinema parou de receber séries de animação. Chegou-se, assim, ao formato em que a TV exibe séries e o cinema, longa-metragens. Esse modelo é um formato que permanece até os dias de hoje, não só nos Estados Unidos, mas também em outros países. Há variações, mas o mercado da animação organizou-se assim, de um modo geral.

Depois de algumas décadas de desenvolvimento, alguns lugares de destaque foram ocupados. A indústria norte-americana de animação teve um grande volume de produção devido ao surgimento dos vários estúdios que produziam e vendiam filmes, séries e personagens e ao mercado favorável. Em termos de quantidade e inovações tecnológicas, a animação destacou-se devido a vários anos de produção, aos incentivos e à presença de uma indústria cinematográfica que acolheu e também absorveu essa área. Já pela experiência da linguagem, outros polos de produção também tiveram lugar de destaque. O estilo alternativo ou experimental foi notório tanto no Canadá quanto na Europa, em países como a França. Não podemos deixar de mencionar também o Leste Europeu e países orientais com seus *animés* e *hentais* e seu preciosismo técnico. Dessa forma, essas produções vêm marcando significativamente a linguagem audiovisual e o cinema.

Os maiores mercados de animação são os EUA, Japão, Canadá, França, Reino Unido Alemanha (RAUGUST, 2004; TSCHANG e GOLDSTEIN, 2004). O destaque da produção, porém, recai sobre a indústria norte-americana (para o cinema e TV) e sobre a canadense (para a TV). Os EUA desenvolveram duas indústrias de animação expressivas, com estúdios de diversos tamanhos, tanto para a produção de cinema, quanto para a produção de TV, entretanto, são os grandes estúdios que se destacam no país. No cinema, essa tendência é bem conhecida e na TV, três grandes

canais (Disney, Time Warner's Cartoon Network e Viacom's Nickelodeon) possuem em sua estrutura o estúdio, a distribuição e o licenciamento (RAUGUST, 2004; YOON; MALECKI, 2009 *apud* GATTI JÚNIOR; GONCALVES; BARBOSA, 2014, p. 468).

Feito esse breve panorama, é interessante observar que muitas invenções durante o século XIX e XX favoreceram o surgimento do cinema de animação. Mesmo com processos diferentes em alguns países, a animação veio a se tornar uma grande força criativa mundial graças às invenções. Países como Estados Unidos, França e Canadá tiveram papel de suma importância na origem dessa arte. Obviamente, não podemos deixar de afirmar que outros países no mundo também tiveram iniciativas produtivas pontuais em épocas similares, mas é bom lembrar que com pesos diferentes dentro da história. De acordo com essas origens, concluímos que as produções animadas tiveram uma maior capacidade de desenvolvimento nos países que estavam mais propensos ao desenvolvimento industrial cinematográfico.

1.2 A ANIMAÇÃO BRASILEIRA NO BERÇO DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NACIONAL

No Brasil, tivemos uma história de surgimento e formação do cinema de animação bem diferente do resto do mundo. O país, que vem se tornando um terreno fértil nesse campo, não teve durante muitos anos uma produção significativa em termos de volume de obras. No século XX, não contava com uma indústria específica de animação e possuía uma produção heroica, baseada em iniciativas independentes de profissionais apaixonados pela arte e que tinham ligação com o meio audiovisual como desdobramento de outras áreas da comunicação, como a publicidade.

O cinema de animação no Brasil só começou a ser feito de maneira experimental e esporádica após a contribuição do cartunista Raul Pederneiras, que preparou pequenas charges animadas para terminar o Pathé-Jornal, feitos a partir de 1907, pela companhia Marc Ferrez & Filhos. A ideia também serviria para os cinejornais dos irmãos Alberto Botelho e Paulino Botelho, sempre com a colaboração de Raul (GOMES, 2008, p. 6).

O primeiro filme de animação brasileiro, de Álvaro "Seth" Marins, foi lançado em 22 de janeiro de 1917. *O Kaiser*, como foi chamado, funciona como ponto de partida do cinema de animação no Brasil. Na primeira metade do século XX, o país teve uma produção tímida, mas, posteriormente, um significativo crescimento. Outras iniciativas foram acontecendo, com derivações de animações a partir de

cartoons e filmes que vinham da publicidade. Como explicam Ramos e Miranda, um cartunista de São Paulo, Luiz Eugênio Fonseca Filho (Fonk), animou peças publicitárias e foi autor de *As aventuras de Billie e Bolle* (1918), produzido e fotografado por Gilberto Rossi e animado por Eugênio Fonseca Filho, com personagens inspirados nos do quadrinho americano Mutt e Jeff (RAMOS; MIRANDA, 2000, p. 25-26).

Outro exemplo que podemos citar, como mostra Moreno (1978, p. 73), é Luiz Sá, famoso por seus personagens dos quadrinhos Reco-Reco, Bolão e Azeitona. Ele tentou levar para a tela o filme intitulado *As aventuras de Virgulino* (1938). Sá encontrou dificuldades na distribuição do filme, vendendo a única cópia para o dono de uma loja de projetores, que o cortou e ofereceu os pedaços aos clientes, como brinde. Assim, ele acabou encontrando na produção comercial um mercado mais promissor, ficando famoso pelas charges para jornais e revistas cariocas, no início da década de 1930, com muitos desenhos antológicos. Um é aquele em que apareciam mil letreiros indicando “Aqui há OTIS”, placa alusiva à indústria de elevadores encontrada nas construções. Esse trabalho foi devidamente comprado pela companhia. Já no cinema, ele conseguiu um maior encontro com o público por meio das charges que entremeavam as notícias, primeiro do “Globo esportivo”, do Cineac8, e depois de “Esporte na tela” e “Notícias da semana”, de Luiz Severiano Ribeiro, da década de 1930 até 1964.

Durante os anos 1950, a produção de longas-metragens foi iniciada com o filme *Sinfonia amazônica*, de Anélio Lattini Filho, em 1953. Posteriormente, temos *Piconzé*, em 1973, por Ypê Nakashima, seguido por Maurício de Sousa nos anos 1980, com os filmes *As aventuras da turma da Mônica*, e Chico Liberato com *Boi Aruá*, que já imprimia um estilo regional em suas obras (GOMES, 2008, p. 15). Na Bahia, este cineasta e artista plástico foi exemplo de produção praticamente isolada, com filmes como *Caipora* (1974), *Eram-se opostos* (1977), e o próprio longa-metragem *Boi Aruá* (1981-1985), além de *Carnaval* (1986), baseados numa estética próxima da xilogravura dos folhetins de cordel. Chico Liberato foi pioneiro do desenho animado na Bahia. Conquistou Menção Honrosa no Fest Rio daquele ano e prêmios no Festival da Juventude em Moscou e da Unesco, por estimular a juventude para a cultura sertaneja.

Nessa época, podemos notar a força dos personagens brasileiros protagonizando os enredos audiovisuais. Além das produções cinematográficas,

tivemos também uma produção publicitária que muito ajudou e reforçou a base desta arte. O mercado publicitário, durante anos, foi um grande incentivador da técnica, na ausência de grandes estúdios e de um mercado específico de animação.

Em Minas Gerais, na década de 1980, tivemos uma história marcada pelo nascimento do curso de Cinema de Animação na Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais. A escola abarcou a iniciativa de criar uma habilitação em Cinema de Animação, apoiada pela *National Film Board* Canadense e animadores brasileiros que fomentaram a iniciativa. Nos anos 1980, essa iniciativa trouxe ao estado uma produção importante com autores mineiros que se aventuraram pelos caminhos da animação.

Essa experiência atraiu estudantes e profissionais que logo se desenvolveram como animadores, formando uma primeira onda de realizadores mineiros, figuras como Edward de Carvalho, Isa Pato, Alexandre Albuquerque, Osmar Koxne, Adriane Puresa, Cristiane Zago, Tanya Anaya, Adriana Leão, Luiz Lincon Loureiro, Cláudia Paoliello, Pachelli da Gama, Magda Rezende, Marta Neves etc. (LEITE, 2013, p. 22)

Diante dessa iniciativa, as produções mineiras de animação cresceram e diversificaram entre filmes autorais, videoclipes, comerciais, instalações multimídias, em que era possível identificar um pouco da estética animada. Ainda assim, nessa época era impossível contar com uma indústria que congregasse a produção. Como explica Cristiane Zago, em entrevista:

É possível sobreviver e manter uma carreira apenas como animador em Minas? De que maneira? Com quais limitações um animador lida no seu dia-a-dia profissional?

Bom depende... Sem a tutela do estado? Sem lei de incentivo? Como? Se for com a tutela do estado, com lei de incentivo, talvez você consiga, indo de um projeto em outro, de lei em lei, você vai. Como animador, se você for bom demais, você vai para a publicidade, aí você vive só de animação, aliás tem carência de bom animador no mercado. Se for assim, nestes termos, você consegue. Agora, como uma pessoa de criação autoral, ela tem que ser boa, para ganhar alguns prêmios, para ter algum tipo de retorno, porque não temos outros mecanismos. Por exemplo, poucos mineiros conseguiram emplacar um filme no circuito comercial, ainda assim coletivos que estão aí, batalhando há anos com advogado em cima, com uma equipe extensa nessa área burocrática, de tentar um mercado para exibição, porque não se ganha dinheiro de outra maneira (LEITE, 2013, p. 207)

Essas dificuldades não foram exclusividade somente dos produtores mineiros, que, embora tivessem uma ótima iniciativa, encararam a realidade para este desenvolvimento, assim como o país que não se mostrava tão propício para essa continuidade.

Com a crise financeira do final de década de 1980 e o projeto neoliberal do governo Collor, que extinguiu a Embrafilme, a produção nacional levou um baque. Nesse contexto destacam-se verdadeiros guerreiros, como: Walbercy Ribas, que iniciou a produção de *O Grilo Feliz* justamente nessa época e demorou 17 anos para finalizar o serviço; Maurício de Sousa, que montou uma verdadeira linha de produção e é o animador que mais arrastou público para os cinemas em nossa história; e Otto Guerra, que mesmo com todas as dificuldades conseguiu finalizar *Rock & Hudson* em 1992 (REVISTA O GRITO -UOL, 2013).

Nesse contexto, foi impossível gerar uma indústria de animação de peso no Brasil em função da ausência de incentivo governamental específico e das dificuldades do mercado cinematográfico. Uma produção mais voltada para o mercado publicitário em São Paulo, entretanto, como cita Gomes (2008), congregou animadores bem treinados na publicidade, destacando nomes como Flavio Del Carlo – *Paulicéia* (1978), *Tzuba Tzuma* (1983) e *Squich* (1992), Hamilton Zini Jr. - *Zabumba* (1984) e *Masp Movie* (1986) e Cao Hamburger – *Frankstein punk* (1986) e *A garota das telas* (1988), com sua animação de bonecos. Além de um cinema experimental ancorado em diretores insistentes, para não dizer heroicos, a produção de animação brasileira teve altos e baixos, mas conseguiu produzir seus próprios títulos.

Nos anos 1990, Maurício de Sousa continuou lançando filmes, mesmo na instabilidade do cinema nacional. Outro expoente foi *Cassiopéia*, o primeiro filme em CGI (do inglês *Computer-generated imagery*), do Brasil, de Clóvis Vieira, em 1996; e Otto Guerra, um representante do sul do país que lançava *Rock e Hudson, os caubóis gays'*, figurando como primeiro longa-metragem animado de conteúdo adulto do país.

De 2000 para cá, tivemos lançamentos de títulos históricos, como *O grilo feliz* o já mencionado longa-metragem animado de Walbercy Ribas, que demorou cerca de 17 anos para ser produzido. Este é um exemplo das dificuldades de se produzir animação em um país que não contava com políticas desenvolvimentistas e editais de fomento.

Nos últimos tempos, a produção aumentou e as condições melhoraram. O estúdio Maurício de Sousa continuou lançando seus Cine Gibis e diretores, como o próprio Otto Guerra, Alê Abreu e outros, conseguiram melhores condições de trabalho. Em 2018, temos um número considerável de filmes, longas, curtas e médias, além de séries de televisão que ocupam espaço nos canais a cabo.

Podemos dizer que tivemos um marco importante, em que a animação brasileira ganhou uma nova chance no horizonte, a partir de uma lei específica para a programação das televisões a cabo, a Lei n. 12.485, de setembro de 2011. Nesta lei, a exibidora passou a ser obrigada a exibir em sua grade de programação um número maior de horas de conteúdo brasileiro, a fim de cumprir uma cota mínima. Assim, o mercado brasileiro recebeu uma boa dose de ânimo e expectativa, uma vez que os produtores nacionais independentes poderiam almejar uma janela de exibição na televisão, o que até então era bem difícil.

A Lei 12.485 foi discutida por cinco anos no Congresso Nacional e propõe remover barreiras à competição, valorizar a cultura brasileira e incentivar uma nova dinâmica para produção e circulação de conteúdos audiovisuais produzidos no Brasil, de modo que mais brasileiros tenham acesso a esses conteúdos. Abrindo o mercado a novos competidores, a lei amplia a oferta do serviço e estimula a diminuição do preço final ao assinante, além de estabelecer a obrigação de programação de conteúdos brasileiros nos canais de espaço qualificado, e de canais brasileiros dentro de cada pacote ofertado ao assinante. Trata-se do primeiro marco regulatório convergente para a comunicação audiovisual no Brasil, ao unificar a regulamentação dos serviços de televisão por assinatura que estava dispersa em diferentes comandos legais. O sentido da lei é criar as condições para a multiplicação de empreendimentos e a geração de riqueza interna, para que o Brasil se torne um grande pólo produtor de audiovisual, a exemplo de outros países que se consolidaram como produtores de conteúdos e exportadores de formatos audiovisuais. A Lei 12.485 abre oportunidades de crescimento para diferentes segmentos do mercado: para as produtoras, porque haverá demanda por 1.070 horas anuais de conteúdos nacionais e independentes inéditos; para as programadoras brasileiras, já que a lei induz o aumento da demanda por novos canais brasileiros de espaço qualificado; e para as programadoras estrangeiras, que terão uma proximidade maior do público brasileiro' (PORTAL ANCINE, 2016).

Junto a outros fatores, como o sucesso de algumas produções brasileiras, essa lei proporcionou um aquecimento da produção nacional de animação, que agora tem disponíveis horários reservados para difusão de suas produções. Além disso, todo um sistema comercial baseado nos personagens dos episódios seriados também passa a fortalecer as produções com desdobramentos transmídia em geral.

Talvez agora, mais de 100 anos após o marco inicial, a animação brasileira esteja experimentando seu ápice, por meio de incentivos e leis nacionais, num momento ímpar em sua história de desenvolvimento. Com uma produção atualmente intensa, em filmes e séries, o país vivencia um número crescente de produções no ar, criando uma nova 'cara' no cinema e na televisão. Analisando do ponto de vista do crescimento, houve um momento de viragem, como cita Leonardo Ribeiro:

Acredito que o Brasil vive uma fase de mudança no campo da animação. Em relação ao que chamo de viragem, hoje o volume de produção é muito maior do que no passado. Antes a base de produção de animação estava formatada para atender a demanda publicitária, pequenas peças institucionais e o curta metragem autoral ou experimental. Geralmente as produções eram organizadas por pequenas equipes de trabalho, ou animadores solitários. Hoje existe um mercado muito maior a ser explorado: as séries de animação para televisão. Os estúdios de animação no Brasil estão se estruturando e se especializando na produção de séries. Com uma divisão de trabalho muito rigorosa, métodos rígidos de produção, equipes maiores, trabalhando em produções que levam um, dois anos para se realizarem e orçamentos superiores que as das produções do passado (RIBEIRO, 2012, p. 126).

Seguindo um bom fluxo que já vinha sendo desenvolvido a partir das produções da década de 1990, a animação brasileira ganhou um caminho parcialmente aberto. Em função disso, o produto nacional foi favorecido e a formação de novos profissionais, que antes miravam o mercado estrangeiro como alternativa de trabalho devido à falta da indústria própria, atingiu outro patamar.

Entre dificuldades e avanços, a animação brasileira vem ganhando destaque nos mercados nacional e internacional. Produções nacionais de séries brasileiras, como *O Peixonauta*, de Célia Catunda e Kiko Mistrorigo (2009), *Historietas assombradas*, de Victor Hugo Borges (2013), *O irmão do Jorel*, de Juliano Enrico (2009), *Meu amigão*, de Andrés Lieban (2010), *O show da Luna*, de Célia Catunda e Kiko Mistrorigo (2014), dentre outras, vêm alcançando posições importantes em televisões brasileiras e grandes conglomerados de mídia internacional, além de muitas exibições em diversos países. Tanto a produção voltada para a televisão quanto a experiência cinematográfica de animação impactam de modo positivo no desenvolvimento do setor audiovisual nacional, que apresenta crescimento nos últimos anos, como mostra César Coelho, diretor do *Anima Mundi* em entrevista à imprensa:

O mercado de séries para TV é mais forte do que o de cinema para a animação do país? São dois mercados diferentes. O mercado de séries é o "atacado" da animação. Quando se encomenda uma série de animação, é mais ou menos o equivalente a produzir de quatro a cinco longas-metragem em termos de tempo, de duração. Uma série tem em média 26 episódios, e tem alguns de 13 minutos, outros de 26 minutos [...] esse mercado é o grande empregador, ele emprega extensivamente mão de obra, e possibilita agora, no Brasil, existirem estúdios com até 100 animadores. A gente cresceu muito rapidamente; hoje a gente está exportando animação brasileira; mas alguns anos atrás a gente exportava animadores como o Carlos Saldanha: profissionais que não encontravam campo de trabalho no

Brasil, e iam trabalhar lá fora. O Brasil exportava talentos, hoje exporta animação¹.

Muito se deve à atitude dos próprios animadores que, em todo o tempo, buscavam a evolução do segmento. O que antes eram atividades isoladas, com poucas discussões e representações entre o grupo de profissionais da animação, hoje em dia é diferente. O profissional de animação vem buscando, cada vez mais, organizar-se em função de objetivos comuns, troca de informação e fortalecimento do setor. Iniciativas como o *Anima Forum*, a Associação Brasileira de Cinema de Animação (ABCA) e muitos grupos *on-line* de discussão sobre animação abriram o caminho para uma organização da categoria, com melhoras significativas. A ABCA surgiu com o intuito de, justamente, buscar uma maior representação dos animadores, como eles mesmos se definem em seu site institucional:

Percebendo que o Cinema de Animação Brasileiro mergulhava num fértil período de desenvolvimento – graças a um número crescente de profissionais, técnicas, estilos e temas, gerando um volume cada vez maior de filmes de qualidade internacional, e, sentindo a falta de organismos que entendessem e representassem esse universo – um grupo de 29 profissionais, reunindo cinco estados brasileiros (RJ, SP, PB, RS, PR), decidiram fundar, em 22 março de 2003, a ABCA – Associação Brasileira de Cinema de Animação (PORTAL ABCA, 2016).

Esse crescimento, percebido em vários estados do Brasil, tende a beneficiar todos os participantes da cadeia produtiva do setor da animação, uma vez que todos, desde o produtor independente até as grandes produtoras, estão sendo favorecidos pelas mudanças ocorridas nos últimos tempos. O panorama da animação brasileira vem se mostrando em ascensão, com os produtores e seus projetos apresentando possibilidades factíveis de viabilização. Apesar da grande crise econômica que se faz presente no país, afóra o complexo momento político, o setor do audiovisual segue crescendo, tendo a animação alcançado números surpreendentes, com vários pontos relevantes de ascensão no contexto da indústria criativa brasileira.

Segundo dados de 2014 da Digital Vector, a animação é um dos segmentos da indústria criativa mundial com maior potencial de crescimento. Com base no crescimento médio registrado de 7% ao ano, o provável faturamento mundial para 2017 estaria em cerca de US\$ 291 bilhões (DIGITAL VECTOR, 2014). E mais: a indústria audiovisual de animação digital movimentou em torno de US\$ 500 bilhões em licenciamento de marcas e personagens em 2013, o que representa mais do que o dobro do realizado em 2006 (US\$ 200 bilhões) (KIDSCREEN MAGAZINE, 2014). Um exemplo

¹ EBC. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cultura/2016/02/o-brasil-exportava-talentos-hoje-exporta-animacao-leia-entrevista-com-cesar-coelho>>. Acesso em: 11 abr. 2018

do potencial brasileiro nesse setor é a série Peixonauta (Fishtrounaut), da TV PinGuim em parceria com a Breakthrough – a primeira série de animação brasileira comprada pela Discovery Kids Latin America. Desde seu lançamento em 2009, vem alcançando elevados índices de audiência no Brasil, sendo vendida para mais de 75 países, incluindo Canadá e Estados Unidos, e gerando receitas com o licenciamento de mais de trezentos produtos que utilizam sua marca. Outros exemplos do setor são as séries Show da Luna,^[2] (Earth to Luna) e S.O.S. Fada Manu (S.O.S. Fairy Manu), que foram indicadas ao 2016 International Emmy Kids Awards. Dentre os longas-metragens, destaca-se O menino e o mundo, produção nacional recentemente indicada ao Oscar. Tais exemplos corroboram o fato de que a produção brasileira vem aumentando não apenas em números, mas principalmente em qualidade e competitividade internacionais (Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/conhecimento/noticias/noticia/animacao-audiovisual>).

De forma essencial, os avanços tecnológicos proporcionaram mudanças importantíssimas nos processos de produção e na estética da animação. O que antes era feito manualmente, em processos mecânicos e repetitivos, como o uso do acetato - também conhecido com *cell animation* - e mesa de luz, agora conta com a pesquisa tecnológica em animação, aliada ao desenvolvimento dos *personal computers* e *softwares* gráficos, congregando múltiplas possibilidades de expansão estética e comercial.

A partir da década de 1980, as técnicas de computação apresentadas pelos irmãos Whitney fizeram-se determinantes para o futuro da animação. A experiência com novas possibilidades técnicas e com formas gráficas traçava o caminho para a era digital. A animação, desde seus primórdios, foi sustentada pela pesquisa, viabilizando novas possibilidades expressivas e firmando seu viés comercial (FOSSATTI, 2009, p. 11).

Dos anos 1990 para cá, o país recebeu diversos incentivos governamentais, o que gerou uma série de condicionantes para o crescimento do setor.

Objetivando o crescimento do audiovisual, a animação brasileira também ganhou força. Projetos de produção de séries e um grande número de curtas e longas apareceram em todo o país. Em escala crescente, o número de projetos contemplados vem aumentando, fazendo com que o país comece a ver a transformação de um mercado - antes tímido - em um mercado aquecido com vitórias significativas. “[...] O país, começa a se posicionar como player, capaz de realizar de maneira autossuficiente todas as etapas da cadeia produtiva da animação” (NESTERIUK, 2013, p. 15).

Tanto o produtor independente quanto as grandes produtoras, como Maurício de Sousa, Birdo Studio, 2Dlab, Copa Studio, TV Pinguim, Split Studio, dentre outras, estão sendo beneficiados pelas mudanças ocorridas.

O resultado é que desenhos como *Meu Amigãozão*, *Peixonauta*, *Escola Pra Cachorro* e *Princesas do Mar*, além do já tradicional *Cocoricó*, da TV Cultura, são programas tão íntimos das crianças quanto os gringos *Backyardigans*, *Barney* e *Vila Sésamo*. Andrés Lieban, um dos criadores da série *Meu Amigãozão*, que passa no canal Discovery Kids, conta que o Brasil se manteve fora do mercado até então por não ter a capacidade de produzir desenhos na velocidade e com preços que fossem acessíveis no mercado internacional. "A animação teve prioridade para o governo porque a possibilidade de retorno financeiro é maior", diz Lieban. "Criamos uma série que fala de assuntos universais, como amizade, por exemplo. Depois de dublado, a criança nem percebe de onde vem a animação e por isso é mais fácil vendê-la".²

Temos, pois, atualmente no Brasil, uma produção de animação que enfrenta corajosamente vários desafios, como veremos a seguir.

1.3 AUDIOVISUAL E INDÚSTRIA CULTURAL

Para nos situarmos no contexto do audiovisual animado brasileiro, nosso objeto de estudo, vale rever alguns conceitos relacionados ao universo cinematográfico. Desde o seu surgimento no começo do século XX, acompanhamos, juntamente com sua evolução, muitas mudanças em torno da sociedade e seus costumes. Com o advento de tecnologias inovadoras, aliadas a novos movimentos artísticos e mudanças na indústria, a sociedade sofreu forte influência de costumes e práticas diferentes que se espalhavam pelo mundo.

E o cinema, para Eisenstein, começou a ser inventado bem antes de começar a ser de fato inventado. A montagem já existia na pintura, como podemos ver, Eisenstein nos lembra, nas vistas de Toledo feitas por El Greco, no retrato de Cissy Loftus feito por Lautrec, ou no retrato do ator Tomisaburo Nakayama feito por Toshusai Sharaku; Já existia no teatro, como podemos ver nas soluções de cena e no jeito de interpretar dos atores de Kabuki; existia também na música, como podemos ver nos experimentos de Debussy e Scriabin, comparáveis ao que num filme pode ser feito com o uso de grandes angulares bem abertas e teleobjetivas bem fechadas; e na prosa, como podemos ver em Gorki, Tolstoi ou Dickens; e na poesia, como podemos ver em Maiakovsky ou em versos japoneses como por exemplo, Corvo Solitário... sinais de que o poeta escreve com planos de cinema e monta seu poema assim como um realizador monta seu filme, formando uma nova idéia a partir da fusão/colisão de planos independentes (AVELAR, 2002, p. 8).

² ESTADÃO. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,produtoras-brasileiras-fazem-sucesso-com-animacoes676688>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

O cinema, forma de arte pioneira na exibição de imagens em movimento, tem sua etimologia em *cinéma*, do francês, abreviação de *cinématographe*, nome dado pelos irmãos Lumière à sua invenção, em meados de 1890, a partir do grego *kinema*, que por sua vez significa ‘movimento’, de *kinein*, ‘deslocar, movimentar, mexer’. Desde o seu surgimento, houve um território de congruência muito estreito na relação entre a animação e o cinema.

Se o cinema tem origem na coletânea de diversos inventos do período pré-cinematográfico, e se a animação - enquanto sequência de desenhos e pinturas inseridas em todos os aparelhos que visavam a apresentação de uma pequena narrativa ou, ainda, à ilusão do movimento (mesmo que em contexto curto e cíclico) - está no seu cerne, pode-se reconsiderar as primeiras cenas da história, afirmando-se: e no princípio era... a animação (SCHNEIDER; SILVA, 2013, p. 16).

Pela sua própria característica de funcionamento e criação, o cinema usou a ilusão de criar movimento e mudou certos comportamentos, gerando novos espectadores e público. A sala escura, onde o público via aquele espetáculo projetado em tela, trouxe à sociedade uma atenção que influenciou outros campos artísticos e modos de comportamento.

O cinematógrafo surge no contexto histórico da segunda metade do século XIX, num contexto em andamento no qual alguns cientistas já procuravam fixar movimentos rápidos que não podiam ser analisados a olho nu. Neste período conhecido como o início da modernidade, experimenta-se um surto dinâmico de inovações. A chamada revolução tecno-científica (ou Segunda Revolução Industrial) descobre novas modalidades de energia e vincula-se aos grandes complexos industriais e ao capital financeiro. Inaugura-se uma era de máquinas, com a eletricidade, o automatismo, a aceleração na produção e nos transportes. Inventam-se o motor à explosão, o telégrafo, o telefone, o fonógrafo, o cinematógrafo, o cabo submarino. A ciência mergulha no âmago da matéria e nos confins do universo (RODRIGUES, R. Material de sala de aula).³

O termo cinema refere-se à técnica/arte de fixar e de reproduzir imagens que suscitam movimento, assim como designa a indústria que produz essas imagens. De acordo com sua própria invenção, o cinema passou por várias fases relacionadas a evoluções técnicas e de linguagem, desde a inserção do som, vozes, efeitos sonoros, cores e diferentes formas narrativas. Dessa maneira, o cinema influenciou outras atividades artísticas e, de acordo com a definição de Regis Debray (1993), passou a ser peça fundamental da terceira fase da chamada Mediasfera. Distinguem-se na história humana três “mediasferas” da imagem:

³ Cf. RODRIGUES, R. Apostila *O cinema como experiência cultural*, utilizada na disciplina Mediações Culturais.

A logosfera correspondia a era dos ídolos no sentido lato (do grego e ídolo imagem) Este período estende-se da invenção da escrita à imprensa. A grafosfera a era da arte. Sua época estende-se da imprensa à TV a cores (como veremos, muito mais pertinente do que a foto e o cinema). A videosfera a era do visual (conforme o termo proposto por Serge Daney) E precisamente a a época que vivemos (DEBRAY, 1993, p. 206).

Nesse sentido, percebemos que ocorreu uma ampliação dos espaços de circulação da imagem:

O ídolo é autóctone, opressivamente vernacular, enraizado em um solo étnico. A arte é ocidental, camponesa embora circuladora e feita para as viagens (Dürer, na Itália; Leonardo, na França, etc.). O visual é mundial (mundovisão), concebido desde a fabricação para uma difusão planetária (DEBRAY, 1993, p. 208).

Isso ampliou ainda mais o alcance das ideias contidas no meio do audiovisual. Com o avanço do século XX e as modificações importantes que aconteciam econômica e culturalmente, entendemos que o alcance de cada era da imagem conversava e se relacionava com interesses diversos.

Vemos que o cinema estabelece, desde o seu nascimento, relações diretas com a economia da época, por se tratar de uma atividade que envolvia montantes significativos necessários à produção, bem como grandes relações de público e visualização. De certa forma, a atividade artística cinematográfica estava condizente com o espírito industrial do momento, marcado por grandes evoluções econômicas.

O termo indústria cultural foi cunhado em 1947, pelos teóricos da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento* (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Para eles, indústria cultural é o nome genérico que se dá ao conjunto de empresas e instituições cuja principal atividade econômica é a produção de cultura, com fins lucrativos e mercantis. A discussão desses autores, sobre indústria cultural, alimentou uma acalorada polêmica sobre a mercantilização da cultura em que a espontaneidade criativa do sujeito transformou-se em simples meio de consumo (LIMA, 2006, p. 7).

A Indústria Cultural, termo criado por Max Horkheimer e Theodor Adorno, ambos pensadores da Escola de Frankfurt, foi um conceito muito usado e também criticado para definir novos parâmetros da sociedade em relação ao modo de produção cultural em um período industrial capitalista. Essas novas produções, como o cinema, e os pensamentos e análises sobre a maneira de se produzir cultura numa época em que o consumo de massa estava evidente, tiveram nesse período estreitas ligações. Segundo o pensamento de Theodor Adorno e Max Horkheimer:

O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade de que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia

destinada a legitimizar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos. Os interessados inclinam-se a dar uma explicação tecnológica da indústria cultural. O facto de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planejamento pela direção (ADORNO; HORKHEIMER, 1947, p. 57).

Se, de certo modo, por um lado tínhamos o intuito criativo do cinema, baseado na ampliação dos sentidos e novas formas de apresentação de conteúdo para o público, exigindo assim relações econômicas mais estruturadas, por outro lado tínhamos também um pensamento crítico sobre a maneira de se produzir cultura na época, baseada nos objetivos da indústria cultural: a realização de lucro por meio de produtos voltados para o consumo excessivo das massas. A produção de cultura estava alinhada à produção industrial da época. Essas relações favoreceram o surgimento de novas definições que englobaram atualmente as produções criativas como o cinema. A indústria criativa estreita relações com a indústria cultural:

O termo indústria criativa é relativamente novo. Existem definições divergentes quanto aos elementos que as constituem e incertezas em relação às suas diferenças com as indústrias culturais. O conceito indústria criativa, até o final dos 90, era freqüentemente usado como sinônimo de indústria cultural. Entretanto, os termos se diferenciam, principalmente pelo contexto em que emergem (LIMA, 2006, p. 7).

Podemos dizer, grosso modo, que a produção cultural e cinematográfica está alinhada à produção industrial até os dias de hoje. É certo que com as devidas modificações sociais relacionadas aos anos que se passaram, vemos pertinência entre esses dois polos, devido à dominação capitalista. Com definições muito ligadas à lógica da produção.

Towse (2003) discute que indústrias criativas são aquelas que produzem bens e serviços em série, com conteúdo artístico suficiente para ser considerado criativo e significativamente cultural. O conteúdo cultural, majoritariamente, resulta do emprego de artistas treinados de um ou mais tipos (artistas criativos, atores, artesãos) na produção de bens nas indústrias criativas, mas isso deve também nascer de um significado social que incorpora o consumo dos bens (HANDKE, 2004 *apud* LIMA, 2006, p. 8).

No entanto, diante desses fatos, acreditamos que há também pontos positivos (BENJAMIN, 1994), em que o consumo de produtos culturais transformou-se em possibilidade de democratização do acesso à arte, levando a cultura a um maior

número de pessoas. E o cinema, teve papel fundamental, ampliando e influenciando outros setores da sociedade, pois,

Através desta tecnologia da modernidade – o cinematógrafo - e de um código narrativo culturalmente sedimentado, os filmes trouxeram para muitas gerações de espectadores novas maneiras de percepção e compreensão da realidade. Absortos diante da tela, acostumamos nossos corpos a muitos ritmos sensoriais, mnemônicos e imaginários, mas experimentamos, também, outros ritmos: de pensamento, de imaginação e de sensação. *O cinema é um produto cultural que nos afeta a mais de cem anos e como uma arte da modernidade que, instigando milhares de artistas, criou novas modalidades e materiais de invenção.* De fato, a gramática do cinema, ao longo de sua história, transbordou os limites do especificamente fílmico e tornou-se referência para todas as técnicas audiovisuais (RODRIGUES, R. Material de sala de aula).⁴

De fato, o interesse do ser humano por histórias já vem de longa data. O cinema traz a atenção à narrativa de uma forma especial, tendo ampliado esta esfera com imagens em movimento, animações e sons durante um período mágico em que o espectador está com os sentidos voltados, justamente, para a narração. Mesmo tendo características diferentes em lugares distintos, a forma de contar uma história, por mais que mude, traz a uma grande parcela da sociedade um interesse significativo. O interesse pela exposição de fatos, um conto ou uma história vem de tempos remotos, em que a oralidade inicialmente prevalecia.

Mesmo expressa por diversas linguagens, a narrativa do cinema sustenta ainda a chama principal do assunto em questão, trazendo um caráter bem diverso.

Um complexo de possibilidades foi sendo criado com o formato do cinema. A projeção de imagens em tela, usando de artifícios criativos e técnicos, foi influenciada por outras atividades artísticas e vice-versa. A arte, atividade humana ligada a manifestações e estéticas de ordens diversas, ganhou, no século XX, grandes possibilidades de ampliação com os novos formatos provenientes da projeção de imagem, cinema, animação, televisão, vídeo, enfim, das muitas modalidades que compõem o audiovisual.

Esse mosaico produtivo acrescentou ao século XX inovações que só aconteceram nesse período, modificando o mundo profundamente, da Revolução Industrial ao surgimento do cinema, o surgimento de novos movimentos/correntes artísticas e de diversos movimentos culturais.

Mas ele se formou, antes de mais nada, a partir de si mesmo. Inventou a si mesmo e imediatamente se copiou, se reinventou e assim por diante. Inventou até mesmo funções ainda desconhecidas: operador de câmara,

⁴ Cf. Apostila *O cinema como experiência cultural*, utilizada na disciplina Mediações Culturais.

diretor, montador, engenheiro de som; rodos, gradualmente, desenvolveram e aperfeiçoaram seus instrumentos de trabalho. E foi através da repetição de formas, do contato cotidiano com todos os tipos de plateias, que a linguagem tomou forma e se expandiu, com cada grande cineasta enriquecendo, de seu próprio jeito, o vasto e invisível dicionário que hoje todos nós consultamos. Uma linguagem que continua em mutação, semana a semana, dia a dia, como reflexo veloz dessas relações obscuras, multifacetadas, complexas e contraditórias, as relações que constituem o singular tecido conjuntivo das sociedades humanas. E quão extremamente veloz! Em menos de meio século, o cinema passou por tudo o que aconteceu entre os solilóquios de Racine e a poesia surrealista, [...]. É uma arte em movimento, uma arte apressada, uma arte em incessante solavanco e desordem; e isso, às vezes, leva os cineastas a ver mudanças profundas em meras alterações sintáticas, em novos equipamentos, transmissão por satélite, geração eletrônica de imagens. Essa riqueza 'de invenção que o cinema conhece desde os seus primórdios, essa expansão aparentemente ilimitada dos instrumentos da linguagem (embora não da própria linguagem, que, como veremos, continua se defrontando com os mesmos obstáculos), gera, com frequência, um tipo de intoxicação que, mais uma vez, nos leva a confundir técnica e pensamento, técnica e conhecimento (CARRIÈRE, 1995, p. 22).

Novos estilos de vida, a vida em grandes metrópoles, o choque ou o encontro de culturas, o consumo de massa, o fortalecimento de sistemas dominantes e muitas mudanças geopolíticas, como guerras mundiais, fizeram do século XX um período acelerado, de evolução tecnológica.

Tal volume de transformações teve muitas consequências, com o consumo de massa evidenciado pela Revolução Industrial. A larga escala de possibilidades e produtividade foi característica marcante que transformou nossa sociedade em consumidora potencial. Isso aconteceu em vários segmentos e, como não poderia deixar de ser, ocorreu também na comunicação e nas artes. Essa mudança já foi tanto discutida, como amplamente criticada, a exemplo de Walter Benjamin (1994), no ensaio sobre a reprodutibilidade técnica, em que criticou a transferência de importância do objeto arte em sua unicidade, a perda de sua 'aura' em comparação às suas múltiplas cópias provenientes da possibilidade técnica de reprodução. A produção de imagens em larga escala, derivada de vários suportes, fez com que entrássemos numa era predominantemente imagética. Para Xavier (2008), o homem poderia desaprender a pensar exclusivamente por meio da espessura e rigidez das palavras, habituar-se a conceber e inventar, como no sonho, através de imagens visuais.

O cinema, diante dessas mudanças, posiciona-se, então, como uma máquina geradora de imagens com suas histórias e narrativas próprias; uma importante força geradora de imagens e propulsora de uma mídia que propõe uma linguagem forte, o

audiovisual. Contraponto e consoante com outras linguagens, mas, ao mesmo tempo, com uma forte identidade própria.

Carrière afirmou que

no embate entre a imagem e a palavra, o autor defendia que o filme estaria naturalmente mais apto a reunir as imagens de acordo com o sistema irracional da textura onírica do que segundo a lógica do pensamento da língua, falada ou escrita, em estado de vigília, uma vez que lança mão de imagens carregadas de valências sentimentais. Eficácia quase mágica, obtida principalmente suprimindo a mediação da abstração verbal (CARRIÈRE, 1995, *apud* RODRIGUES, s/d. Material de aula).⁵

Diante da força do que podemos chamar de audiovisual, o cinema e todos os componentes da formação da imagem em movimento, outra mídia que teve papel relevante nesse desenvolvimento foi o vídeo que, assim como o cinema, possui características próprias, mesmo integrando o audiovisual. O vídeo, do latim *eu vejo*, é uma tecnologia de processamento de sinais eletrônicos, analógicos ou digitais, para capturar, armazenar e transmitir ou apresentar uma sucessão de imagens com impressão de movimento.

Se o cinema, como queria Godard, é a verdade 24 vezes por segundo, então o vídeo será a verdade 30 vezes por segundo, 525 linhas por vez. Uma imagem eletrônica, como se sabe, é a tradução de um campo visual para sinais de energia elétrica, que podem ser transportados ou armazenados em forma de energia eletromagnética. Isso é obtido a custa de um retalhamento e de uma pulverização da imagem em centenas de linhas luminosas de intensidade variável (no caso do vídeo analógico) ou em milhares de pontos elementares de cor chamado pixels (no caso do vídeo digital), de modo a criar uma topografia, que aparece a olhos nus como uma textura pictórica diferente, estilhaçada e multipontuada, como os olhos das moscas. Aquilo que chamamos de "imagem" no universo do vídeo nem mais é uma representação pictórica no sentido tradicional do termo, ou seja, uma inscrição no espaço (MACHADO, 2007, p. 24).

A aplicação principal da tecnologia de vídeo resultou na televisão, com todas as suas inúmeras utilizações, seja no entretenimento, na educação, engenharia, ciência, indústria, segurança, defesa, artes visuais.

O termo vídeo ganhou, com o tempo, uma grande abrangência. Chama-se também de vídeo uma gravação de imagens em movimento, uma animação composta por fotos sequenciais que resultam em uma imagem animada e, principalmente, as diversas formas de gravar imagens eletronicamente em fitas (analógicas ou digitais) ou outras mídias (cartões de memória, discos etc.). Essas formas de gravação e armazenamento de imagens se corporificam por meio de diferentes formatos e mídias com características de codificação próprias.

⁵ Cf. Apostila *O cinema como experiência cultural*, utilizada na disciplina Mediações Culturais.

Como explica Rodrigo Rodrigues (s/d): abordar a história do vídeo significa falar de uma idade de transição caracterizada pela passagem das técnicas de reprodução químico-mecânica da imagem para a eletrônica, a partir dos anos 1950. Neste ponto é preciso ressaltar a importância da televisão para a história do cinema. Note-se que, para o espectador dos anos 1940 e 1950, ir ao cinema era um ato absolutamente rotineiro, com salas de exibição no bairro. A configuração espacial e perceptiva da televisão no ambiente doméstico quebrou esse costume e, com ele, o feitiço da diegese clássica.

Até aqui, de uma forma geral falamos do vídeo como um trabalho singular, que se pode ver na tela de um monitor, seja no ambiente doméstico ou na cena pública. Mas, ao contrário de outras formas expressivas mais antigas, o vídeo apresenta-se quase sempre de forma múltipla, variável, instável, complexa, ocorrendo numa variedade infinita de manifestações. Ele pode estar presente em esculturas, instalações multimídias, ambientes, performances, intervenções urbanas, até mesmo em peças de teatro, salas de concerto, shows musicais e raves. As obras eletrônicas podem existir ainda associadas a outras modalidades artísticas, a outros meios, a outros materiais, a outra forma de espetáculo (MACHADO, 2007, p. 35).

O tempo que se passava em salas de cinema, dentro de uma sala escura vendo uma projeção, foi aos poucos se dividindo com a força televisiva e seus novos hábitos do espectador. Isso proporcionava uma mudança significativa e abrangente entre a relação espectador - emissor de imagens, devido à popularização do formato da emissão do vídeo.

Já houve um tempo que o vídeo correspondia a uma prática significativa marginal, às vezes até clandestina, tornando-se depois, com sua expansão e consolidação, um meio hegemônico, solidamente implantado no tecido social. O vídeo está hoje em todos os lugares, generalizado sob a designação mais ampla de audiovisual. Surgem novas bitolas e novas modalidades: vídeo-streaming na internet, o vídeo baixado no celular, as live imagens e os vídeo jockeys da cena noturna. A vídeo arte se transforma em artigo de luxo e passa a ser vendida em colecionadores em galerias de arte, mas em contrapartida, explode a produção amadora, ampliam-se também os meios de distribuição, os canais de difusão exclusiva de vídeos na televisão, os sites de disponibilização gratuita de vídeo na Internet (Youtube, Emule, etc). Com a generalização do vídeo, começa-se a cogitar, em certos círculos intelectuais qual será o próximo paradigma que sucederá as artes eletrônicas (MACHADO, 2007, p. 47).

Os componentes que formam o audiovisual atualmente vem sendo trabalhados com outras mídias que, grosso modo, compuseram um universo maior integrante da arte, da comunicação e cultura. Os formatos se entrelaçam, sendo usados para finalidades distintas, mas com características de produção muito similares ou até mesmos iguais. Depois de criados, esses formatos - cinema, vídeo, televisão, animações, internet e outros - vêm sendo usados para finalidades

diversas: estimular consumo, vender produtos, relacionamentos, protestos, informação, propostas artísticas ou objetivos puramente estéticos. A mídia vem sendo um conceito amplamente usado que integra vários outros.

Por definição, mídia consiste no conjunto dos diversos meios de comunicação, com a finalidade de transmitir informações e conteúdos variados. O universo midiático abrange uma série de diferentes plataformas que agem como meios para disseminar as informações, a exemplo de jornais, revistas, televisão, rádio e internet.

Negri e Hardt (2005) observam que os produtos contemporâneos são verdadeiros meios de comunicação: possuem mensagens, permitem a comunicabilidade e a identidade entre os homens. No ato do consumo, o indivíduo buscaria se reconhecer, ou melhor, decodificar as estratégias discursivas presentes nesses bens (MALINI, 2005, *apud* LIMA, 2006, p. 4).

A mídia, como podemos chamar, está relacionada ao conteúdo total da comunicação social, o jornalismo, a publicidade, e os outros meios de comunicação. A propaganda vem se apropriando de outros meios midiáticos para atingir objetivos comuns, e a mídia exerce grande poder sobre a vida de indivíduos, uma vez que estes são expostos a tal carga de conteúdo e pensamento.

Em um universo midiático em mutação, o cinema teve papel extremamente importante na cultura do século XX e continua a influenciar outros segmentos da sociedade, sendo abrangente e importante. A animação, desde o seu surgimento, alinhada à evolução do cinema e, conseqüentemente, às produções audiovisuais, vem trazendo, através do tempo, uma grande contribuição para essa mutação de todos os meios em questão. As influências foram globais e, naturalmente, continuam em todo o mundo.

1.4 GLOBALIZAÇÃO E CINEMA DE ANIMAÇÃO NO BRASIL

É interessante verificar que o Brasil, país situado na América Latina, sofre até hoje com pressões e negociações não tão interessantes para o crescimento do cinema nacional. Por meio de acordos e negócios entre produtores internacionais e distribuidoras nacionais, o país teve uma história de absorção de produtos audiovisuais estrangeiros, inundando os mercados nacionais de televisão e cinema com produtos de outros países, acentuando a dificuldade de distribuição de

conteúdo nacional nos canais disponíveis. Ainda assim, mesmo com tais forças maiores, nossa força criativa se fez presente,

No vai-e-vem do dominante ao marginal, do hegemônico ao não-hegemônico, não há um processo passivo como forma de dominação, há um processo perpétuo que tem de ser renovado continuamente, recriado, defendido e modificado e que também sofre uma resistência continuada, limitada, alterada, desafiada por pressões que não são as suas próprias pressões. É um diálogo tenso entre mundos que às vezes se opõem e às vezes se complementam, é como uma política de diferenças que vai sendo engendrada por meio de complexas negociações, sobreposições e deslocamentos culturais. É assim que o cinema de animação funciona e se mantém através de várias escolas e criadores que se contaminam e coexistem por meio do que pode ser visto como disputas artísticas, tecnológicas e comerciais que têm como motivação básica expandir os limites da animação cinematográfica. A expansão desses limites vai além do eixo hegemônico do cinema americano e mostra como existem outros locais de cultura capazes de criar modelos extremamente singulares, mas, é uma expansão que sempre mantém relações e influências que mostram como as ligações culturais extrapolam qualquer baliza e qualquer predisposição preconceituosa (SOUZA, 2013, p. 41).

Ainda que o país apresente uma capacidade singular de produzir conteúdo e cultura, com tantas influências boas e ruins, a necessidade de uma maior congruência se faz presente no universo globalizado.

Por meio de processos que fortaleçam movimentos que misturam mais a sociedade em vários aspectos, como as características culturais, e ao mesmo tempo em que ocorre essa junção, aumentam também os desafios em tornar essas relações mais equilibradas. Atualmente, temos várias consequências do processo de globalização em países como o Brasil e nas relações do Estado com suas forças produtivas culturais, gerando questionamentos para além do seu equilíbrio, mas também como pontos de difícil análise, como a questão das identidades culturais.

A visão de que o Estado Nacional seria capaz de manter seus membros unidos em torno de uma mesma identidade cultural, como se todos pertencessem a uma “grande família nacional”, está sendo questionada, pautada nos seguintes argumentos: 1) as nações modernas só se constituíram a partir de culturas diferentes que foram conquistadas violentamente; 2) as nações são constituídas por diferentes classes e diferentes grupos étnicos, impossíveis de serem iguais; 3) as nações ocidentais se sobrepuseram às demais pela força do imperialismo e do neocolonialismo (HALL, 2014, p. 35-36).

E ainda,

De forma crescente, as paisagens políticas do mundo moderno são fraturadas dessa forma por identificações rivais e deslocantes - advindas, especialmente, da erosão da "identidade mestra" da classe e da emergência de novas identidades, pertencentes à nova base política definida pelos novos movimentos sociais: o feminismo, as lutas negras, os movimentos de libertação nacional, os movimentos antinucleares e ecológicos (Mercer, 1990)• Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas

pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é, às vezes, descrito como constituindo uma mudança de uma política de identidade (de classe) para uma política de diferença (HALL, 1999, p. 21).

Não é tarefa fácil definir contornos mais precisos da nossa identidade, saber quem somos e as características mais relevantes do povo brasileiro. O Brasil é um país muito grande, com vários tipos de formação cultural, o que possivelmente dificulta nossa compreensão. Segundo Ortiz (2000), em períodos distintos, enfrentamos o desafio de definir a especificidade do brasileiro enquanto nação, uma questão que permanece perene entre os intelectuais brasileiros e que, ainda hoje, mobiliza esforços no sentido de decifrá-la.

Ainda assim, podemos buscar fatores que elucidam essa característica e que, de certa forma, nos ajudam a entender as especificidades de nosso país. Ainda citando Ortiz (2000), é preciso dar conta da peculiaridade da sociedade brasileira e explicar o hiato entre a teoria e a realidade social. A composição heterogênea do Brasil, em que tivemos a presença de vários povos em formação e a situação econômica oriunda de movimentações capitalistas desleais, nos fornece condições especiais e ricas de análise. “Se por um lado temos uma composição complexa, que ao vermos é de difícil análise, temos por outro lado, um potencial rico e criativo a ser explorado, em vários segmentos da cultura e também no audiovisual animado.”

De acordo com Nesteriuk,

[...] sob a perspectiva econômica cultural, a exploração de novos territórios da animação brasileira representa uma das maiores possibilidades, não apenas da Economia da Cultura, mas também de toda a chamada Economia Nova. Neste novo modelo de economia, há uma mudança de paradigmas em que, a partir da reconfiguração dos modelos de produção e circulação, a capacidade criativa passa a ter papel mais importante do que o próprio capital. Ignorar essa perspectiva seria, portanto, desperdiçar todo um mercado inexplorado com uma das melhores previsões de crescimento no cenário mundial atual (NESTERIUK, 2011, p. 13).

As discussões de base da sua formação no Brasil, onde negro, índio e branco, em momentos históricos diferentes, tiveram grande importância para a construção da identidade nacional, são relevantes para avaliar as dificuldades de aceitação entre as etnias, o que provocou resultados em nossa sociedade e cultura.

Segundo Ortiz (2000), embora o evolucionismo antropológico fornecesse a matriz interpretativa da história das sociedades humanas, era preciso dar conta da peculiaridade da sociedade brasileira e explicar o hiato entre a teoria e a realidade social.

A formação de um país no qual as noções de cultura e nação se misturam e de certa forma não são claras à própria população, nos faz pensar que a tarefa de elucidar certos pontos da identidade brasileira é relevante. Como afirma Denys Cucho:

A questão da identidade cultural remete, em um primeiro momento, à questão mais abrangente da identidade social, da qual ela é um dos componentes. Para a psicologia social, a identidade é um instrumento que permite pensar a articulação do psicológico e do social em um indivíduo. Ela exprime a resultante das diversas interações entre o indivíduo e seu ambiente social, próximo ou distante. A identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social: vinculação a uma classe sexual, a uma classe de idade, a uma classe social, a uma nação, etc. A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente. Mas a identidade social não diz respeito unicamente aos indivíduos. Todo grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, definição que permite situá-lo no conjunto social. A identidade social é ao mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica o grupo (são membros do grupo os que são idênticos sob um certo ponto de vista) e o distingue dos outros grupos (cujos membros são diferentes dos primeiros sob o mesmo ponto de vista). Nesta perspectiva, a identidade cultural aparece como uma modalidade de categorização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural (CUCHE, 1996, p. 176).

Esses conflitos existentes refletem no cotidiano de nossos temas e servem de inspiração diária para produtores e artistas em processos criativos. As diferenças estão aparentes e evidentes no cotidiano brasileiro refletindo em nossa cultura, em nosso dia a dia, apresentando dilemas muito próprios.

A produção audiovisual brasileira trata esses assuntos de maneira relevante? De que forma esses pontos aparecem no conteúdo animado? O conteúdo animado infantojuvenil, ou até mesmo adulto, trata de questões desse porte ou nega essas influências?

Acreditamos, ainda, que devemos levantar algumas questões a respeito da realidade em que estamos inseridos, de particularidades sociais e culturais. A partir de uma perspectiva cultural, podemos tentar relacionar a realidade brasileira com o contexto regional de produção em que estamos inseridos e mantermos ligações diretas e bem próximas. Além de ter tido processos históricos semelhantes, como no caso do colonialismo, um modelo de aculturação, temos também hoje a influência da globalização sobre a produção cultural brasileira.

Outro fator importante a ser observado, e que tem contribuído para a fragmentação do sujeito na modernidade tardia, é a globalização, que conforme Stuart Hall “se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações [...]” (HALL, 2014, p. 39).

Como definido por Canclini (2003) - o conjunto de processos por meio dos quais grupos expressam imaginariamente o social e estruturam as relações com outros grupos, marcando suas diferenças -, verificamos que o fenômeno da globalização tem o efeito de evidenciar a diversidade cultural do mundo e apontar para a necessidade de diálogo entre as diferentes civilizações. Dessa forma, vemos que os grupos e as civilizações têm uma similaridade coincidente. Vemos que o autor prefere chamar os produtos resultantes da interface entre grupos culturais distintos de hibridação, termo escolhido para “designar as misturas interculturais propriamente modernas, entre outras, aquelas geradas pelas integrações dos Estados nacionais, os populismos políticos e as indústrias culturais” (CANCLINI, 2003, p. XXVII).

A diversidade sugestionada e proveniente da globalização, juntamente com a formação heterogênea do nosso país, faz com que o Brasil possua uma infinidade de identidades fragmentadas. De que forma isso interfere na produção audiovisual? Por caminhos opostos, estruturais, temos uma realidade híbrida, conflitante e muito afirmativa e “[...] parece improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações ‘globais’ e novas identificações ‘locais’” (HALL, 2014, p. 39).

A globalização, como Canclini define, também pode ser considerada uma complexa rede de projetos de sociedade e de diversidade de interesses traduzidos nas disputas das representações ideológicas, políticas e culturais que estão em curso atualmente (CANCLINI, 2004). Isso acarreta, de forma contundente, a força de mais uma característica para as sociedades hoje, o caráter heterogêneo, que acentua essa situação.

[...] o ato de se pensar a heterogeneidade pode depender da própria situação pós-moderna. Assim, a heterogeneidade como limite ou objetivo do pensar seria tão-somente uma máscara da neocolonialidade — isto é, o extremo oposto do que se pretendia. Qualquer que seja o caso, Cornejo afirma lucidamente que tal indecidibilidade vai se intensificar “com todas as vantagens e desvantagens que têm essas hibridações no desenvolvimento da crítica hispano-americana” (“Nuevas”, 227). Essa afirmação paradoxal de uma globalidade fissurada e heterogênea, de dentro da qual continua necessário recuperar um sentido histórico perdido da singularidade múltipla da América Latina, se torna o ponto de partida do novo paradigma histórico-cultural que Cornejo propõe. Ela é também uma formulação surpreendente do possível ponto de partida de um regionalismo crítico latino-americano, onde a palavra “crítico” encontra referências centrípetas e centrífugas, isto é, uma referência à multiplicidade de localidades regionais dentro da América Latina e uma

referência aos vários mapeamentos globais dentro dos quais o conceito de América Latina deve ser entendido hoje (MORAIS, 2001, p. 79).

Mudanças em vários setores da economia influenciam a indústria criativa global, como explica Lima:

Nas últimas décadas, a economia mundial vem passando por transformações significativas: o comércio internacional se expandiu, as relações internacionais foram reestruturadas, os fluxos de capital, mão-de-obra e tecnologia foram estimulados graças a modernos sistemas de comunicação e circulação (HARVEY, 1992). Essas mudanças implicaram a difusão da automação dos processos produtivos e trouxeram profundas transformações na organização produtiva em todo o mundo (LIMA, 2006, p. 3).

Uma realidade concisa ou maquiada em se tratando de nossas falhas políticas culturais? Ainda parafraseando Ortiz (2000), a memória nacional e a identidade brasileira são construções simbólicas que dissolvem a heterogeneidade das culturas populares na homogeneização da narrativa ideológica. Assim, o Estado é a totalidade que transcende e organiza a realidade concreta, delimitando os contornos da identidade nacional. Dessa maneira, podemos dizer também que os incentivos governamentais são organizadores desses contornos, como exemplifica a campanha da ANCINE lançada em 2011 para incentivar a produção audiovisual:

A ANCINE está lançando mais uma edição da Campanha de Valorização do Audiovisual Brasileiro, ação composta por três peças que celebram o crescimento e a diversificação da produção nacional na última década e convidam o público a prestigiar filmes e séries produzidos no País. Com o slogan “Não importa a tela, o Brasil está nela” foram criados banners virtuais, um comercial exibido em cinemas e TVs abertas e folheto promocional.⁶

A força do mercado e a posição socioeconômica do nosso país apontam para uma possível submissão comercial das nossas produções. Atualmente, somos uma força ativa, afirmativa de nossa identidade, ou mais um mercado secundário que favorece outros mercados superiores? Podemos perceber que o audiovisual brasileiro se encontra bem posicionado.

A economia criativa representa uma forma ou chance de países subdesenvolvidos terem processos evolutivos com chances reais de prosperidade. Por meio de seu desenvolvimento, novos cenários podem ser gerados:

Economia criativa é o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico. A indústria criativa estimula a geração de renda, cria empregos e produz receitas de

⁶ ANCINE. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/nova-campanha-de-valoriza-o-do-audiovisual-brasileiro-vai-entrar-em-cartaz>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

exportação, enquanto promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. A Economia Criativa abrange os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade, cultura e capital intelectual como insumos primários. Concretamente, a área criativa gerou uma riqueza de R\$ 155,6 bilhões para a economia brasileira em 2015, segundo “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil” [...] publicado pela Firjan em dezembro de 2016. Na ocasião, a participação do PIB Criativo estimado no PIB brasileiro foi de 2,64% em 2015, quando a Indústria Criativa era composta por 851,2 mil profissionais formais.⁷

De acordo com a Unesco (2008, 2010),

[...] a economia criativa como forma de impulsionar o crescimento econômico e representar uma alternativa para o desenvolvimento, especialmente por ter como matéria-prima base a criatividade e poder utilizar características culturais e sociais de cada país/região como vantagens no desenvolvimento e produção de bens e serviços únicos competitivos. Em termos genéricos, os benefícios da economia criativa podem ser encontrados através: i) da criação de empregos, exportação, promoção e inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano; ii) do entrelaçamento entre economia, cultura e aspectos sociais com tecnologia, propriedade intelectual e objetivos turísticos; iii) de um sistema econômico baseado no conhecimento desenvolvendo a dimensão e através da interligação entre elementos macro e micro da economia; e iv) do desenvolvimento da inovação através de políticas multi disciplinares. Ao mesmo tempo, políticas de apoio por parte do governo se tornam importantes para viabilizar os negócios criativos, pois representam grande crescimento ao longo do tempo (DALLA COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011, p. 4).

Atualmente, com o notável crescimento das produções animadas no setor audiovisual brasileiro, tanto voltadas para a televisão quanto para o cinema, observamos que a animação é uma grande força presente no audiovisual brasileiro e na indústria criativa do país, enfrentando as dificuldades e promovendo o desenvolvimento.

Os incentivos à produção do audiovisual brasileiro, criados pelo governo brasileiro, por correntes políticas diferentes em épocas diferentes, tiveram como objetivo/traço comum uma maior identificação do próprio povo brasileiro às suas produções.

O cinema e o audiovisual constituem um setor estratégico para o país, tanto em termos culturais, como meio de afirmação da nossa identidade, quanto em termos econômicos, como indústria geradora de empregos e divisas que deve ser estimulada e protegida. Em suas ações de Fomento, a ANCINE luta pelo crescimento do mercado interno, por meio da expansão da oferta e da demanda por conteúdos plurais e diversificados; pelo fortalecimento das empresas de capital nacional comprometidas com o conteúdo brasileiro; e pela maior inserção no mercado externo, por meio do apoio a coproduções

⁷

SEBRAE. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/economia_criativa/como-o-sebrae-atua-no-segmento-de-economia-criativa,47e0523726a3c510VgnVCM100004c00210aRCRD>. Acesso em: 11 abr. 2018.

e à participação em festivais internacionais. Isso se dá através de diferentes mecanismos, diretos e indiretos.⁸

No século XX, tivemos a criação de órgãos federais específicos, como a extinta Embrafilme, e, posteriormente, a criação de leis relacionadas ao audiovisual brasileiro que impulsionaram a produção. Mais recentemente, no século XXI, tivemos uma importante e significativa lei que mudou de vez o cenário, como cita Kopke:

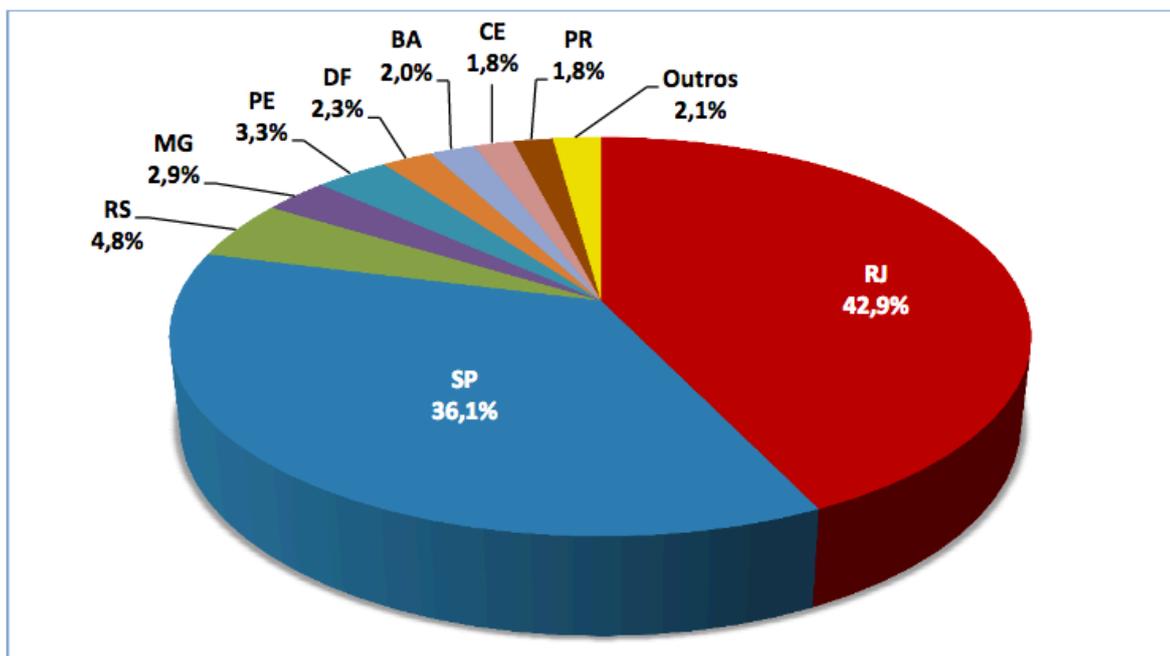
Após cinco anos de discussão, foi aprovada em agosto e sancionada em setembro de 2011 pelo Congresso Nacional, a Lei da TV Paga nº 12485/2011 que regula “a presença de conteúdo nacional e independente nos canais de TV por assinatura, a diversificação da produção e a articulação das empresas brasileiras que atuam nos vários elos da cadeia produtiva do setor”. Segundo a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), o propósito da Lei, é fortalecer a produção nacional gerando empregos e renda na medida em que garante permanência e visibilidade para o produto audiovisual nacional (KOPKE, 2014, p. 3).

Num país tão grande e diverso culturalmente, percebe-se muito a diferença entre os produtos oriundos de estados e correntes de criação. Tivemos um crescimento desordenado e heterogêneo desses estados, que no caso da animação não chegou a configurar o processo de crescimento como surgimento de uma indústria e sim forças isoladas de produção com perfis diferentes. Embora desordenado, contamos com uma curva ascendente, onde temos importantes pontos de crescimento. Nos gráficos abaixo, percebemos um crescimento ainda tímido, mas significativo em termos produtivos de filmes de animação. Em se tratando da condição de se produzir um longa-metragem no país, isso pode ser considerado um avanço. Na outra imagem, percebemos nitidamente o desnível que existe na produção nacional entre estados: São Paulo e Rio de Janeiro possuem um volume muito maior de obras em comparação ao resto dos estados brasileiros. Esse caráter heterogêneo na produção de obras e lançamentos de produtos, embora ascendente, possibilita análises sobre a produção e o crescimento no país.

Este estudo visa, assim, levantar algumas questões sobre o caminho que está sendo percorrido.

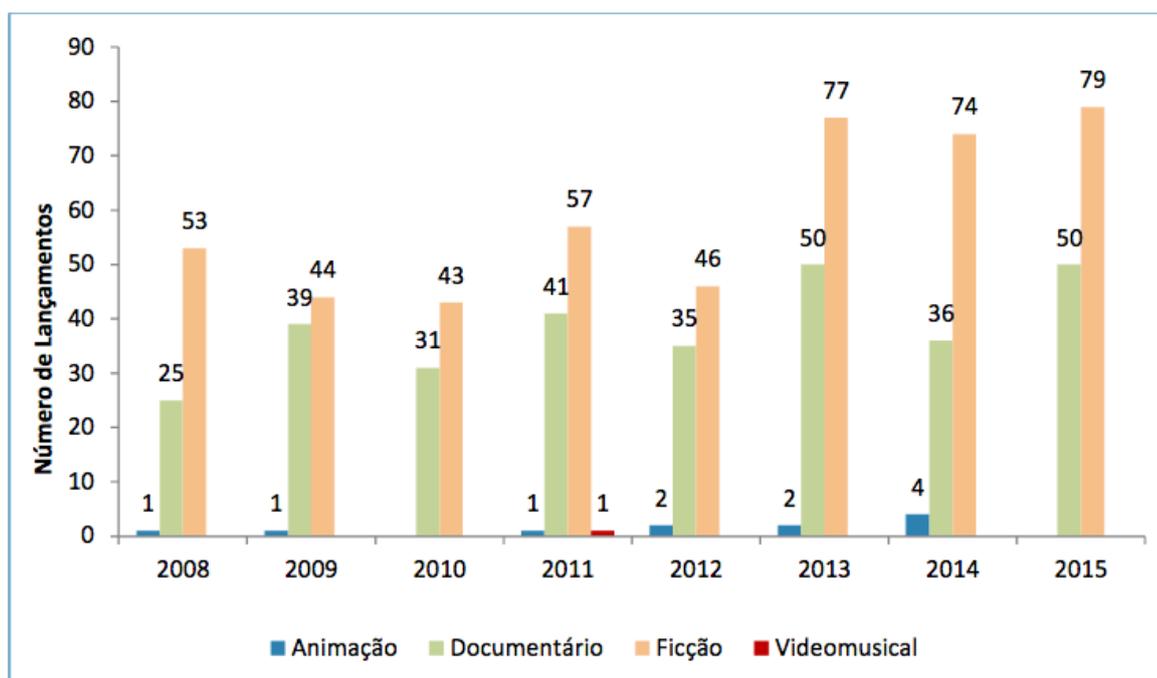
Gráfico 1 - Participação dos estados brasileiros em lançamentos audiovisuais no Brasil entre 2008 e 2015.

⁸ ANCINE. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/pt-br/fomento/o-que-e>>. Acesso em: 11 abr. 2018.



Fonte: Elaborado pela equipe com dados da ANCINE, 2016.

Gráfico 2: Lançamentos nacionais audiovisuais por gênero



Fonte: Elaborado pela equipe com dados da ANCINE, 2016.

Com base em conceitos aqui discutidos, acreditamos que conseguiremos levantar questões sobre como o audiovisual brasileiro, mais precisamente a animação, se relaciona com o complexo entorno de suas recentes criações e quais

direções apontam para os caminhos futuros. Esses caminhos traduzem uma realidade muito diferente do passado de suas produções, sem desmerecer toda a trajetória percorrida pelos produtores que traçaram caminhos tortuosos, buscando melhores condições de trabalho.

2 O CENÁRIO PRODUTIVO DA ANIMAÇÃO NO BRASIL

A animação brasileira, incluída no mercado do audiovisual, e conseqüentemente na indústria criativa brasileira, conta com projetos que estão em destaque em importantes festivais e mostras pelo mundo. No circuito de televisões a cabo, as séries ocupam cada vez mais espaço, além de filmes em mostras importantes e na cadeia de cinemas. É um cenário diferente do século passado, quando as produções demoravam muito a serem concluídas e não contavam com grande parte dos incentivos. De fato, a produção nacional, que conta com uma forma própria de trabalho, alcança os principais canais de exibição pelos próprios meios. Percebemos isto ao ver a experiência de diretores brasileiros que conseguem emplacar títulos em importantes festivais e canais de exibição, alcançando espaços antes não conquistados. É o caso de Alê Abreu, diretor do filme *O menino e o mundo*, selecionado para concorrer ao Oscar em 2016:

A seleção para o Oscar seria apenas mais uma vitória para *O menino e o mundo*, que reúne, desde sua estreia em 2014, uma lista notável de títulos: são **44 prêmios**, incluindo o de melhor animação (pelo júri e pelo público) no Festival Annecy, na França, considerado o maior prêmio da categoria no planeta. A crítica internacional aplaudiu de pé a narrativa poética do garoto rural que sai de sua vida bucólica em busca do pai e descobre, em um caminho de distopia, o caos de uma sociedade desigual e excludente, marcada pelo consumo, pela opressão industrial e pela devastação do meio ambiente. Apesar das referências ao Brasil, *O menino e o mundo* pode se passar em qualquer lugar do Terceiro Mundo. O cenário é fruto de uma pesquisa anterior ao filme, que serviria para um documentário sobre músicas de protesto na América Latina. A obra não tem diálogos (os poucos trechos falados são em português de trás para frente) e a trilha sonora assume protagonismo tão importante quanto a apresentação visual. Assinada por Gustavo Kurlat e Ruben Feffer, a trilha tem participação do percussionista Naná Vasconcelos e do rapper Emicida.⁹

De fato, as produções estão crescendo, sendo importante também ressaltar que a produção nacional não está acontecendo somente no tradicional eixo Rio - São Paulo, onde por tradição mercadológica verificamos maior presença de produtoras e realizadores. De forma descentralizada, a demanda vem crescendo em todo o país, com títulos importantes sendo produzidos em outros lugares, a exemplo de Pernambuco, onde a série *O mundo de Bitá*, do criador Chaps Melo, vem se destacando em várias mídias:

⁹ Cf. <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2016/01/hoje-em-dia-animacao-brasileira-existe-diz-diretor-de-o-menino-e-o-mundo.html>.

Em Pernambuco, o que sentimos foi uma evasão de mão de obra para os grandes centros. Porém, a demanda acabou crescendo, junto com a visão dos gestores dos editas estaduais, que começaram a apostar em séries para TV. E, apesar de alguns esforços anteriores, somente em 2013 surgiu uma série pernambucana que conseguiu ser finalizada e comercializada para além dos limites do estado: *O Mundo de Bitá*. O personagem, criado por Chaps Melo, tinha o objetivo inicial de ilustrar aplicativos e *e-books*, porém, o clipe musical fez um grande sucesso no Youtube e a empresa Mr. Plot, da qual Chaps é sócio, resolveu investir em uma série musical com o Bitá. Após o sucesso com a venda de DVDs, distribuídos pela Sony, e com a comercialização de interprogramas em canais infantis e plataformas de *streaming*, a Mr. Plot aposta em uma nova série com o Bitá, que investe mais na dramaturgia. Com o sucesso do Bitá e com o financiamento dos governos estaduais e federais, várias outras séries têm surgido em Pernambuco. Talvez a produtora que mais se destaca nesse cenário seja a Viu Cine, que acabou de finalizar a primeira temporada da série *Além da lenda*, patrocinada pela Ancine, e que já teve o projeto de um longa baseado na série aprovado em edital. A Viu Cine está com mais três séries em pré-produção ou com financiamento já garantido: *Pedrinho e a chuteira da sorte*, com patrocínio do Funcultura e previsão de lançamento para 2018; *Iuri Udi*, aprovada no edital Prodav 04 da Ancine, e *Zoopedia*, também com recursos do Funcultura. Com isso, a Viu Cine é a produtora que mais está contratando mão de obra no estado.¹⁰

Baseado na recente experiência dos diretores brasileiros, observamos que há uma nova forma de se produzir animação no país. Além do grande incentivo que está sendo efetivado por parte dos fomentos nacionais, possuímos também novos caminhos em que o encontro desses produtores independentes com seus respectivos projetos se reúnem com grandes conglomerados de mídia para avaliação de projetos. Os chamados *pitchings* são realizados e as avaliações são feitas por jurados e profissionais escolhidos, que julgam com critérios de mercado os possíveis projetos para uma negociação de produção. Nesses fóruns ou encontros que são realizados sob a forma de grandes eventos, temos uma significativa parcela de representantes do mercado, governo, produtores independentes e associações que fomentam e discutem a produção.

Há um cenário muito favorável à produção de novos produtos audiovisuais no país, em que feiras, simpósios, fóruns e palestras dão o tom da nossa recente produção. Além do eixo tradicional regional do país, outras cidades recebem essas iniciativas. A animação brasileira vem sendo beneficiada por todo esse aporte ao audiovisual brasileiro, gerando novos produtos no ar, como ilustra o evento da Expo Max, em 2016.

Entre os dias 1º e 5 de junho, Belo Horizonte receberá os principais responsáveis pela produção, comercialização e distribuição de conteúdos

¹⁰ Cf. <https://www.revistacontinente.com.br/edicoes/202/cem-anos-da-animacao-brasileira>.

para TV, cinema, internet, games e novas mídias no Brasil e no exterior. Eles estarão reunidos na Minas Gerais Audiovisual Expo (MAX), maior salão de negócios audiovisuais já realizado em Minas Gerais. O evento, que visa potencializar toda a cadeia de valor do segmento, contará com uma Rodada de Negócios e terá atividades gratuitas de capacitação e formação de público.¹¹

Esses eventos potencializam o produtor independente e disponibilizam uma nova forma de contato para a avaliação de seus projetos. Aliados a essa iniciativa, temos maiores possibilidades de esses encontros funcionarem. As produções brasileiras que alcançaram o objetivo final usaram também desses caminhos para viabilizarem as produções. Podemos dizer que esses novos caminhos delineiam nossa produção. O processo produtivo brasileiro passa por esses passos e, conseqüentemente, se posiciona como uma forma de produzir animação no Brasil hoje. De acordo com a experiência de diretores brasileiros, podemos notar que a experiência brasileira no cinema de animação vem sendo bastante positiva. Após décadas de dificuldades, vemos hoje em dia um cenário promissor que já conta com grandes feitos. Perguntado a respeito de sua opinião sobre o mercado de animação atual no Brasil, o diretor Alê Abreu afirmou:

Sempre tivemos uma animação muito interessante e característica, que não pretende copiar filmografia de outro país, com nomes como Flávio Del Carlo e Otto Guerra. A animação nacional viveu um momento produtivo com a Retomada, editais e leis de incentivo para produção específica nesse segmento. Por exemplo, quando produzi “Espantalho” (1998), estava acontecendo uma virada na tecnologia, estava sendo lançado “O Rei Leão”, que havia sido pintado todo com tecnologia digital. “Espantalho” foi o primeiro curta brasileiro a utilizar essa tecnologia digital para finalização, e também foi o primeiro curta de animação brasileiro a ser transferido digitalmente para película. Eu estava no momento certo na hora certa, meu filme ganhou o AnimaMundi e eu fiz a carreira nacional, foi o curta que me colocou no circuito e a partir daí também produzi campanhas publicitárias. Depois veio o curta “Passo” (2007), que foi exibido nos mais importantes festivais de animação do mundo. Hoje em dia a mistura de técnicas na animação é algo mais comum, na época de “Espantalho” era algo inusitado. Tem que ter uma paciência para ser animador, é como colocar o bolo no forno e esperar para comer quatro anos depois. Fazer animação é muito trabalhoso, são 12 desenhos para um segundo. Atualmente, temos séries de animação brasileiras que estão viajando pelo mundo, e se tudo continuar como está, em 10 anos estaremos muito bem posicionados na animação mundial.¹²

¹¹ Cf. <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-audiovisual-se-reune-em-bh-nesta-semana-para-fomentar-negocios-e-compartilhar-conhecimento-dino89097878131/>>.

¹² Cf. <<https://ndonline.com.br/florianopolis/plural/entrevista-indicado-ao-oscar-2016-ale-abreu-fala-sobre-animacao-e-cinema-nacional>>. Acesso em: 1º jul. 2018.

Essa evolução muito se deve ao próprio animador, produtor independente que buscou, todo esse tempo, juntamente com as formas de incentivo, uma melhor relação entre produção e produto. O governo, tanto no nível federal, quanto estadual e municipal, aperfeiçoou a condição de apoio via editais e programas de fomento. Podemos perceber isso nas falas de diretores e produtores, como menciona Vitor Hugo Borges, um premiado diretor brasileiro, autor da série *Historietas assombradas (para crianças malcriadas)*, exibida no *Cartoon Network*:

Desenho Livre: Vários teóricos falam das oportunidades que o Brasil já perdeu em sua história, em aspectos políticos, econômicos e sociais. Trazendo essa discussão para o tema da animação, e sem falar em utopias como a do que "deve ser", o que de fato pode ser feito pela animação brasileira hoje e que não está sendo feito?
Vitor Hugo: Algumas coisas estão acontecendo. Primeiro eu acho que estamos abandonando alguns ideais inatingíveis. Por exemplo, existia um pensamento de que deveriam ter cotas para a animação brasileira nas TVs. Isso é impossível de ser feito – já é fato. Portanto, começa a se perder uma inocência ao paternalismo dos mecanismos de acesso e disseminação de animação brasileira. Os editais de animação, que são muito importantes – estão mais fortes e mais "pé no chão". Em termos do que pode melhorar, acho que deve existir um pensamento para incentivar o autor a "botar a cara", o que muitas vezes não acontece.¹³

E também Otto Guerra,

Otto Guerra pertence à animada e criativa turma do cinema gaúcho no estado brasileiro do Rio Grande do Sul. Com uma carreira diversificada, que abrange filmes publicitários e ácidas comédias autorais, ele se tornou o papa underground da animação brasileira, fazendo sucesso e escola com seu caminho torto. Guerra, em português, é o nome para war/guerre/krieg. Otto armou sua trincheira, a empresa Otto Desenhos Animados, em 1978, e desde então vem alvejando a cultura de massa e os temas infantis com as suas sátiras impagáveis (*Animation Now: Taschen, Colonia, 2004, p. 372*).

Como um dos grandes nomes da animação brasileira, Guerra inspira muitos artistas em seu processo criativo e luta pelo cinema autoral. Em pronunciamento em público, ele exemplifica a melhora que ocorreu em nosso país:

O Collor nos anos 1980 acabou com a Embrafilme. A gente do cinema ficou no chão. E a sociedade civil, nós, vocês, se uniu. E a partir dos cacos foi feito a Ancine. E graças a Ancine, hoje a gente está no melhor momento do cinema no Brasil, afirmou.¹⁴

Num momento muito interessante do cinema nacional e plataformas audiovisuais, dentro de uma ótica da cadeia produtiva e produtos finais tais como

¹³ Cf. <http://www.desenholive.com.br/livrearbitrio/vhugo.asp>. Acesso em: 1º jul. 2018.

¹⁴ Cf. <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/festival-de-cinema-de-gramado/2017/noticia/e-possivel-viver-de-animacao-diz-otto-guerra-ao-ser-homenageado-no-festival-de-gramado.ghtml>. Acesso em: 1º jul. 2018.

filmes longa-metragens, curtas e séries de animação, podemos perceber no decorrer dos anos que tivemos avanços que simbolizam alcances e dificuldades que sinalizam limites temporários para a produção da animação brasileira.

2.1 O PROCESSO DO *DESIGN* NA PRODUÇÃO DE SÉRIES DE ANIMAÇÃO

O *design* como processo de construção na animação é parte importante deste estudo, uma vez que, ao construir e pensar um projeto, fazemos *design*. Baseado nas definições conceituais do termo e de sua especificidade enquanto atuação, a atividade do *design* pode ter relações diretas com a animação, no pensamento enquanto atividade projetual e soluções de problemas relacionados à criação de uma ideia. Para uma análise sobre o processo de produção de animação, uma atividade criativa audiovisual, enxergamos relações entre o pensamento base do *design* e a animação enquanto solução e definição de projetos. Pela própria definição do termo, *design* pode significar ‘onde vejo a similaridade’, como explica Fontoura:

O Design é um amplo campo que envolve e para o qual convergem diferentes disciplinas. Ele pode ser visto como uma atividade, como um processo ou entendido em termos dos seus resultados tangíveis. Ele pode ser visto como uma função de gestão de projetos, como atividade projetual, como atividade conceitual, ou ainda como um fenômeno cultural. É tido como um meio para adicionar valor às coisas produzidas pelo homem e também como um veículo para as mudanças sociais e políticas (FONTOURA, 2002, p. 68).

No que diz respeito à prática projetual, ou a gestão de projetos, o *design* e a animação podem possuir pontos comuns, além de terem surgido em épocas similares. As duas atividades surgiram no final do século XIX e começo do século XX, quando o mundo passava por mudanças muito significativas de processos industriais que influenciaram com grande impacto a sociedade. Assim, segundo Cardoso:

O design nasceu com o firme propósito de pôr ordem na bagunça do mundo industrial. Entre meados do século XVIII e fins do século XIX – o período que corresponde, grosso modo, ao surgimento do sistema de fábricas em boa parte da Europa e dos Estados Unidos – houve um aumento estonteante da oferta de bens de consumo, combinado com queda concomitante do seu custo, ambos provocados por mudanças de organização e tecnologia produtivas, sistemas de transporte e distribuição (CARDOSO, 2012, p. 9).

O projeto de animação, pela sua própria consistência em etapas produtivas, desde seu início à etapa de finalização, passa por uma sequência produtiva similar ao processo do *design*.

Ao pensar sobre esses problemas, curiosamente fizemos um exercício gráfico que ampliou nossa percepção em relação às etapas e situações do processo em questão. Desenhando um mapa mental, no qual colocamos a animação como centro do papel e vários elementos ao redor sob uma ótica livre de abstração, fizemos um exercício em que procuramos soltar por meio de rabiscos e anotações elementos gráficos e itens que estão relacionados ao foco central. A animação, mais precisamente a produção de séries brasileiras e também mineiras, está rodeada de anotações paradigmáticas de ordem semântica, morfológica, cultural, simbólica, metafórica e sobre os sentidos.

Esse desenho de um mapa mental se assemelha a uma grande nuvem de situações, à qual podemos associar cada parte a um conteúdo que vimos buscando entender no projeto. Explorando o termo animação em sua semântica, temos o significado de anima, dar vida, dar ânimo. Tornar mais vivo, interessar, entusiasmar. Assim, fizemos vários desenhos sequenciais em movimento, que simulam uma ação com seres voadores em sequência. Na parte cultural, como podemos chamar, alguns assuntos vieram em tópicos como a cultura do cinema brasileiro, a cultura mineira, o cinema de animação em Minas Gerais, a produção de televisão no estado, a indústria cultural, o cinema alternativo e o audiovisual como um todo, que possivelmente apontaram desafios dentro dos quais a animação está situada.

Muitos significados podem ser trazidos à tona a partir de rabiscos iniciais nos quais se pensa sobre determinado problema. Os sentidos e sentimentos que um projeto de animação envolvem, as alegrias, os sonhos, a fantasia, as esperanças, as aventuras, o aprendizado. Uma metáfora visual, com vários *links* mentais, pode levar ao entendimento do problema. O lado simbólico, trazendo à tona uma série de possibilidades para análises mercadológicas e históricas. Esse mapa funcionou como uma espécie de localização em que várias questões sobre o projeto apareceram. A partir desse mapa, pudemos fazer um levantamento de itens que precisariam ser organizados numa primeira identificação do problema, objetivando também definir suas etapas.

Problema de *design*, etapas de desenvolvimento.

Partindo do início, como fizemos no mapa mental, já com alguns itens aleatórios sobre o projeto, podemos pensar em comparar as etapas para este desenvolvimento. Tanto a animação quanto o *design* possuem etapas de trabalhos sequenciais muito bem definidas, dentro de um vértice criativo comum. Em se tratando de um problema de *design*, temos algumas etapas do processo da solução do problema de *design*. Assim como Gui Bonsiepe (1978) define, as principais fases são:

Fase de estruturação do problema:

- Detectar uma necessidade;
- Avaliar a necessidade;
- Analisar o problema projetual – justificação;
- Definir o problema projetual;
- Precisar o problema projetual;
- Subdividir o problema em subproblemas;
- Hierarquizar os subproblemas;
- Analisar as soluções existentes.

Fase de projeto:

- Desenvolver alternativas ou ideias básicas;
- Examinar as alternativas;
- Selecionar a ou as alternativas mais promissoras;
- Detalhar a alternativa escolhida;
- Construir um protótipo;
- Avaliar o protótipo;
- Introduzir eventuais alterações;
- Construir protótipo modificado;
- Preparar planos técnicos para a fabricação.

Fase de realização:

- Fabricar pré-série;
- Elaborar estudos de custo;

- Adaptar o *design* às condições específicas do produtor;
- Produzir em série;
- Avaliar o produto depois de lançado no mercado;
- Introduzir eventuais modificações.

Bonsiepe (1978) define o problema em três fases e dentro de cada uma temos uma série de itens relacionados ao desenvolvimento do problema inicial. Dessa forma, podemos separar categorias de ação para nortear a solução do problema e, passo a passo, sair do problema inicial até o desenvolvimento final do projeto. É uma análise que consideramos bem detalhada para um desenvolvimento de projeto, num processo linear, que podemos usar para a produção de qualquer projeto gráfico, audiovisual ou projeto de produto. Cada subárea do *design* possui condições específicas de desenvolvimento, nas quais provavelmente verticalizaremos atendendo necessidades específicas. Porém, de certa forma, este guarda-chuva pode atender várias áreas, até mesmo um projeto audiovisual como no caso da animação.

Contraopondo-se a essa proposta, numa definição processual mais simplificada, Bruce Archer (*apud* MORALES, 1989) define que as principais fases são:

Fase analítica:

- Problema;
- Programação;
- Obtenção de informações.

Fase criativa:

- Análise;
- Síntese;
- Desenvolvimento.

Fase executiva:

- Comunicação;
- Solução.

De acordo com essa definição processual, também dividida em três fases, ao encaixar um projeto, sentimos necessidade de mais itens nos quais possamos explorar mais o desenvolvimento. Sendo a animação um projeto mais complexo de desenvolvimento, acreditamos que a definição de Bonsiepe se identifica melhor com o problema do desenvolvimento de animação.

Num projeto de animação, no caso de desenvolvimento de séries, temos várias etapas de desenvolvimento que se assemelham ao desenvolvimento de um projeto de *design*. Como explica Nesteriuk (2011), apesar de não existir uma fórmula ou regra absoluta referente à dinâmica de criação de um projeto de série de animação, é importante observar que sua apresentação, entretanto, possui certas formas e estruturas mais consolidadas. Basicamente na animação, seja qual for o formato - curta-metragem, longa, *web* série, vinheta ou id -, passamos por fases básicas e comuns em todos os formatos, desde a sua criação inicial, com o surgimento da ideia (que aqui seria nossa necessidade), como transformar em imagem em movimento aquela ideia inicial de história.

A sequência de desenvolvimento do projeto seria (tomando por itens prioritários, sem citar subitens, que prevalecem na maioria dos projetos de animação), inicialmente, a criação da ideia ou conceito, fase em que começamos a querer desenvolver alguma coisa e que podemos associar à fase de estruturação do problema, como uma necessidade.

A elaboração do conceito implica o pleno conhecimento da série, isto é, na capacidade de se responder a quaisquer questões de caráter mais abstratos referentes à sua justificativa, objetivos e demais aspectos conceituais (NESTERIUK, 2011, p. 151).

Depois de escolhida nossa ideia, começamos a desenvolvê-la em formato de roteiro, no qual pudemos precisar e desenvolver nosso problema, com subproblemas e análise de soluções. Depois do roteiro, temos o desenvolvimento de um *storyboard*, como podemos exemplificar pela definição abaixo, e que, apesar de ser um conceito também do cinema, aplica-se à animação.

O *Storyboard* é um conceito do cinema, indicando que cada cena e cada tomada de câmera é esboçada na ordem em que ocorre no filme. Fornece uma estrutura e um plano global para a filmagem, permitindo ao diretor e sua equipe ter uma ideia clara de onde cada tomada se encaixa melhor (FAETEC, 2009).

O conceito vem para organizar o pensamento de cenas e o posicionamento de câmeras, juntamente com personagens e cenários, permitindo-nos analisar as

soluções de cada etapa do nosso roteiro e da nossa criação, tendo como base a solução do problema inicial, a nossa ideia.

Resultante de uma decupagem do roteiro surge o storyboard, processo que consiste no desenho de quadros de ação da história e é atualmente utilizado em todas as produções de animação. Quando bem feito e organizado, permite ajustes, diminui custos e tempo de produção, além de facilitar o desenvolvimento de um animatic bem detalhado (NESTERIUK, 2011, p. 152).

Posterior ao desenvolvimento do roteiro e *storyboard*, temos o desenvolvimento de personagens e cenários que entrarão na composição visual do filme. A esta etapa podemos associar as definições de Bonsiepe com as fases do projeto em que desenvolvemos alternativas, examinamos-as, selecionando e detalhando-as.

Com as escolhas feitas, selecionadas, já avançamos para começar a construir a animação, inicialmente com um *animatic*, no qual testamos o tempo das cenas previamente junto com as cenas do *storyboard* para verificar se as escolhas estão funcionando. Podemos associar o *animatic* do desenvolvimento do projeto de animação com um tipo de protótipo inicial no qual podemos testar preliminarmente os tempos das cenas antes de animar. A fase da animação, posterior ao *animatic*, já encaixamos como fase de realização, em que fabricamos propriamente a animação, e passamos a produzi-la em série em suas subetapas particulares, como *cleaning* e finalização. Na fase de edição e finalização, teremos várias subfases e itens particulares da animação, mas, resumindo, podemos situar essas etapas com a preparação de planos técnicos para fabricação, construção, fabricação e adaptação do *design* a condições específicas.

A produção de animações para TV se apoia em um sistema bem conhecido e consolidado que se aproxima mais ao conceito industrial do que propriamente artístico. Nos últimos anos, a grande mudança foi a substituição do desenho em papéis pela utilização de computadores no processo. De forma resumida, a produção percorre quatro estágios: (1) Conceito ou Desenvolvimento; (2) Pré-produção; (3) Produção e (4) Pós-produção (TSCHANG; GOLDSTEIN, 2004; WINDER; DOWLATABADI, 2001 *apud* GATTI JUNIOR; GONÇALVES; BARBOSA, 2014, p. 467).

Depois de pronto o projeto, a animação produzida, temos ainda 'fases de realização' de um projeto de *design* que se encaixam perfeitamente em nosso projeto de animação, como a produção em série e a avaliação do produto depois de lançado no mercado. São itens bastante adequados à realidade de um projeto de série de animação 2D. De acordo com a definição de Brandão (2017), em uma

lógica simplificada para a produção de um episódio de animação 2D Cutout, teríamos três etapas para a produção desde a sua ideia inicial até o episódio final:

Pré-produção:

- 1 - Roteiro;
- 2 - Design de personagens;
- 3 - Gravação de vozes;
- 4 - Storyboard – Animatic;
- 5 - Rigging;
- 6 - Design de cenários;
- 7 - Setup.

Produção:

- 1 - Animação

Pós-produção;

- 1 - Composição e finalização;
- 2 - Edição de vídeo;
- 3 - Edição de som;
- 4 - Trilha sonora;
- 5 - Mixagem;
- 6 - Master.

Indo além, temos ainda no processo de desenvolvimento da animação, a linha de produção para o desenvolvimento de uma série de episódios, em que um exemplar acima descrito, um episódio faz parte de um conjunto de filmes ou animações que constituem o seriado. O desenvolvimento dessa ideia pode ser definido como cita Brandão (2017):

Linha do tempo de uma série de animação:

- 1 - Ideia;
- 2 - Identificando o público;
- 3 - Identificando canais e oportunidades;
- 4 - Bíblia / Material de venda;

- 5 - Venda para um ou mais canais;
- 6 - Financiando a produção de série;
- 7 - Produzindo a série;
- 8 - Licenciando episódios para diversos territórios;
- 9 - Licenciando marca para diversos produtos .

Um projeto de *design* pode apresentar etapas semelhantes ou similares de desenvolvimento e ter o substrato de produção visual. Baseado em construção de imagens e ilustrações de duas ou três dimensões, os componentes visuais de uma animação podem também ser componentes de construção de *design*. Analisar essas etapas é importante para este estudo ao aprofundar em um processo construtivo de criação: o que está sendo desenhado e como está sendo desenhado. Uma análise/visão verticalizada e processual de etapas e métodos usados, em que o produto final tem relação com o desenvolvimento industrial de uma ideia criativa.

2.2 DIFICULDADES PRODUTIVAS NO PROCESSO

Com o passar do tempo, percebemos por meio das fontes pesquisadas, ainda a respeito da evolução do processo da animação brasileira, situações e casos considerados dificuldades ou limites do processo. São fatores externos que, muitas vezes, foram decisivos negativamente na construção de projetos e ideias, dificultando assim o nascimento de uma indústria mais contundente. Essas dificuldades foram categorizadas por alguns fatores percebidos.

2.2.1 Orçamento

Produzir animação no Brasil é um trabalho caro. Mesmo com incentivos diretos e editais de fomento, não é tarefa fácil administrar e levantar todo o montante para se produzir uma série. São valores altos, dos quais muitas vezes as produtoras não dispõem para iniciar suas ideias próprias. Mesmo para filmes em formato curta-metragem, que geralmente são a porta de entrada para festivais e mercado, os valores necessários são altos. A mão de obra é especializada e não custa barato ter todos os profissionais envolvidos ganhando pelo trabalho. Além disso, como cita Brandão (2017), temos também um desnível de preço, derivado das várias empresas produzindo o formato:

Existem hoje muitas empresas no Brasil fazendo animação. Mas há um desnível muito grande entre os preços e a qualidade. Isso faz com que muitas produtoras de produção de alto nível tenham mais dificuldade de competir e oferecer a seus colaboradores salários melhores. Essa situação faz com que seja mais difícil convencer os mecanismos de financiamento do custo real que existe para se produzir uma série de animação com qualidade para disputar mercados internacionais (BRANDÃO, 2017, p. 15).

A realidade no país é que, apesar dos incentivos relevantes, não contamos com valores tão adequados, mas valores médios para as necessidades reais de produção. Ainda citando Brandão (2017):

A maior parte dos fundos que temos acesso se baseiam em alguns parâmetros para calcular o montante do investimento a ser feito nas produções. O Fundo Setorial do Audiovisual (F5A), por exemplo, que é o maior investidor das séries de TV hoje em dia, tem o teto de R\$ 10.000,00 por minuto para animação. Na prática, é um valor baixo, e do meu ponto de vista seria necessário que o teto tivesse no mínimo 70% a mais. A definição desse teto tem a ver com a distorção de preços praticados no mercado, uma vez que têm produtoras que trabalham com esse valor naturalmente, às custas de sacrificar a qualidade e pagar pouco para os profissionais envolvidos. Hoje há uma certa organização das produtoras em tentar dialogar com o FSA e outros fundos para mostrar que esses tetos estão abaixo do necessário para que possamos ter produtos competitivos e fornecer aos trabalhadores do setor condições melhores de trabalho (BRANDÃO, 2017, p. 15).

E ainda o fluxo de caixa para manter a produção:

Além das muitas incertezas em relação a projetos futuros, os orçamentos são muito apertados e, a maior parte das produtoras não conseguem ter caixa para poder movimentar, investir ou mesmo guardar para emergências, o que faz com que elas fiquem fragilizadas frente a oscilações do mercado (BRANDÃO, 2017, p. 15).

2.2.2 Distribuição

Distribuir animação no Brasil nunca foi tarefa fácil. Mesmo com muitos festivais recebendo materiais de produções independentes e canais sinalizando positivamente a necessidade de se exibir conteúdo nacional, ainda não temos muitos canais de exibição com quem podemos contar. Existe um caminho, mas ele se mostra ainda mais competitivo pela sua extensão, e conta também um histórico conturbado em se distribuir audiovisual brasileiro em circuitos como o de cinema, por exemplo, onde a força política e mercadológica sempre privilegiou interesses estrangeiros.

2.2.3 Falta de mão de obra qualificada / formação

A formação de animação se mostra diversificada em todo o país, onde se priorizam cursos técnicos, com poucas faculdades específicas de animação. Ensinam-se processos básicos de produção, mas existe ainda uma diferença entre o que o mercado produz e o que se ensina em alguns cursos. Alguns estados não possuem formação adequada para o desenvolvimento de projetos voltados para uma indústria de animação. Em Minas Gerais, temos formação de nível técnico, em cursos livres, e uma universidade que oferece graduação voltada ao cinema de animação, a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), onde bons profissionais são formados e geralmente vão trabalhar em outros mercados, muitas vezes por não existirem projetos maiores que os unam. Essas dificuldades existem também em outros centros, conforme nos mostra Brandão (2017):

Apesar de existirem muitas escolas e cursos superiores surgindo na área, ainda é difícil de se encontrar mão de obra especializada. Há uma certa defasagem entre o que é ensinado nas escolas com o que é necessário saber para que o profissional possa entrar num processo de produção de série já produzindo. Hoje os estúdios lidam com a realidade de treinar e formar a própria mão de obra (BRANDÃO, 2017, p. 14).

2.2.4 Características da produção

Nesse início de produção de séries brasileiras animadas, vemos que alguns fatores marcam nossa produção e não favorecem um crescimento similar. Alguns pontos vêm se tornando características, e o mercado nacional vem sendo desenhado por várias iniciativas similares. Alguns estados brasileiros que já possuíam um histórico de produção audiovisual mais evoluído do que outros contam com um avanço mais contundente em relação às produções. Essa realidade vem se mostrando aos poucos consciente da necessidade de mudança para outros patamares. A demografia da produção brasileira inicialmente se mostrou mais concentrada no eixo que possuía mais condições de desenvolvimento. Como explica Brandão (2017):

A produção no Brasil está altamente concentrada no eixo Rio-São Paulo. Esta é uma dura realidade, que tem a ver com a economia dessas duas cidades e com a proximidade com os canais, que estão baseados em sua grande parte nas duas cidades. É necessário capilarizar a produção, e espalhá-la pelo Brasil. Nesse momento, existe uma intenção do governo federal e de muitos estados em facilitar e promover a produção fora do eixo

Rio-São Paulo, na forma de leis e editais de apoio à produção (BRANDÃO, 2017, p. 14).

O movimento de ampliação da produção nacional vem sendo promovido por órgãos federais que mostram uma preocupação em aumentar o alcance, de tal modo que investimentos contundentes vêm sendo realizados por todo o país. Esse tipo de operação costuma ter, ainda assim, muitos entraves até a produção começar a se consolidar. Mas com certeza já mostra um caminho até então não promovido. A distribuição de recursos figura como alternativa para promover o desenvolvimento nacional.

Considerando as linhas já lançadas e as novas, previstas no Plano Anual de Investimento aprovado, serão investidos R\$ 465 milhões em produção e desenvolvimento de cinema; e R\$ 98 milhões em distribuição. Outros R\$ 424 milhões serão destinados à produção, desenvolvimento e promoção de conteúdos para TV. O setor de games receberá R\$ 37,7 milhões, para desenvolvimento, produção e lançamento. O novo plano também inclui uma linha de financiamento para infraestrutura, no valor de R\$ 100 milhões, abrangendo todos os elos da cadeia. Para a realização de mostras e festivais, foram reservados no total R\$ 26,5 milhões, além de R\$ 6,5 milhão para exibição. A linha de formação e capacitação receberá R\$ 17,6 milhões. A de preservação, memória e digitalização de acervos, um total de R\$ 23,4 milhões. Serão destinados ainda R\$ 56,4 milhões para projetos de coinvestimento regional com estados e municípios, com o objetivo de estimular o desenvolvimento do audiovisual em todas as regiões do País. A alavancagem aumentou para todas as regiões. Para as regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste, passou de R\$2 para R\$ 5. Isso significa que, a cada R\$ 1 investido por estados ou capitais, serão aportados R\$ 5 em recursos do FSA. Municípios do interior contarão com alavancagem maior: de R\$ 1 para R\$ 6. Para a Região Sul e os estados de Minas Gerais e Espírito Santo, a alavancagem passará de R\$ 1,5 para R\$ 4. Para cidades do interior, de R\$ 1,5 para R\$ 5. Já nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, a contrapartida do FSA para cada R\$ 1 investido será de R\$ 3 nas capitais e de R\$ 4 no interior.¹⁵

É preciso rever as condições do alavancamento federal para que a distribuição ocorra de forma mais justa em todo o país e não termine privilegiando eixos mais capacitados do setor. É muito comum, em iniciativas como esta, existirem pré-condições e legislações complementares que obrigam os recursos a serem designados de maneira não tão interessantes como parecem.

¹⁵ Cf. <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/comit-gestor-do-fsa-aprova-plano-anual-de-investimento-valor-total-em-2018>.

2.2.5 Política brasileira

A instabilidade política no país gera um clima de apreensão em todos os segmentos envolvidos nessa nova produção. Apesar de existirem fatores e dados que mostram, como anteriormente citados nesta dissertação, a evolução contundente do setor, a peculiaridade política na qual o país se encontra, com grandes questões referentes ao jogo democrático, faz com que processos que poderiam ser mais rápidos tendam a ter uma velocidade não tão adequada para o crescimento. A burocracia brasileira, já característica do setor de negócios, tem impactos também nesse setor de desenvolvimento. Como explica Brandão (2017), embora tenhamos hoje muitos mecanismos para a produção de séries, o processo da maior parte é muito lento e burocrático, o que acaba dificultando a produção e a organização das produtoras para conseguirem ter trabalho constante.

2.2.6 Comercialização / Mercado

Supondo que uma produtora tenha um desenvolvimento desde o início do projeto; que, contando com vários incentivos, viabilize o projeto até sua fase de produção; que, por meio do produto pronto, ela consiga exibi-lo em um circuito brasileiro de televisão, encerrando, de certa forma, um ciclo econômico de produção, a pergunta que se faz é: como conseguir prosseguir com o desenvolvimento dessa ideia em outras temporadas, senão usando os mesmos recursos de incentivo e fomento? A sequência da comercialização e a continuidade do produto no mercado podem vir a ser uma dificuldade enfrentada pelos produtores independentes. Como proceder mediante uma etapa desse desenvolvimento? Haverá condições comerciais e mercadológicas para a continuidade do produto e conseqüentemente da empresa produtora? Pela ótica de Brandão (2017), há uma dificuldade de planejamento a longo prazo:

O impacto financeiro e social é enorme para a produtora, uma vez que ela não consegue se planejar e garantir a permanência de sua equipe entre produções. Além disso, como o nosso mercado depende muito de incentivos públicos, as incertezas de mudança de gestão no governo, e a instabilidade política e econômica também prejudicam o planejamento futuro das empresas (BRANDÃO, 2017, p. 16).

Brandão (2017) lembra ainda das incertezas do mercado: “A questão da lentidão e da burocracia faz com que as produtoras dificilmente consigam ter a certeza de quando terão o aval e os recursos para começarem produções futuras” (p. 16).

2.2.7 Tecnologia

Embora a tecnologia seja um fator que muito favoreceu a produção de animação no Brasil, ela também traz algumas dificuldades, seja pela técnica em questão ou por valores que não são compatíveis com a realidade brasileira. Percebemos isso mediante algumas lacunas gráficas que são feitas em nosso universo produtivo, como também os resultados finais de produtos audiovisuais. A técnica escolhida para uma série impacta em vários pontos: orçamento, mão de obra, prazo de produção, estética e linguagem. Percebemos no Brasil uma predominância de técnica 2D, usada na maior parte das séries, o que se deve ao custo mais acessível de execução. Em relação ao 3D, ainda não alcançamos uma grande produção em se tratando de volume para o desenvolvimento das séries animadas. Brandão (2017) comenta o fato:

Existem poucas séries sendo feitas em 3D e em Stop Motion. Isso se dá pela dificuldade em encontrar mão-de-obra qualificada compatível com orçamentos praticados em série (a maior parte dos bons profissionais dessas técnicas está no mercado publicitário, cuja prática de valores é muito acima da prática do mercado de séries). Além disso, exigem equipamentos mais caros, sejam computadores com alta capacidade de processamento, render farms, até espaço de marcenaria e usinagem, no caso de Stop Motion. No caso específico de 3D, além de tudo, para que a série tenha um bom acabamento, é necessário investir bastante em profissionais de render, shading e modelagem, além de composição. Estas são etapas bastante trabalhosas e custosas (p. 11).

A título de conclusão dos fatores explicitados acima, percebemos que a questão orçamentária define muitos pontos na produção de séries animadas no Brasil: a escolha da técnica, o tamanho das equipes, o investimento e os desdobramentos futuros. O planejamento orçamentário interfere também diretamente em questões estéticas e de linguagem.

2.3 AVANÇOS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DE ANIMAÇÃO

Da mesma forma que tivemos dificuldades, houve também crescimento, ou como podemos nos referir, alcances, devidos a diversos fatores que podemos considerar como avanços do setor, que de forma crescente vem contribuindo para o desenvolvimento da animação brasileira de uma maneira diversa. Quando não existiam ainda muitos pontos de apoio para a produção, desde o surgimento até os dias atuais, o mercado publicitário foi um grande contribuidor para que houvesse esse desenvolvimento. Ele impulsionou a produção de comerciais e vinhetas para televisões brasileiras, gerando *know-how* de produtoras. Posteriormente, outros importantes fatores não só contribuíram, mas mudaram os rumos dessa produção. Baseado em experiências, fontes e relatos, é possível categorizá-los da seguinte forma:

2.3.1 Políticas favoráveis

2.3.2 Editais de fomento

2.3.3 Organização da classe

2.3.4 Tecnologia

2.3.5 Indústria brasileira

2.3.6 Formação

2.3.1 Políticas favoráveis

No Brasil, tivemos em algumas décadas propostas políticas, que visavam impulsionar a produção cinematográfica brasileira. Algumas delas foram muito importantes para o desenvolvimento do cinema. Como inicialmente o objetivo era favorecer a produção de cinema, a animação como um gênero cinematográfico foi ganhando espaço pouco a pouco.

A Lei da TV Paga, aprovada e sancionada em 2011, impactou positivamente no cenário da produção audiovisual brasileira ao obrigar as emissoras a cabo a exibirem conteúdo nacional. Assim, a lei incentivou os produtores nacionais independentes a produzirem conteúdo audiovisual de todos os gêneros para essa lacuna, de modo que a animação ganhou espaço e vários projetos. Essa mudança

está ancorada também em outras políticas que vieram anteriormente, mas que ajudaram não só a animação brasileira como também o mercado do audiovisual. A existência do Fundo Setorial, criado em 2006, é também uma importante vitória para os produtores.

O Fundo Setorial do Audiovisual – FSA é uma categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura, tendo como objetivo principal desenvolver toda a cadeia produtiva audiovisual no Brasil. Considerado como um marco na política pública de fomento à indústria audiovisual, o FSA trouxe novas fórmulas de incentivo à todas as cadeias deste mercado, contemplando os mais variados segmentos, desde o incentivo ao desenvolvimento de talentos e desenvolvimento inicial de projetos, até mesmo a própria produção e posterior distribuição e exibição de obras audiovisuais (PORTAL REVISTA DE CINEMA, 2016).

Complementando ainda a base de sustentação para o apoio ao segmento, temos a Agência Nacional de Cinema (Ancine), órgão governamental que regula, apoia e orienta o setor. Com ampla atividade, a Ancine possui vários planos e programas específicos. Além desses elementos favoráveis, temos ainda editais próprios de órgãos ligados ao governo que disponibilizam parcerias e incentivo para a viabilização da produção de produtos brasileiros.

As TVs públicas tradicionalmente investem em conteúdo independente, e sempre foram boas parceiras no nosso mercado. Atualmente, as TVs públicas trabalham bastante em parceria com o Fundo Setorial. Recentemente, o Fundo Setorial anunciou a diminuição do valor da primeira licença de 15% para 8,4% para as TVs públicas. Ou seja, para a TV pública poder ter na sua grade um produto financiado pelo FSA como primeira janela, ela não precisa mais pagar 15% do orçamento total do produto e sim 8,4%. Como uma forma de estimular produções fora do eixo Rio-SP, caso a produtora proponente seja de qualquer outro estado que não seja Rio-SP, esse valor cai pela metade (4,2%). Isso será um indutor para que a produção se espalhe pelo Brasil, e provavelmente iniciará um movimento entre as produtoras do eixo Rio-SP em tentar coproduzir com empresas de outros estados, o que é ótimo para todos. Os estados mais afastados da cena audiovisual terão mais chance de serem incluídos, e poderão contar com o expertise comercial e de produção de empresas mais consolidadas no mercado (BRANDÃO, 2017, p. 26).

Em Minas Gerais, temos o Programa de Desenvolvimento do Audiovisual Mineiro (Prodam), criado em 2016 pelo Governo de Minas Gerais como uma plataforma que visa impulsionar a formação, produção, distribuição, exibição e preservação do setor, colocando em rede a atuação de entidades públicas e demais interessados, com o objetivo do estímulo.

2.3.2 Editais de fomento

Além das leis criadas que favoreceram a produção, tivemos também no país a criação de editais específicos que premiam projetos sob a forma de concorrência pública. Formalmente, esses editais foram lançados como apoio aos projetos cinematográficos, geralmente curtas e longas-metragens. Atualmente, temos uma gama interessante de tipos de projetos contemplados, como projetos de séries de TV, *web* séries, inovação e novas mídias. A animação se mostra presente como um gênero dedicado, mas que vem buscando seu próprio espaço.

O Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira surge em 2008 como uma iniciativa estratégica de desenvolvimento para distinguir dentro do setor audiovisual, as peculiaridades próprias da produção de um conteúdo animado e o sistema de produção live-action³ (KOPKE, 2014, p. 3).

Editais específicos de animação também foram criados em âmbito nacional. Programas como o Anima TV, Conexão Vivo Animações, o Proanimação e outras iniciativas aconteceram em vários estados brasileiros.

O Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira e seus desdobramentos através do Proanimação e AnimaTV, foram germinados nos debates, nas discussões e nas propostas do fórum; estes programas têm como fundamento um investimento de longo prazo, por um período de dez anos, prorrogáveis a mais dez, em que medidas de urgência tornam o setor um ponto estratégico para o desenvolvimento da economia nacional. As medidas englobam a pesquisa, desenvolvimento e infraestrutura; fomento e formação profissional. No caso do edital AnimaTV, 17 projetos de um total de 257 inscritos, receberam incentivo para criar seus pilotos de série de televisão (KOPKE, 2014, p. 4).

O que antes era um sonho distante de se produzir séries de animação para televisão, nas décadas de 1970 e 1980, por exemplo, atualmente vem se tornando realidade. Por meio do conjunto de editais de fomento que temos disponíveis, aliado a uma legislação favorável, o momento atual se mostra muito promissor às produções independentes.

No estado de Minas Gerais ainda destacamos, como possibilidade de se criar animação, além dos editais de Lei de incentivo, como as Leis Municipal e Estadual, que contemplam também a produção audiovisual, dentre várias outras formas de manifestações artístico-culturais, o Filme em Minas e o edital da Codemig.

O Filme em Minas, cujo edital já foi extinto, teve grande contribuição para a produção mineira do audiovisual. De acordo com a especificação do próprio edital, o fomento visava estimular a produção local.

Criado pela Secretaria de Cultura de Minas Gerais em parceria com a **Cemig**, o Programa Filme em Minas tem aquecido a produção audiovisual no Estado, estimulando pesquisas e adoção de novas linguagens e formatos que revelam a pluralidade e a diversidade da cultura mineira. Abrangente, o programa possibilita a participação tanto de diretores já consagrados quanto de realizadores iniciantes, impulsionando produções em todo o Estado. Além do Filme em Minas, de grandes proporções, a **Cemig** patrocina os principais festivais mineiros no âmbito do audiovisual, como os Festivais de Cinema dos Países de Língua Portuguesa, Internacional de Curtas de Belo Horizonte e de Cinema de Juiz de Fora. As Mostras de Cinema de Ouro Preto, Tiradentes e de Cinema Mundial - Indie também recebem o apoio da **Cemig**. A primeira edição do Filme em Minas aconteceu em 2004. Para o biênio 2005/2006, o programa foi reorientado a partir de um estudo de tendências dos principais programas públicos de estímulo ao audiovisual no País, com o intuito de atender às demandas diversificadas do setor em Minas Gerais, dialogando com sua multiplicidade e seu perfil experimental e reflexivo. O Programa é voltado para produção local, estipulando em seu edital, porcentagens superiores para elenco, equipe técnica, cenário e produtores mineiros. Trata-se do único edital do país que contempla todos os segmentos do audiovisual: Da produção, finalização e distribuição de longas e curtas, documentários, novos formatos, literatura e revitalização de acervos. A escolha dos projetos a serem patrocinados se dará pela análise de seu valor artístico e cultural, de sua exequibilidade, no que concerne à proposta técnico-orçamentária, da capacidade demonstrada pelo proponente de executar o projeto e da adequação da proposta ao presente Programa. Em sua 6ª edição do Programa, a Secretaria de Estado de Cultura e a Companhia Energética de Minas Gerais - Cemig concederam patrocínio no valor total de R\$ 4.500.000,00 (quatro milhões e quinhentos mil reais), para o biênio 2013/2014, com base na Lei do Audiovisual e na Lei Federal de Incentivo à Cultura, assim distribuídos por categoria, conforme Edital 2013 / 2014 (PORTAL DA CEMIG, 2018).

2.3.3 Organização da classe

O que antes eram atividades isoladas, com poucas discussões e representação entre o grupo de profissionais da animação, hoje em dia se mostra diferente. O profissional de animação vem buscando cada vez mais se organizar em função de objetivos comuns, troca de informação e fortalecimento do setor. Iniciativas como o Anima Forum, o nascimento da Associação Brasileira de Cinema de Animação (ABCA) e muitos grupos *on-line* de discussão sobre animação abriram o caminho para a organização da classe e melhorias significativas. A ABCA surgiu com o intuito de justamente buscar uma maior representação dos animadores. Percebemos também objetivos similares, a exemplo do Anima Forum, que surgiu durante o *Anima Mundi*.

Criado em 2007 para atender à insistente vontade dos realizadores de debater estratégias para desenvolver uma produção de animação brasileira independente capaz de concorrer com o produto internacional, o ANIMA FORUM tornou-se referência no que diz respeito à eficácia da negociação entre o setor Estatal e Privado. Conforme os relatórios anuais do evento, podemos verificar que todas as iniciativas governamentais postas em ação desde então, surgiram no ano seguinte às propostas dos realizadores durante o ANIMA FORUM (KOPKE, 2014, p. 4).

Vemos que esse tipo de discussão vem dando resultados produtivos ao setor, com o surgimento de associações, festivais específicos de animação, como o caso da Mostra Udigrudi Mundial de Animação (MUMIA), em Belo Horizonte, existente há 14 anos, de maneira independente, fomentando e promovendo intercâmbios e agrupando animadores de todo o país. A exemplo do MUMIA, que surgiu em 2004, outros festivais específicos de animação despontaram no Brasil.

2.3.4 Tecnologia

Paralelo aos avanços políticos e organizacionais do segmento, temos também um fator que diz respeito diretamente à evolução da própria técnica e de muita relevância: a tecnologia. Influenciando os processos produtivos da animação, a tecnologia que vem sendo desenvolvida no mundo, há vários anos, mais propriamente a tecnologia digital de computadores, participa diretamente da evolução da animação:

Paulatinamente, a computação gráfica foi sendo inserida no segmento da cinematografia. Revelando-se um importante divisor de águas, promoveu grandes possibilidades, capazes de revolver de verossimilhança a magia projetada. Assim, mais uma vez, uma tecnologia participava da reafirmação de um sólido mercado do entretenimento – o cinema de animação (FOSSATTI, 2009, p. 11).

De forma essencial, os avanços tecnológicos propiciaram mudanças importantíssimas nos processos de produção e na estética da animação. Com a pesquisa tecnológica em animação, aliada ao desenvolvimento dos *personals computers* e *softwares* gráficos, o que antes era feito manualmente em processos mecânicos e repetitivos - como o uso do acetato, também conhecido com *cell animation*, e mesa de luz – cedeu lugar a múltiplas possibilidades, expandindo-se estética e comercialmente, como descreve Lucena Júnior:

A partir da década de 1980, as técnicas de computação apresentadas pelos irmãos Whitney fizeram-se determinantes para o futuro da animação. A experiência com novas possibilidades técnicas e com formas gráficas traçava o caminho para era a digital. A animação, desde seus primórdios, foi sustentada pela pesquisa, viabilizando novas possibilidades expressivas e firmando seu viés comercial (LUCENA JÚNIOR, 2001).

Esse desenvolvimento possibilitou uma série de produções cinematográficas e televisivas, em que o ganho com a tecnologia impactava no processo produtivo e nos orçamentos das produções:

A animação apropriava-se das novas técnicas digitais, incorporando-as gradualmente a suas produções. A crescente adesão frente à nova tecnologia possibilitou resultados semelhantes ou melhores àqueles obtidos pela via tradicional, despendendo menor tempo e investimento financeiro (GUILLÉN, 1997).

Não foi apenas em termos de produção, ferramentas e custos de projeto que tivemos avanço: a tecnologia favoreceu também o surgimento de novas linguagens. O surgimento das novas plataformas gráficas de animação gerou uma série de inovações estéticas que abriram um grande potencial na animação mundial. O modo de produção digital se popularizou. A estética 3D surgia como uma grande novidade que encantava a todos com seu realismo, cores e perspectivas. Nos Estados Unidos, o pioneirismo em termos de pesquisa trouxe aos cinemas produções que influenciaram o mundo todo. Um dos primeiros filmes produzido inteiramente em computação gráfica foi *Toy Story*, pelo Studio Pixar, em 1995. De grande sucesso no mundo todo, o estilo 3D se fixou, fazendo com que vários estúdios ao redor do mundo iniciassem suas produções, inclusive o Brasil.

George Lucas constatou que a animação digital tornara-se um padrão na indústria, sendo capaz de garantir qualidade às produções. “*Toy Story*” rompeu com convencionalismos da época - não musical, mas dotado de personagens originais e com uma história moderna. Seus personagens transpareciam verossimilhança e profundidade. Paralelamente a “*Toy Story*”, no Brasil finalizava-se a produção de “*Cassiopéia*” (NDR), também totalmente digitalizada. Sem recursos para distribuição, coube a esta animação o segundo lugar no ranking de pioneirismo das produções digitalizadas (FOSSATTI, 2009, p. 13).

No Brasil, com a chegada dos computadores gráficos, os produtores se mostraram aptos a realizar produções com criatividade e estética própria. A entrada da tecnologia facilitou o processo produtivo, como em todos os lugares, mas com entraves e dificuldades particulares ao país. Atualmente, como cita Brandão (2017), a maior parte da produção de série de TV no Brasil é feita em 2D, empregando o software *Toon Boom*, principalmente a versão *Toon Boom Harmony*. Existem alguns motivos para esse uso: embora o *software* não seja muito barato, não exige um equipamento muito sofisticado. Há também maior facilidade em encontrar mão de obra capacitada, dentro de um circuito em nossa opinião, fazendo um contraponto a essa afirmação de Brandão, no eixo Rio de Janeiro-São Paulo. Além disso, o *software* permite uma boa velocidade de produção, tem bom nível de acabamento e, apesar das limitações, permite chegar a boas soluções narrativas.

2.3.5 Indústria brasileira

Dos anos 1990 para cá, desde que o país recebeu diversos incentivos governamentais objetivando o crescimento da indústria audiovisual, a animação brasileira ganhou um grande incentivo. Projetos de produção de séries e um grande número de curtas e longas-metragens apareceram em todo o país. Em escala crescente, o número de projetos de contemplados vem aumentando, fazendo com que o país comece a ver a transformação de um mercado, antes tímido, em um mercado aquecido com vitórias significativas. “Por sua vez o país começa a se posicionar como *player*, capaz de realizar de maneira autossuficiente todas as etapas da cadeia produtiva da animação” (NESTERIUK, 2013, p. 15).

Atualmente o cinema de animação brasileiro vive um expressivo período de crescimento de sua produção o que se reflete na grande quantidade de filmes produzidos nos últimos anos; é cada vez maior o número de profissionais envolvidos, de técnicas, estilos e temas, gerando também um aumento na qualidade desses filmes. Os filmes de animação atraíram 18,2 milhões de espectadores às salas de cinema brasileiras em 2006, o que representa um crescimento de 153% na procura pelo gênero em um período de quatro anos (em 2002 foram 7,2 milhões de pessoas). O volume de público acompanhou a evolução dos filmes de animação distribuídos no Brasil, que passou de 11 produções em 2002 para 21 títulos em 2006, além disso, a animação foi o gênero de filme mais assistido no Brasil em 2007, com média de público de 800 mil espectadores. Pesquisa Nielsen EDI, durante o FIICAV 2007 - Tela Viva News (GOMES, 2008).

Com incentivos vindos de editais de fomento e leis favoráveis, algumas produtoras brasileiras independentes conseguiram, há poucos anos, desenvolver projetos que alcançaram as televisões brasileiras e também entraram na grade de programação de emissoras internacionais, em mercados fora do Brasil, como América Latina e Europa. Como foi o caso da Copa Studio, 2D Lab e TV Pinguim, que com projetos de qualidade abrem caminho para as produções nacionais.

O Copa Studio é uma produtora de animação fundada em 2009 por três animadores brasileiros (Zé Brandão, Felipe Tavares e Rodrigo “Soldado”) que exerceram funções operacionais nos longas-metragens Xuxinha e Guto Contra os Monstros do Espaço (85 minutos, 2005) e Turma da Mônica em Uma Aventura no Tempo, (80 minutos, 2007). A conquista do AnimaTV projetou consideravelmente o trabalho da produtora que, além da série Tromba Trem - no ar desde 2011 - é responsável pela animação da série Historietas Assombradas para Crianças Malcriadas, primeiro lugar em audiência no canal Cartoon Network e prêmio da melhor programa infantil pela Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA) em 2013 (KOPKE, 2014, p. 5).

O desenvolvimento vem acontecendo de forma simultânea em todo o país, mas nos estados onde já existiam a presença maior de estúdios e um mercado mais favorável proveniente da publicidade, notamos um maior resultado. Rio de Janeiro e São Paulo são sedes das produtoras nas quais os projetos de séries de maior destaque estão sendo desenvolvidos.

2.3.6 Formação

Talvez em menor frequência que os avanços citados acima, a formação de animadores no país nunca foi difundida em larga escala. Com poucas opções de curso superior, a maior parte dos treinamentos relacionados à animação veio juntamente com os treinamentos de *software* gráficos relacionados ao processo. A formação de animadores aconteceu no Brasil sob a forma de cursos livres, esporádicos, cursos técnicos e oficinas realizadas por profissionais do mercado que, com o intuito de fortalecer a produção de animação no país, ofereceram oportunidades ao mercado.

Em 1986 Marcos Magalhães coordenou, em parceria com profissionais canadenses do National Film Board (NFB), um curso que se tornou referência na história da animação brasileira. Os participantes desta experiência produziram filmes e se tornaram em pouco tempo nomes de destaque da animação nacional. Atuando em TV, cinema, publicidade, curtas e séries, e agindo em distintas direções: trabalhando há anos para diversos estúdios de longasmetragens no exterior, produzindo regularmente no NFB, promovendo oficinas por todo o país. Além disso, três desses profissionais uniram-se com Marcos Magalhães para criar o importante festival Anima Mundi (GOMES, 2008, p. 4).

Além desses cursos livres, existem no Brasil alguns cursos superiores específicos de animação, como é o caso do curso de Cinema de Animação e Artes Digitais da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), reformulado recentemente. Anteriormente, ele possuía uma habilitação específica em Cinema de Animação; hoje, ampliou-se para o campo das artes digitais.

O novo curso de Cinema de Animação e Artes Digitais da UFMG estréia com a proposta de formar profissionais com capacidade para produzir animações e também trabalhar na criação de jogos e softwares interativos. De acordo a professora Ana Lúcia Andrade, presidente da comissão para a criação do novo curso, esta graduação é uma evolução da habilitação em Cinema de Animação, até então oferecida como uma das possibilidades de formação de quem cursava Artes Visuais. A criação do novo curso faz parte do Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni) (Portal UFMG, 2016).

O curso de Cinema de Animação da UFMG é um dos principais responsáveis pela formação de artistas e profissionais que trabalham com animação em Minas Gerais. Vale lembrar que em outros estados temos cursos superiores de animação. O curso de bacharelado em cinema de animação da Universidade Federal de Pelotas (Pelotas/RS) é uma graduação de quatro anos na área do audiovisual que objetiva formar profissionais que atuem na produção da animação em suas diferentes tecnologias e especificidades, além de articular essa prática a partir da inserção no campo de produção audiovisual do Brasil. A formação em animação também se dá em disciplinas de cursos próximos, comumente ofertadas em cursos de Publicidade e Propaganda, Cinema e Design etc.

3 A PESQUISA NO ESTADO DE MINAS GERAIS

Após um recorte na produção de Minas Gerais, realizou-se uma pesquisa qualitativa, no formato de entrevistas com produtores mineiros que estão desenvolvendo projetos de séries de animação, visando aos mercados interno e externo. A pesquisa buscou aprofundar o processo de criação dos autores, seus temas, seus métodos e suas relações com os temas propostos. Além dos processos produtivos empregados pelos produtores de série de animação em Minas Gerais, relacionamos o cenário que encontramos, por meio de dados, publicações, pesquisa bibliográfica e notícias que mostram o crescimento do mercado do audiovisual brasileiro, mencionados anteriormente, com questões culturais que foram determinantes. A pesquisa foi feita com oito entrevistados, representantes de empresas independentes mineiras que possuem projetos de animação e estão desenvolvendo com o apoio de editais de fomento ou por meio de livre iniciativa, mas buscando a viabilização das séries.

As entrevistas foram feitas com os produtores sob a forma de perguntas; um total de 20 questões, por meio das quais levantamos um pouco da experiência do autor em produzir animação, as tentativas com os projetos, a experiência com leis de incentivo. Tentou-se conhecer também a origem da ideia original, a visão do produtor com o mercado atual, suas dificuldades, suas possibilidades, onde ele via chances reais de o projeto se concretizar. Os entrevistados foram questionados ainda a respeito das tecnologias usadas para a produção do piloto, opiniões sobre os editais disponíveis no mercado, relações da animação mineira com o desenho brasileiro, possibilidades de desenvolvimento e distribuição de produtos em plataformas Vod, e relações dos *players* com a recepção das produções locais. A lista das perguntas desenvolvidas e efetuadas segue abaixo:

- | | |
|---|---|
| 1- Nome e produtora | C |
| 2- Experiência com animação | C |
| 3- Ideia original, de onde veio | C |
| 4- Estrutura para desenvolver o projeto | B |
| 5- Tempo de desenvolvimento da série | B |
| 6- Versões que já existiram | C |
| 7- Experiências em editais de fomento | A |
| 8- O formato da série | C |
| 9- Dificuldades e possibilidades de financiamento | A |

10- Caminhos possíveis	B
11- Experiências paralelas e complementares com animação	B
12- O estado de Minas Gerais e a produção de séries animadas	A
13- Tecnologias usadas	B
14- Filme em Minas - opiniões	A
15- Codemig e os editais federais	A
16- Atual cenário	B
17- Relação do des. anim. brasileiro com o desenho estrangeiro (est)	C
18- Relação do des. anim. mineiro com o desenho brasileiro (estilo)	C
19- Plataformas VOD	B
20- Relação com os canais de televisão em relação à produção local.	B

Com essas perguntas, para atingir o objetivo de avaliação, separamos as questões em blocos para análise, dividindo-as em três partes para avaliação. O Bloco A concentra perguntas relacionadas às 'Políticas para o Audiovisual em Minas Gerais'; o Bloco B reúne perguntas a respeito das 'Características da produção da animação em Minas Gerais'; o Bloco C trata da 'Identificação e análise das séries em Minas Gerais'. Essa separação faz parte do método de análise de conteúdo a partir da pesquisa qualitativa. Tendi sido feita a escolha, acreditamos que a opção mais adequada para alcançar o objetivo seria avaliar o desenvolvimento dos projetos. Coincidentemente, o número de produtores locais desenvolvendo tais projetos em Minas Gerais não é tão extenso, o que nos ajudou nessa etapa.

Os entrevistados foram produtores mineiros que já possuíam experiência com animação anteriormente e caminham já há algum tempo trabalhando no mercado com animações experimentais, curtas, filmes publicitários e outros formatos. Notamos também que havia uma experiência em alguns casos com produção de projetos em *live action*, ou outros formatos como documentários, filmes e séries para televisão, o que possibilita uma maior chance para entender o mecanismo de fomento. Algumas pontuações decorrentes dessa experiência são muito relevantes em alguns editais, facilitando a premiação em novos projetos.

3.1 POLÍTICAS PARA O AUDIOVISUAL EM MINAS GERAIS

O grupo A de análises é relacionado às políticas presentes e disponíveis para o audiovisual em Minas Gerais. Nesse contexto, agrupamos uma série de cinco perguntas, na tentativa de analisar a trajetória e a experiência dos produtores (entrevistados) ao realizar os projetos. As perguntas, ou itens de análise, foram:

- (07) Experiências em editais de fomento
- (09) Dificuldades e possibilidades de financiamento
- (12) O estado de Minas Gerais e a produção de séries animadas
- (14) Filme em Minas – Opiniões
- (15) Codemig e os editais federais

Nessa lista, percorremos a experiência do produtor em editais; as dificuldades pelas quais passou; o papel do Estado no incentivo; as produções, os editais que já aconteceram em Minas Gerais, como o Filme em Minas; alguns editais atuais, como o da Codemig e os desdobramentos com editais federais. Vale lembrar que temos editais disponíveis em nível federal, relacionados à Ancine e outros órgãos que possuem alcance e desdobramentos em Minas Gerais. Podemos dizer que eles estão disponíveis, e o alcance se relaciona em nível estadual também. Então o alcance é delimitado pelos editais municipais e federais; os estaduais são os presentes apenas aqui. Produtores, a exemplo do entrevistado 1, relacionam ao nível federal uma credibilidade para produzir e mencionam a Ancine como órgão competente e capaz de gerir as novas produções brasileiras. A Ancine realiza essas tarefas com mais exatidão, pois usa da figura do *controller*, um profissional de contabilidade especialista em editais de fomento que cuida da tramitação e prestação de contas. Em nível federal, o entrevistado 1 demonstra aceitação, mas em nível estadual, revelou frustração. Ele destacou que os editais atualmente estão abandonando um caráter assistencialista para assumir um caráter mais de negócios, de investimento, no qual há um retorno considerável proveniente da produção. Um investimento de mercado. No nível estadual, o entrevistado 1 relatou que a experiência foi frustrante. Já o entrevistado 2 revelou uma experiência positiva com editais, com duas produtoras associadas:

Foram experiências fantásticas, no sentido que ninguém acreditava que isso podia ocorrer. A gente é uma produtora que começou pequena, foi crescendo ao longo do tempo porque tinha bons projetos, boas propostas, e acabou ganhando esses editais. Ótimo ter o dinheiro, ótimo poder contratar gente que produzisse em Minas Gerais. O chato são as prestações de conta, que são muito rigorosas, mas é dinheiro público e faz parte do processo. Conforme sua própria descrição, ele sinaliza que o positivo é poder contar com dinheiro para a viabilização dos seus projetos, mas que a prestação de contas é a parte mais difícil, mas que dinheiro público tem dessas coisas (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 2 sinalizou que é bem positivo para o projeto poder contratar especialistas, consultores e roteiristas para o desenvolvimento do projeto.

O entrevistado 3 manifestou experiência em quase todos os editais possíveis, mas também dificuldades, uma experiência de mais de 10 anos em projetos. Ele destacou a necessidade de trabalhar em equipe, mesmo nesses casos, e mostrou que houve crescimento e aprovação nos últimos anos de tentativas. Ele demonstrou ter feito variadas não só em animação, mas também em outros formatos de mídia, como games e documentários. Um caráter mais diversificado. Apresentou-se insatisfeito em ter editais que impedem o acesso a outros, como no caso do Prodav. O entrevistado 4 sinalizou que já obteve resultados positivos nas experiências que obteve: sua produtora foi selecionada em editais do Filme em Minas, Lei Municipal de Cultura, Prodecine e Codemig. O entrevistado 5 demonstrou que teve experiência vasta em editais tanto em nível federal, quanto estadual e municipal. O entrevistado 6 teve experiência positiva em editais federais e estaduais. O entrevistado 7 participou de sua primeira experiência. O entrevistado 8 teve com o projeto em questão o seu primeiro edital.

Na segunda questão do grupo A, 'dificuldades e possibilidades de financiamento', o entrevistado 1 sinaliza que uma dificuldade inicial é o descrédito em relação ao Estado, pela falta de tradição na produção de séries. Ele vê nos editais estaduais uma grande opção para criar portfólio e ter bagagem necessária com o objetivo de concretizar projetos maiores. O entrevistado 1 também sinaliza como possibilidade a oportunidade de se fazer coproduções, o que dá garantia a uma pequena produtora de negociação maior. O entrevistado 1 vê que a dificuldade maior é criar o portfólio, criar o *know how*, mostrar que se consegue entregar, já com experiência, e agregar o portfólio, que afirma ser o que mais 'derruba' os concorrentes nos editais. O entrevistado 2 vê a dificuldade maior de se comercializar a série. Para ele, ganhar o edital é tomado como uma dificuldade, mas a comercialização é algo ainda bem mais difícil. Ele ressalta também a concorrência em grandes editais federais como um grande problema:

Nos editais nacionais, você tem uma disputa muito grande. Prodecine 01, por exemplo, você tem disputa com 250 outros projetos. Prodav 05 de desenvolvimento este ano, foram 1.100 obras, Prodav 01 a gente não tem esse número, mas eu sei que todo mundo quer fazer, então assim, não é fácil, mas se você tem um bom projeto, ele tá maduro, e o canal entende aquilo, há uma possibilidade de você ter sucesso (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 3 vê a dificuldade no fomento, mas destaca que a importância dele no mercado, ressalta que nem todos os países possuem este tipo de iniciativa, o processo burocrático para se desenvolver projetos maiores, a lentidão dos processos é um grande entrave, como ele mesmo explica:

Então a gente teve aí um ano e meio de trâmite burocrático para começar a desenvolver. Então eu acho que isso é uma dificuldade. Outra dificuldade é que, a partir do momento que a gente assinou esse contrato, a gente precisa fechar esse contrato para poder se inscrever em outros editais de produção, no caso da Ancine. Existe uma cláusula que explica lá, que veta. Quem está com verba da Ancine desenvolvendo produtos não pode concorrer nos editais de produção, tanto Prodav 01 e 02, quando Prodecine, para o caso de longas. Então, o quê que a gente precisa de fazer? Desenvolver o mais rápido possível, a gente tem um prazo de 24 meses, mas a gente precisa desenvolver o mais rápido possível porque é só a partir da prestação de contas e do trâmite burocrático de aprovação dessa prestação de contas, que a gente não sabe quanto tempo vai demorar, que a gente vai poder entrar nos financiamentos da Ancine. Aí, as outras possibilidades de financiamento antes disso, a gente pode dar uma estudada no Procult do BNDES ou financiamentos em caso de empréstimos em bancos públicos, ou alguma linha de fomento estadual, não vou dizer que elas não existem, elas existem, mas é algo que a gente ainda precisa de estudar antes de fechar essa verba do Prodav 03 (Entrevistado 3. Informação verbal).

Já o entrevistado 4 vê a dificuldade de distribuição, uma etapa mais avançada do processo de desenvolvimento, e percebe como viabilização mais interessante a possibilidade de patrocínio via FSA. O entrevistado 5 teve uma experiência em que o projeto foi desenhado especificamente para o edital. Sendo assim, um dificultador foi a unicidade que eles criaram para o edital, se não for aplicado a ele estava fora do formato e perfil. Outra dificuldade foram as diferenças entre formatos de exibição nas televisões brasileiras, de TV para TV. A parte burocrática mais uma vez figura como impedimento, como ele relata:

Outra dificuldade é a demora entre enviar o projeto e a liberação da verba. Em maio/18 fez um ano da inscrição do projeto. Até agora assinamos o contrato com a Codemig (que depois reassinamos para a Codemig) e não temos previsão pra entrada da verba. Neste meio tempo (de tanto que demora), um integrante da equipe decidiu até fazer doutorado no Porto (Portugal). Sobre as possibilidades de financiamento, caso o projeto não fosse aprovado, teríamos que reescrevê-lo completamente criando inclusive outra estrutura (tamanho e quantidade de episódios) (Entrevistado 5. Informação verbal).

O entrevistado 6 viu dificuldade em se negociar coproduções com os canais. O entrevistado 7 percebeu que a maior chance é de se trabalhar com a Ancine e seus editais, e um grande dificultador é a concorrência com os mercados de São Paulo e Rio de Janeiro, que já estão mais desenvolvidos. Ele ainda ressaltou que a

questão da regionalização dos editais da Ancine favorece Minas Gerais nesse caso. O entrevistado 8 vê poucos editais específicos para animação e acredita que as possibilidades junto aos *players* são poucas.

Na questão 12 - 'o Estado de Minas Gerais e a produção de séries animadas' -, o entrevistado 1 menciona o baixo número de séries produzidas em Minas Gerais. Ele diz que o número está relacionado à credibilidade do Estado em ter tradição de produção e se refere à fragilidade do edital da Codemig em aceitar recursos a respeito de recentes problemas relacionados a falhas na própria legislação sobre o edital. Um exemplo é um produtor executivo, que julgou projetos nos quais estava envolvido, caso que gerou grande repercussão no meio da animação em Minas Gerais, mas não teve consequências. O entrevistado alerta que isso diminui a credibilidade do edital. Dessa forma, ele avalia que o caráter assistencialista volta a acontecer nos editais, ao invés do estímulo ao financiamento. O entrevistado 1 ainda destacou a iniciativa do COMA, um coletivo mineiro de animadores que fez reivindicações sobre questões para o edital:

Esse edital novo que saiu, várias das nossas... foi criado o COMA, que é o Coletivo Mineiro dos Animadores, vários membros do COMA foram às reuniões da Codemig e fizeram solicitações que foram atendidas, e foi muito legal porque isso ajuda a amadurecer a Codemig, porque a gente tem que ver que no estado de Minas Gerais, seja pela Codemig, seja pela Rede Minas, é que são parceiros, eles são parceiros comerciais, que vão ajudar nós a desenvolver os nossos produtos, e eles vão ganhar, nós vamos ganhar, todo mundo ganha. Gera emprego, gera renda, gera um monte de coisa (Entrevistado 1. Informação verbal).

Em relação ao tipo de produção, ele ressalta que há poucas séries sendo criadas, poucas sendo produzidas, e menos ainda comercializadas. Mas existe uma chance de essa realidade mudar com editais que tiverem parceria com a TV Pública, de pré-licenciamento, acelerando um pouco o processo e dando credibilidade ao estado.

Já o entrevistado 2, por meio da experiência com uma consultoria de um diretor carioca, acredita que os animadores são bons, pelo resultado que eles conseguem em outras produções, e que o Estado tem potencial, mas é disperso. Ele vê que a falta de um grande projeto não colabora para a união e a formação de um núcleo no qual se possa produzir outras coisas. Se não tem uma grande obra, você não consegue aglutinar. Através de seus interesses, ele pretende provocar essa união, como ele mesmo diz:

Então eu vejo assim, é um estado que sabe, tem uma escola, que é a Escola de Belas Artes que fomentou isso no passado, tem muitos interessados, eu acredito que tem uma cultura *geek* aqui em Minas, que é grande, tem a Escola de Quadrinhos, e tal, mas não há algo que aglutinou essas pessoas pra gente ter aqui um grande estúdio de animação. O que a gente pretende fazer com a obra *A vida no céu*, que é esse longa-metragem de animação, a gente vai ver se vai conseguir no futuro breve aí, tentar aglutinar essas pessoas em torno de um projeto e ser, quem sabe, um embrião de um grande estúdio pra Minas Gerais (Entrevistado 2. Informação verbal).

Já o entrevistado 3 percebe também que a falta de um grande projeto contribui para essa lacuna, apesar de existir uma grande escola, a Escola de Belas Artes, como ele afirma:

A gente está num estado que a gente tem uma formação profissional de animação forte porque a gente tem curso de animação na UFMG, de graduação, coisa que em muitos lugares no Brasil isso não existe. A gente tem escolas livres muito focadas em animação, desenho, anime, e a gente tem uma produção de séries animadas muito aquém do potencial desses profissionais que a gente tem aqui no mercado (Entrevistado 3. Informação verbal).

Ele destaca a produção majoritária de curtas-metragens, como também o projeto Universidade das Crianças desenvolvido pela Universidade Federal de Minas Gerais, mas vê a iniciativa como pontual, que poderia ter continuidade. Como novas possibilidades para o mercado se colocar e se solidificar em termos de produção, ele aponta oportunidades que estão surgindo e as novas produções que caminham.

O entrevistado 4 vê como positividade os novos projetos, mas acredita que a distância do eixo Rio de Janeiro-São Paulo ainda é um grande dificultador. O entrevistado 5 acredita que o tempo de existência dos editais de fomento que promovem produção de séries ainda é muito recente, mas que existe a possibilidade de isso se solidificar e a produção se intensificar. O entrevistado 6 vê com esperança as novas produções, ressaltando que a Codemig incentivou a produção de conteúdo e diversificou a produção para além da publicidade. O entrevistado 7 vê com bons olhos a produção crescente, mas percebe dois entraves: a concorrência com o eixo Rio de Janeiro-São Paulo e a baixa produção televisiva no estado. O entrevistado 8 observa que a capacidade da produção do estado está muito aquém da capacidade criativa e de produção, principalmente levando em conta nosso centro de formação na UFMG.

(14) Filme em Minas – Opiniões

Na pergunta 14, o entrevistado 1 percebeu o valor que o edital teve em Minas Gerais, tanto pelas obras que foram produzidas no estado, quanto pelo incentivo ao curta-metragem, algo que outros editais deveriam assimilar. Mas o mesmo entrevistado ressalta que, assim como outros, também aquele edital possuía falhas, como filmes que conseguiram ser produzidos com grande parte da equipe fora do Estado. Algumas brechas deveriam ter sido sanadas. Destaca que o edital também teve importância em publicações, como *O Realismo impossível*, de André Bazin. E uma grande dificuldade que possuímos é ter políticas públicas para o cinema que acabam de tempos em tempos devido às modificações governamentais. Ele se refere à necessidade de se ter uma Lei do Audiovisual para garantir que o incentivo não acabe com a mudança de governo.

O entrevistado 2 afirma também a importância do edital por ter injetado dinheiro de dois em dois anos no mercado para a produção cinematográfica, numa época em que não existia nenhum recurso específico no estado para tal. Mas nesse ponto ele entende que houve um grande crescimento e uma evolução no porte dos investimentos para o estado, mas sente falta do incentivo a curtas-metragens. O incentivo aos curta-metragens é amplamente defendido em várias correntes de discussão cinematográfica, não apenas nas entrevistas nesse cenário dos editais presentes em Minas.

O entrevistado 3 também vê muita importância para o estado e suas produções. Apesar de todas as polêmicas da época, como ele cita, foi significativo para uma geração de diretores que conseguiu concretizar projetos que atualmente ainda estão sendo produzidos. Ele considera também os editais estaduais como oportunidade para os produtores conseguirem concretizar portfólio, currículo e ter a chance de checar até incentivos maiores federais. O entrevistado 4 também vê a importância do edital como responsável pelo surgimento de uma geração de cineastas com reconhecimento internacional. O entrevistado 5 comunga com a importância passada, mas ressalta que editais como o Codemig, hoje em dia, não selecionam projetos muito autorais, como fazia o Filme em Minas. O entrevistado 6 se absteve de opiniões a respeito do edital. O entrevistado 7 comungou da importância dele para o estado. O entrevistado 8 considerou o edital fraco, praticamente voltado apenas para um tipo de filme.

(15) Codemig, e os editais federais

O entrevistado 1 fez várias considerações sobre o edital da Codemig. Ele observa ainda muitas lacunas em sua execução: desde problemas com o edital, formatação, redação, pedidos desnecessários de itens, irregularidades em comissão julgadora. Por outro lado, salientou uma boa referência nos editais federais que é a análise técnica, o retorno que se obtém de questões relacionadas ao projeto; em contraposição, o edital da Codemig parece que não proporciona tal retorno, como ele explica:

(...) quando um projeto chega lá com análise técnica, com um pequeno parágrafo, em relação a todas as notas da Ancine, isso dá uma credibilidade pra Ancine. Até porque você entende a argumentação do projeto, e se você não concordar, você pode contra-argumentar e pedir um recurso, e eu acho que assim, a Codemig talvez ainda não tenha estrutura para chegar nesse parâmetro ainda (Entrevistado 1. Informação verbal).

O entrevistado 1 ressalta ainda a importância de se ter cotas de patrocínio para mulheres, negros, transexuais e indígenas também em editais estaduais, assim com acontece em alguns editais federais. Ele destaca também a importância de se ter uma política que garanta o crescimento do audiovisual mineiro, como a Ancine vem produzindo com os projetos federais, para que a mudança de governo não termine com investimentos tão contundentes.

O entrevistado 2 tem uma visão otimista em relação ao aporte total que vem sendo feito no estado. Em momento nenhum vivemos tal situação, como ele mesmo diz:

Eu acho que a Codemig ter abraçado a causa do audiovisual em Minas Gerais, através da diretoria de fomento à indústria criativa, foi o grande divisor de águas no audiovisual mineiro. Não é nada, não é nada, há um edital já aberto de 16 milhões e meio. Feito em conjunto com a Ancine, através de arranjo regional, né? Ela fez recentemente um edital com a Rede Minas e também a Ancine, com capacidade de trazer 17 milhões pra Minas, só aí são 33. Ela fez dois editais de desenvolvimento, com mais dois milhões. Ela fez edital de longa, se não me engano, de sete milhões. Então, assim, esse aporte de recursos que a Codemig fez é um divisor de águas no estado de Minas Gerais, sem dúvida alguma. Inclusive, compondo com editais federais, no caso que ela já fez duas vezes arranjos regionais com a Ancine. No caso dos editais federais abertos, pra televisão, pra cinema, todos eles com a previsão de animação, que acho que aí é uma outra estratosfera de recursos. Recentemente, o ministro mais o presidente da Ancine promete mais de um bilhão e 250 milhões de recursos esse ano, pra 2018. O que a gente precisa preparar, que eu sempre escuto críticas, é que precisamos de bons projetos, os projetos mineiros ainda emplacam pouco nos editais federais, e precisam ser aprimorados. É o que nós estamos trabalhando neste momento com o P7, o Sebrae e a Fiemg (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 3 tem uma visão otimista em relação ao aporte feito atualmente pelo edital da Codemig, mas se mostra bem realista e prático com a realidade da execução desses trâmites/dificuldades no estado. Explica ele:

Eu acho que a saída do Filme em Minas, a evolução do Filme em Minas para o Codemig, para os instrumentos do Codemig, e sendo um eixo central de desenvolvimento do estado, quando o estado começa a ver a economia criativa como uma das perspectivas futuras econômicas do estado, necessidade de eles fomentarem essas estruturas, eu vejo de forma positiva. Eu acho que a gente começa a ter investimentos mais sólidos na indústria. Mas eu vejo problemas enormes, principalmente burocráticos, na forma como a Codemig lida com isso, porque os editais têm erros, chegam a ser erros grotescos, porque eles constroem, parece que eles fazem numa pressa, ou com pessoas que ainda não têm uma capacidade, ou não têm um conhecimento tão grande do mercado (Entrevistado 3. Informação verbal).

O entrevistado 3 observa também sobre a importância de se ter um texto melhor escrito nos editais. Ele menciona a lógica que acha estar acontecendo de mudança do perfil dos editais. Assim ele explica: “nos editais federais eu acho que está tendo uma mudança de formato, indo mais para essa lógica de Ancine, de fundo setorial do audiovisual, de um banco de investimento, e menos pra lógica de patrocínio e leis de incentivo fiscal.” (Entrevistado 3. Informação verbal).

O entrevistado 4 tem visto com otimismo a iniciativa da Codemig e considera que a empresa tem feito um bom trabalho, tentando suprir a falta do Filme em Minas e, gradualmente, entendendo as particularidades do meio.

Já o entrevistado 5 afirma:

A Codemig veio um pouco tentando preencher essa lacuna da extinção do Filme em Minas. Guardadas as características próprias de um e de outro, trata-se também de uma política regional, para fortalecer a produção mineira. O que é bom. A Codemig, porém, ainda está aprendendo como fazer. Os editais federais muitas vezes não conseguem atender aos estados que estão fora do eixo RJ-SP. Mas também sou otimista quanto a isto. Minas está se organizando para se fortalecer (Entrevistado 5. Informação verbal).

O entrevistado 6 vê a Codemig como a principal mola-mestra do mercado audiovisual. O *boom* da produção de conteúdo se deve a estes editais: Codemig em Minas Gerais e FSA (Prodavs e Prodecine) no Brasil. O entrevistado 7 nunca participou do edital e não emitiu opiniões. O entrevistado 8 acredita que ainda se tem que evoluir muito em relação à quantidade de editais e também ao volume de editais. Quanto aos editais federais, ele acredita que se devem ampliar as verbas e a quantidade de editais.

3.1.1 Características da produção da animação em Minas Gerais

Na pesquisa sobre produção de série de animação temos um grupo de perguntas que diz respeito à caracterização da produção do cinema de animação. As oito perguntas que se agrupam sob esse título têm o objetivo de caracterizar a formação desses projetos. Elas são um detalhamento de como os produtores estão trabalhando nesse desenvolvimento, bem como algumas opiniões sobre esse detalhamento, atual cenário e tecnologias.

O entrevistado 1, nessa parte da caracterização, respondeu a respeito da estrutura para desenvolver seu projeto. Ele contou que tinha uma estrutura mínima de computadores, mas que teve acesso a muita leitura sobre os temas, o que acredita que fez muita diferença para o desenvolvimento. O entrevistado 2 já obteve uma experiência que acredita que funciona no mercado: geralmente as produtoras são pequenas e, quando conseguem a aprovação de um projeto, contratam fornecedores e equipe extra. Nessa experiência, ele conta que contratou roteiristas extras, assim como outras funções, como diretores de arte, diretores de cena e líder de equipe. Ele destaca a sua função nos projetos como *showrunner*, um profissional que imprime sua experiência no projeto, além de somente gerir o processo. O entrevistado 3 descreve sua estrutura assim:

A estrutura para desenvolver o projeto... O projeto, ele já foi aprovado no Prodav 03. São três episódios de 11 minutos. A gente inicialmente, originalmente, a gente tá pensando em trabalhar com animação, mas numa técnica mista que também tenha alguma coisa em Live Action, que seriam as experiências... porque a gente gostaria de fomentar muito a relação das crianças e dos pais com o que a gente tá mostrando na televisão. Então a gente daria um passo a passo de experiência, e a gente pensa muito em conteúdo transmídia, de ter alguns conteúdos em Live Action pro YouTube (Entrevistado 3. Informação verbal).

O entrevistado 4 usou estrutura remota, ou seja, cada membro da equipe em seu respectivo local, com sua própria condição de computadores etc. O entrevistado 5 contou com um estúdio de animação que tinha em casa, os equipamentos pessoais, os equipamentos da Twist (que tem *know how* em animação 3D e efeitos especiais) e uma espécie de FabLab na cidade do Porto. O entrevistado 6 contou com estrutura física: uma produtora com 300m², três salas de produção de animação, sala de reunião, sala de exibição, sala do roteirista, sala de pós-produção e sala de produção, além de espaço de convivência – uma estrutura bem comercial

para a produção. O entrevistado 7 contou com uma estrutura de quatro pessoas, tendo sido contratados outros profissionais para esta demanda, em um total de 15 pessoas.

Basicamente, em todos os casos os produtores não dispuseram de muitas pessoas ou estrutura física grande para o desenvolvimento: eles usam computadores pessoais ou de trabalho e a própria estrutura que já têm. Os espaços são relacionados a salas comerciais, onde um número médio de pessoas trabalha. Quando o projeto é aprovado pelo fomento, são contratados outros profissionais complementares para o desenvolvimento da ideia.

O entrevistado 8 disse que, desde sua última produção, vem trabalhando remotamente junto com os animadores. Ele tem a intenção de quando começar a produção de seu novo projeto, voltar a montar um novo estúdio.

Na pergunta 5, o tempo de desenvolvimento da série, os entrevistados falaram do processo de criação e de quanto tempo estão trabalhando nos projetos. O entrevistado 1 disse que do surgimento da ideia para criar o projeto até a aprovação pelo Prodav 5 passou-se um ano; depois mais um ano desenvolvendo o projeto. Assim, a experiência do entrevistado 1 durou dois anos entre a criação e o desenvolvimento. O entrevistado 2 contabiliza que a duração do seu projeto foi de aproximadamente 18 meses (um ano e meio). Associando o tempo de desenvolvimento ao tempo de duração do edital, cremos que se usa todo o tempo disponível nos editais. O entrevistado 3 relata que a duração do seu processo de desenvolvimento da criação ao desenvolvimento em si, numa perspectiva otimista, leva cinco anos; numa perspectiva um pouco menos otimista, sete anos. O entrevistado 4 relatou que demorou dois anos. O entrevistado 5 pretende desenvolver em 12 meses; a etapa anterior ele não tinha mencionado. O entrevistado 6 gastou um ano e meio para criação e desenvolvimento. O entrevistado 7 gastou cerca de 15 meses. O entrevistado 8 gastou cerca de um ano para o desenvolvimento.

Pelo relato dos entrevistados, o prazo médio gira em torno de dois anos de criação e desenvolvimento, contando com a aprovação.

Na pergunta número 10, os caminhos possíveis por meio da experiência dos produtores, pretendemos investigar sobre a opinião deles a respeito dos possíveis caminhos atualmente. O entrevistado 1 afirma que há quatro formas de produzir um produto audiovisual no Brasil.

A primeira é a mais lógica, que é tirando do seu próprio bolso. Se você tiver aí uma herança, ou um juro sinistro, se você for filho de banqueiro, igual alguns cineastas aí, você consegue fazer. Então, tirando do próprio bolso, primeiro caminho. Segundo caminho, financiamento coletivo. Hoje tem algumas pessoas que têm conseguido financiamento coletivo para suas obras, seja o piloto de uma série, seja um curta, seja um longa-metragem. Inclusive o quê que o pessoal, algumas pessoas têm feito, e a Ancine já reconheceu isso, e ela quer automatizar, que é: a pessoa entra na Lei Rouanet, e todo mundo que apoia através do *site* de financiamento coletivo, tem abate no imposto de renda. Terceiro caminho: é o caminho de vender direto pro canal, que também é um caminho difícil, aliás, não existe caminho fácil, mas esse caminho é difícil para nós de Minas Gerais, porque a gente não tem uma credibilidade de produtos já testados, de sucessos de mercado, e além disso a gente tá distante, eles preferem apostar numa produtora de São Paulo que está ali do lado deles, dos canais, que é tipo, em meia hora o produtor executivo do canal vai estar lá dentro acompanhando as gravações, do que a gente em Minas Gerais, que estamos longe e ainda não temos nenhum portfólio. Então, vender pro canal é o terceiro caminho. E o quarto caminho, que é o mais óbvio, o que a gente tem tido mais acesso, é o financiamento público. É o financiamento nesses editais de fomento, que tá sendo um caminho legal, principalmente os editais mesmo pra gente criar um portfólio, mas mesmo assim ainda é difícil (Entrevistado 1. Informação verbal).

O entrevistado 2 relaciona o caminho possível com o porte da empresa ou produtora:

(...) se você é um autor e tá começando, procure uma produtora e mostre seus projetos, estude bastante pra ter projetos que tenham apelo pra produtora. Se você é uma produtora pequena, faça um curta, dispute um edital de curta ou faça um curta com os amigos, mas cuide para que ele seja bonito pra você ter um portfólio. Se você já é um produtor um pouco mais estruturado, dispute um edital de desenvolvimento para você ter uma obra desenvolvida com recurso, podendo até fazer um piloto no final. Se você tem um pouco mais de musculatura, e já tem um projeto desenvolvido, dispute os editais, nacionais, da Ancine ou do Minc, da Sav, ou os editais estaduais e até municipais. Então é buscar esses caminhos. E se você já tem uma editora superestruturada, com um portfólio legal, procure as empresas, as emissoras de televisão, ou que trabalham com fomento indireto, artigo 39, terceiro, terceiro a, e tal, que permite você ter acesso ao recurso mais fácil sem ser pelo fundo setorial, que é muito mais difícil. No caso de cinema, procurar uma distribuidora grande que pode levar seu projeto pra frente (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 3 acredita mais no caminho possível para as plataformas VOD do que canais de TV. O entrevistado 4 acredita em Fundo Setorial Audiovisual (FSA), fundos estatais, fundos internacionais e/ou patrocínio direto de algum canal de TV ou VOD interessado. O entrevistado 5 cita a sobrevivência pós-primeira janela, como sobreviver pela especificidade do seu projeto. Ele acredita que será mais possível participar de festivais do que entrar no mercado de séries. O entrevistado 6 também acredita muito no VOD. O entrevistado 7 vê como caminhos possíveis os arranjos produtivos com os próprios *players*, que possibilitam outras

linhas de financiamento da própria Ancine, mas a produtora tem que ter um bom portfólio e um bom argumento. Para ele, os editais ainda são o melhor caminho, apesar de demorados e burocráticos. O entrevistado 8 vê como possibilidade os *players* que trabalham na linha do FSA.

Na pergunta 11, sobre experiências paralelas e complementares com animação, o entrevistado 1 teve experiências paralelas a partir de brincadeiras de roda, propondo atividades lúdicas para subverter a lógica da atenção ao espectador, ou propondo justamente o contrário: incentivar a brincadeira ao invés de gastar muito tempo assistindo. No campo acadêmico, ele possui experiência com animação. O entrevistado 2 tem uma empresa produtora desde 2005 e teve experiências no mercado fazendo publicidade, vídeo promocional, depois disputando editais nacionais, e também de prestação de serviço, para a TV Cultura, Unesco, Pnud, Mec, TV Escola etc. Recentemente, em paralelo à animação, fizeram ficção, séries de ficção, documentários. Em 2018, vão produzir o primeiro longa de ficção. O entrevistado 3, apesar de querer viver só de animação nos projetos autorais, também trabalha com outros projetos, como produção publicitária, e usa muito animação. Hoje em dia, ele trabalha muito mesmo com gravação institucional, desenvolvimento de *game* e aplicativo, mas corporativo, que acaba tendo na sua técnica a animação, mas que não são histórias lúdicas. São produtos mais focados no mercado de engenharia, ou alguma publicidade para ser veiculada na TV ou no *YouTube*. Então, ele tem experiência com *games*, *design*, desenvolvimento de *storytelling* interativa, narrativa interativa e outras atividades relacionadas. Já o entrevistado 4 tem experiências restritas com animação, apenas nas atividades de sua produtora. O entrevistado 5 é de família de bonequeiros e se interessou pela animação para trabalhar com *puppet animation*. Ele acabou trabalhando com animação de objetos e se considera marcado pelo teatro de bonecos, além de comunicação social como atividade. O entrevistado 6 tem experiência de produção de VFX (efeitos visuais com animação 3D realística) para séries e longas de *Live Action*. O entrevistado 7 teve experiência com vídeos para o mercado corporativo e desenvolvimento de jogos. Ele afirma que as técnicas são bem semelhantes. O entrevistado 8 vem desenvolvendo trabalhos em *live action* e documentário para o público infantil. Na questão 13, a respeito das tecnologias usadas, o entrevistado 1 explica que

para a produção de série usa um computador básico, uma mesa digitalizadora, três computadores, três mesas porque tem mais gente atuando, dois *notebooks*, e nós estamos agora desenvolvendo uma *pipeline*, que é uma linha de produção toda à base de programação: tudo que vai sendo feito vai sendo atualizado na nuvem junto. A *pipeline* serve pra facilitar o fluxo de trabalho, criar novas versões, enfim, ter uma segurança, ter uma gerência mais segura, *script* de aceleração de *render*, tudo isso dentro dessa *pipeline*, *render farm*. Por isso, nós estamos criando essa *pipeline*, que inclusive é uma exigência de todos os canais hoje, para que você produza uma série, tenha essa tal dessa *pipeline*. Então é uma das tecnologias que nós estamos investindo agora também (Entrevistado 1. Informação verbal).

O entrevistado 2 contou com - no caso da série *Do outro mundo*, o piloto *Do outro mundo* - 3D estúdio, porque as obras eram feitas; a cenografia e os dois personagens eram em 3D, e usou pra composição o *After Effects*. No caso da obra *O tempo voa*, que é o piloto também do Núcleo Criativo, usaram *Toombom*, que é um *software* de animação 2D muito comum no mercado atual. O entrevistado 3 usa para a produção cinema 4D. Na parte de interatividade, ele trabalha com a plataforma Unit, já que muito da animação 2D seria com o *Toomboom*. Além disso, usa pacote Adobe, Photoshop, *After Effects*. Na parte de gravação, usa câmeras Black Magic, e isso traz também um grupo de *softwares* de colorização e de edição, o Da Vinci. O entrevistado 4 utiliza ferramentas recorrentes como *Toomboom*, *After Effects* e Photoshop. O entrevistado 5 não quis comentar. O entrevistado 6 usa servidores, CPU e *softwares* *ToonBoom*, *After Effects*, 3D Max, Blender e também o *workflow* com uma programação de *pipeline* implantado. O entrevistado 7, para a produção da série animação digital 3D, usa *softwares* de modelagem, animação, texturização e *rendering* empregados no mundo todo, além de *softwares* de composição e finalização. Ele afirma que a estética final fica próxima as grandes animações dos estúdios americanos e europeus, mas, por questões de orçamento e prazo, não se chega ao nível deles. O entrevistado 8 relata que trabalha com 2D ½ na plataforma Blender.

Na pergunta número 16, a respeito do atual cenário, o entrevistado 1 explica que ficou mais claro que existe um caminho dentro dos editais de fomento a se seguir. Por exemplo, o edital da TV Pública tem orçamento menor, de notas em que se valoriza mais o projeto. O edital de TV Pública é um edital de entrada, então existem alguns editais para a criação de portfólio e, além disso, a criação de parcerias com as produtoras da rede nacional. O entrevistado 2 divide a questão em dois tópicos: um é Minas Gerais em relação ao Brasil. Ele acha que nosso estado

tem uma questão, e os resultados demonstram isso, que é um problema da fragilidade dos nossos projetos. Eles estão disputando os editais e não estão ganhando. Então isso é um problema: é preciso melhorar os nossos projetos, as pessoas têm que buscar a formação para melhorar os seus projetos e ter maior sucesso lá. O segundo ponto: a política federal está calcada em investimento, portanto com expectativa de retorno de recursos na exploração daquela obra, e Minas tem uma verve muito autoral, artística demais em filmes de nicho, com pouca possibilidade de retorno para o fundo. Então isso acaba que restringe, em termos da política federal, a um edital, que é o edital de linguagem inovadora, então, são aspectos que impedem o avanço do cenário nacional, segundo o entrevistado. Agora, esse é o ponto Minas com o Brasil.

Eu queria agora explorar um pouco o cenário atual, atual que eu tô falando é de antes de ontem. No dia 19 de março de 2018. Houve uma mudança na Ancine, significativa, onde tá muito claro, uma tendência forte de privilegiar os grandes produtores nacionais. A gente que é pequeno e médio produtor, tanto de dentro do eixo Rio - São Paulo, quanto de fora, que vinha numa ascendência, num crescimento de participação no fundo, mesmo assim São Paulo com 71% absorvendo os recursos do fundo, mas isso já foi mais, a gente vinha nesse crescente, fazendo uma obra plural, bacana, que expressava bem o Brasil. A partir do dia 19, no primeiro edital lançado de produção que não seja regional, nacional, mostra essa tendência que é preocupante hoje para os estados fora do eixo Rio - São Paulo e para as pequenas e médias produtoras. Então esse cenário a gente tem que brigar pra ele não se consolidar no país hoje (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 3 acredita que a tecnologia e a internet hoje representam um bom caminho possível, publicação de conteúdo no *youtube* e redes sociais são para ele um grande ganho para o produtor independente, na facilidade de divulgação da obra. Pela parte do fomento, ele vê como um desafio sair da zona de conforto; observa também a dificuldade de se investir em produções e estudos de viabilidade econômica para projetos, pois não fazem parte da realidade de projetos culturais brasileiros, que se ancoraram durante anos em editais de patrocínio. O entrevistado 4 vê um bom momento para a animação em Minas Gerais, com a formação de vários profissionais competentes e talentosos e a possibilidade de financiamento de um bom número de projetos. Ele acredita que os editais de incentivo precisam perdurar e deve-se encontrar uma maneira de ampliar o acesso das produtoras locais com os grandes distribuidores de conteúdo. O entrevistado 5 já foi mais otimista quanto ao cenário nacional. Ele relata que, com as últimas ameaças do governo golpista via TCU, já não sabe mais o que esperar. Ele quer acreditar que as

coisas vão se resolver e continuar a caminhar. Vê uma tensão enorme. O entrevistado 6 é otimista. Como ele mesmo relata:

Extremamente promissor! As empresas que já têm solidez no mercado de animação estão com muitas oportunidades de coprodução no exterior e, além disso, os mecanismos de fomento (editais) estão colaborando para alavancar produtoras que estão podendo tirar seus projetos do papel. Ao mesmo tempo, o mercado está exigindo mais qualificação e estrutura das produtoras para suportar a crescente demanda, o que acho positivo, pois o mercado vai se profissionalizando cada vez mais e ganhando mercado (Entrevistado 6. Informação verbal).

O entrevistado 7, por sua vez, afirma:

(...) que este ano foram lançados muitos editais pela Ancine, mas entramos em apenas um, pois de vários foram tirados os quesitos de regionalização, que nos afeta muito, e outros tinham uma demanda de produção, prazo e orçamento muito apertados para uma produtora pequena. Se o governo manter a Ancine com esta política, acredito que irá ter muitas oportunidades de novos editais, até que se crie uma indústria mais robusta e comece a andar mais livre de fomento governamental, que é o ideal (Entrevistado 7. Informação verbal).

O entrevistado 8 acha que o cenário é bom, mas poderia ser melhor.

Na questão 19, sobre as plataformas Vod, o entrevistado 1 faz ponderações importantes sobre a questão:

O VOD pra mim nada mais é do que uma nova Hollywood que você paga com seu cartão de crédito mensalmente, e assiste de qualquer dispositivo. Porque se você parar pra pensar, a maioria do conteúdo que está dentro dessas plataformas mais famosas de VOD, que é Netflix, Amazon, A Prime, são conteúdos estrangeiros. Inclusive, sou a favor de regulamentação do VOD, acho que o VOD tem que pagar Codecine, igual todo mundo paga, tem que ter cota para TV de 12.845, igual todo mundo tem, a gente tem que tratar o VOD igual trata TV a cabo, porque nada mais é do que isso, só que em vez de chegar por um tipo de sinal, chega por outro (Entrevistado 1. Informação verbal).

Além disso, ele ressalta que os dados que são digitalizados nacionalmente são todos computados para fora: “Pra piorar ainda, porque a maioria dos VOD hoje são *big data*, então além da gente estar mandando dinheiro para fora, a gente tá mandando dados para fora de consumidor e tal, enquanto o Brasil tá ficando de fora desses dados.” (Entrevistado 1. Informação verbal).

O entrevistado 2 vê as plataformas VOD como uma nova fronteira a ser conquistada:

A TV a cabo despencando e as plataformas VOD subindo, a política nossa toda calcada em cima da TV a cabo. A lei 12.485 é uma lei que inclusive é chamada de lei do cabo. Se essa plataforma, né?, se essa janela, ela cai, toda a produção vai junto. Então, o VOD é a próxima fronteira. A produção mineira, que eu saiba, pouquíssima coisa foi pro VOD ainda. Há uma questão de tem que agregar conteúdo, você tem que passar por

agregadores antes de chegar na plataforma, esse pessoal é muito reticente a essa produção mais autoral, mas eu sei de casos, o Cris Azzi, com *O dia do Galo* foi pra Netflix, não sei se o filme do Fiuza foi, os filmes do Helvécio foi. Mas, assim, realmente a próxima fronteira é um desafio grande de como isso, como utilizar isso para financiar futuramente o desenvolvimento da indústria nacional de cinema como hoje o Cabo e a Codecine têm feito via telecomunicação (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 3 percebe uma mudança cultural, que com rapidez está modificando hábitos de espectador, apesar da lógica da produção brasileira estar muito calcada nas televisões e salas de cinema.

Então, assim, o público está cada vez mais assistindo em VOD mesmo, seja ele Netflix, Amazon, seja ele YouTube. Mas as produtoras, elas ainda pensam muito no formato TV ou no formato longa para sala de cinema. Então isso é uma mudança mercadológica que a gente tem que enfrentar, entender e se posicionar. Porque quando você pensa em plataformas VOD, a gente tá pensando em gigantes de tecnologia, que estão estabelecidas, principalmente, nos Estados Unidos, trazendo uma lógica que a gente tem que se encaixar, e a gente tem que entender como que nós vamos nos posicionar nisso. Tem os lados bons e os lados ruins (Entrevistado 3. Informação verbal).

O entrevistado 4 vê a plataforma com acesso ainda restrito para negociação, ficando limitada a acontecimentos em feiras e festivais. Nesses locais, para apresentar um projeto para Netflix, por exemplo, é necessário conseguir uma espécie de intermediário que abra o diálogo com a plataforma.

O entrevistado 5 não tem experiência em plataformas VOD, mas acredita ser de fato uma nova e potente forma de difusão de audiovisual. O modelo sala de exibição não é um formato que tem atendido as produções nacionais. Talvez seja o VOD o caminho. O entrevistado 6 vê como um futuro bem próximo, no qual as produtoras devem focar para pleitear uma coprodução e licenciamento global. O entrevistado 7 acredita que a plataforma atua em forma global, por isso é necessário produções de caráter global para aproveitar essa oportunidade. O entrevistado 8 só acredita no sucesso do VOD quando associado a canais já existentes, com exceção da Netflix, que pouco tem a oferecer em animação.

Na questão 20, a respeito dos canais de televisão em relação à produção local, o entrevistado 1 sinaliza que há uma desconfiança em relação às entregas dos projetos:

A relação de Minas Gerais com os canais é uma relação de desconfiança porque nenhum canal acredita que a gente é capaz de entregar no prazo e com qualidade. Então o quê que acontece? Dá uma rodada de negócios, o canal adorou, ele viu que você fez o projeto especificamente para ele, ele adorou o seu projeto e aí ele vira pra você e fala assim: "Ótimo, procura uma produtora em São Paulo, faz uma coprodução lá, que a gente pensa

em comprar o seu produto”. É uma desconfiança de relação de prazos, de responsabilidade, que não tem condição. E uma outra coisa que eles acham é que não tem profissionais em Minas Gerais ou não tem profissionais qualificados em Minas Gerais (Entrevistado 1. Informação verbal).

E outra questão que interfere diretamente na nossa produção é a formação dos profissionais, o mercado e nossa produção:

“Belo Horizonte tem curso de animação?”, “Tem, tem curso de animação”. A relação com os canais é isso: eles acham que Minas Gerais não existe. A nossa relação com o canal é mais ou menos a relação dos Estados Unidos com o Brasil. Eles acham que aqui tem um monte de índio e eles acham que Minas Gerais tem um monte de jeca. Mais ou menos isso que eles pensam da gente assim na relação do canal. Acho que é isso, resumi bem (Entrevistado 1. Informação verbal).

O entrevistado 2 sinaliza também a desconfiança:

Olha. Quando a gente terminou o núcleo criativo, eu falei: “Pô, tá ótimo!” Tenho cinco obras aqui, gastei o maior dinheiro, ganhei um dinheiro, gastei ele todo pra desenvolver essas obras, vou pôr elas debaixo do braço e vou visitar os canais de televisão pra vender. O quê que eu encontrei do lado de lá? Cafezinho, bom papo, água, e nenhum negócio. Isso por um motivo muito simples: eu fui descobrir, na prática, que um canal que tá no Rio ou tá em São Paulo não quer fazer negócio com produtoras de fora daquele eixo. Por quê? Porque ele conhece os caras, ele sabe que aquela produtora tem qualidade, ele já sabe que aquela produtora vai entregar. Por quê que ela vai... aquele executivo de televisão vai arriscar com uma produtora que, de Minas Gerais, ou de Brasília, ou do Mato Grosso? Correndo o risco do cargo dele... Então, a gente aprendeu na prática que, olha, não ia funcionar (Entrevistado 2. Informação verbal).

E assim ele considera que para estes desafios temos que mudar também as estratégias de produção:

Daí, a gente ter feito um esforcinho imenso em Minas pra dizer: precisamos produzir localmente. A obra pronta eles querem comprar, e isso tanto é verdade que nós, as nossas obras hoje contam com contrato de distribuição com a Elo Company, e canais interessados em comprar, por quê? A obra já tá pronta, não tem desconfiança, a obra tem qualidade, não tem mais desconfiança, eles precisam cumprir cota, a obra é independente, então eles querem assinar contrato de licenciamento da obra. Então, assim, não adianta a gente ter ilusão de que um canal de televisão do eixo Rio – São Paulo vai comprar obras nossas. A não ser que ele vá se utilizar das linhas Prodav que são, que o obrigam a comprar fora, 10% pra Minas, Sul e Espírito Santo, e 30% Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Tanto que Curta, Canal Brasil e agora Box Brasil lançaram editais pra comprar da gente, mas fora isso, os grandes meios do mercado, eles não vão fazer isso. Então, é uma batalha que a gente precisa ser vencida e ela só é vencida de uma maneira: produzindo localmente, licenciando, nossa obra sendo vista. A gente tendo formado um portfólio, pra aí eles começarem a falar: esses caras são bons, eles entregam, podemos assinar com eles. Isso vai durar um tempo ainda, mais três ou quatro anos, pra gente chegar nesse *status*, de ter a confiança dos canais, sobretudo os internacionais, e os maiores em nosso país, em relação ao nosso trabalho (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 3 percebe que o estado ainda esbarra na invisibilidade da capacidade de produção em feiras nacionais. Por sua própria experiência, os retornos que acontecem são assim:

[...] “Nossa, eu não sabia que em Minas Gerais tinha animação”, “Nossa, estou surpresa com a qualidade dos projetos de animação que eu tô tendo contato aqui”. Então existia quase que como uma invisibilidade mesmo do que estava sendo produzido aqui em Minas Gerais em termos de animação (Entrevistado 2. Informação verbal).

O entrevistado 1 afirma que o estado precisa de mais união na formação desta rede, para buscar mais espaço para as produções locais, e ainda ressalta a falta de credibilidade:

Como a gente está no mercado de animação no Brasil ainda começando, o risco é muito calculado, e às vezes eles têm ainda medo de “Ah, mas vocês vão entregar?”, eles têm medo da entrega, mas a gente tem que continuar tentando e vendo como que nós vamos fazer essa entrega e fazer a coisa acontecer (Entrevistado 1. Informação verbal).

Ressalta que Minas Gerais pode ainda usar modelos de negócios que funcionam localmente, a exemplo de modelos adotados em outros estados, como o projeto *Mundo de Bitá* de Recife:

Mas um modelo de negócios muito interessante é o do *Mundo Bitá*, que foi feito lá em Pernambuco, junto com o pessoal do Porto Digital. Eles desenvolveram clipes musicais, de músicas originais deles, né? Bem no formato muito próximo do Galinha Pintadinha. Eles sabiam que eles não estavam no eixo Rio - São Paulo, mas foram conquistando o espaço deles, do pequeno até chegar num espaço maior. Hoje os vídeos deles estão no Discovery Kids, e eu sei que eles têm um contrato com a Discovery Kids para produzir uma série, mas isso é uma caminhada de 5, 7, 10 anos, não é uma coisa que acontece do nada. E eu acho que é um formato, um modelo de negócios interessante para Minas Gerais também (Entrevistado 1. Informação verbal).

Ele vê o sucesso das produções locais, associado com audiência, onde os investimentos podem estar relacionados com mais clareza.

Eu acho que a gente, em vez de já querer fechar um contrato com um canal de televisão, a gente tem que primeiro desenvolver um projeto muito bem feito, e mostrar resultado com a audiência. Canal de televisão está olhando para audiência: se você não tiver a sua própria audiência, que ninguém nunca vai te tirar, você nunca vai chegar lá (Entrevistado 1. Informação verbal).

O entrevistado 4 percebe que a distância geográfica em um mercado tão concorrido é bastante prejudicial para a produção feita em Minas Gerais. O entrevistado 5 não teve experiência ainda significativa nessa parte do processo, pois está no seu primeiro desenvolvimento. O entrevistado 6 também vê a desconfiança

e alega que a relação ainda precisa ser mais bem construída, porque os canais ainda não consideram Minas Gerais como um potencial polo de animação: “Esta é uma barreira que temos que avançar muito. Nosso papel é mostrar aos canais nossa capacidade de produção, transmitindo, assim, segurança para que eles possam ter confiança em investir em uma coprodução em Minas Gerais” (Entrevistado 6. Informação verbal). O entrevistado 7 vê algumas iniciativas de produção local, mas muito tímidas: “pois não temos uma produção de TV artística local, apenas muito jornalismo, pois as TV são mais repetidoras. Mas isso é uma conjuntura que temos e que devemos aprimorar.” (Entrevistado 7. Informação verbal).

O entrevistado 8 acredita que ainda existe uma falta de confiança em função do compromisso do *delivery*, os canais tem o pé bastante atrás com nossa capacidade de produção.

3.1.2 Identificação e análise das séries em Minas Gerais

No grupo C de perguntas, agrupamos as perguntas de modo a organizá-las como uma identificação e análise da produção de animação em Minas Gerais.

Nome e produtora	C
Experiência com animação	C
Ideia original, de onde veio	C
Versões que já existiram	C
O formato da série	C
Relação do des. anim. brasileiro com o desenho estrangeiro (estilo)	C
Relação do des. anim. mineiro com o desenho brasileiro (estilo)	C

Os entrevistados responderam a sete questões pertinentes a este eixo. A pergunta 1 vem com a identificação dos entrevistados, mas por motivos de guarda do anonimato dos respondentes da pesquisa, vamos deixá-los em sigilo, trabalhando a partir de sua experiência e ideia original. O entrevistado 1 nos informa que

(...) o Múmia acontecia em Divinópolis. Então eu já tinha contato com um pouco mais de animação do que fora desse percurso comercial mesmo. Já tinha acontecido acho que duas ou três etapas, versões do Múmia lá em Divinópolis. Então eu decidi mesmo estudar, entrar na faculdade, e foi aí que começou minha experiência real com a animação. Aí, da faculdade eu cheguei a fazer média-metragem, participei de vários curtas, comecei a ir em todas as palestras, tudo que tinha de cinema e animação, assim, em Belo Horizonte, ou até mesmo, às vezes, fora de Belo Horizonte, eu tentava ir e estar presente. Foi aí que no meu segundo ano de faculdade, eu

conheci um estúdio aqui de Belo Horizonte, que estava desenvolvendo séries, desenvolvendo outras coisas, eles tinham até ganhado já um Codemig. Aí eu me ofereci, fui meio cara de pau assim, cheguei, “Ah, vamos trabalhar junto, e tal, eu até topo fazer por um preço muito abaixo do mercado, e tal”, e acabei entrando no mercado. E daí pra frente fui fazendo curtas, séries de TV, foi quando esse produtor executivo lá da empresa me convidou pra fazer uma série junto com ele, assim, da gente criar uma série porque ele tinha gostado do meu trabalho anterior, feito em outros editais, em outros trabalhos também até privados também... privados não, de lei de incentivo estadual, e tal. Acho que é isso, aí depois eu virei programador do Múmia, comecei a ajudar na organização do Múmia. Então tudo que tem de animação aqui em Belo Horizonte eu tento participar. Acho que é isso (Entrevistado 1. Informação verbal).

Já o entrevistado 2 nos conta que teve uma experiência desenvolvendo uma série chamada *Almanaque Brasil*, baseada na revista da TAM, com seis pequenos vídeos de animação, para a TV Cultura de São Paulo por volta de 2008. Depois ganharam um edital para fazer uma série para o Ministério da Educação e Cultura, chamava *Bits and bites*, com oito episódios de 10 minutos cada um, por animação em colagem, explicava o mundo da informática. Depois disso tiveram duas experiências com animação no Núcleo Criativo da Aldeia, que foi a série *Do outro mundo*, e a série *O tempo voa*. Uma voltada para *school* e a outra voltada para o que eles chamam de *Between*, aquele menino que está entre a infância e a adolescência. Finalmente, estão desenvolvendo, com recurso do Fundo setorial, Prodav 05, um longa de animação chamado *A vida no céu*, derivado de um livro de José Eduardo Agualusa.

O entrevistado 3 conta que trabalha com animação desde 2006, já há 12 anos, mais especificamente com animação desde 2011. Então tem sete anos. O entrevistado 4 trabalha há cerca de 10 anos com animação. O entrevistado 5 está há 11 anos no mercado. O entrevistado 6 tem uma longa carreira com animação, de experiência em produção de curtas, residências, pesquisa. O entrevistado 7 tem experiência em mais de 20 anos no mercado publicitário. O entrevistado 8 já produziu um piloto de série de 11 minutos e dois curtas, um com seis e outro com sete minutos.

Na questão 3, perguntamos aos entrevistados a respeito da origem da série, a fim de percorrer alguns caminhos interessantes que os produtores trilharam para a criação de seus projetos. O entrevistado 1 foi o convidado de um produtor para a execução de uma série, como ele mesmo nos conta:

(...) ele pediu uma história de um elefante que voa num avião. E a partir dessa ideia nós fomos trabalhando em cima, inicialmente para aquele edital

do Zoomoo que abriu em 2016, ou 2017, não lembro, acho que final de 2016. Nós começamos a trabalhar nesse projeto, inicialmente com a série pra crianças pré-escolar, dentro do perfil do Zoomoo lá. Acabou que a gente não ganhou esse edital e a gente começou a questionar algumas coisas, por quê que a gente não tinha ganhado e como poderia evoluir o projeto. Foi aí que deu um *insight* de talvez trazer um tema que não era muito abordado, que é a questão de museologia nessa série, e a questão histórica, dentro da narrativa que a gente já tinha proposto, que é a narrativa de Augusto e Branco, de dois palhaços, narrativa de palhaços. A gente tentou trazer esse tema novo, que não tinha sido abordado... pelo menos a gente não conhece nenhum projeto que tenha abordado esse tema de museologia. A gente trouxe esses dois palhaços para dentro do museu e a gente ficou pensando sobre em quê que esse museu poderia ser diferente e aí a gente teve a ideia do Museu das Histórias Não Tão Relevantes e atingiu o público, eu acho (Entrevistado 1. Informação verbal).

O entrevistado 2 cita que cada obra que sua equipe desenvolveu teve uma origem distinta, como ele mesmo explica:

O Almanaque Brasil veio da revista do Elifas Andreato, que chama *Almanaque Brasil*, que é distribuído no voo da TAM. O Bits and Bites era um edital, a ideia foi feita internamente na Aldeia junto com roteiristas e eu e Fred ajudando nos argumentos. Fred é meu sócio hoje na Dromedário. A *Do outro mundo* foi uma ideia discutida entre o diretor, eu e Fred. *O tempo voa* foi uma ideia trazida pela Juliano Castro, da Animassauro. E *A vida no céu* veio de um livro, do José Eduardo Agualusa, que a gente leu, achou legal, entrou em contato e adquiriu os direitos. Então, quer dizer, são várias fontes aí, desde fontes próprias da produtora a fontes vindas de terceiros e de clientes (Entrevistado 2. Informação Verbal).

Já o entrevistado 3, em parceria com seu sócio, teve a ideia da série por meio conversas e de carências percebidas em certos conteúdos, como temas científicos. Como ele disse:

a ideia original da série, que chama *Gui & Dinook*, veio muito de várias discussões, de várias conversas, da carência mesmo de conteúdos em português, para crianças de várias fases e principalmente conversando sobre conteúdos científicos ou roteiros mais científicos. E nesse processo a gente se aproximou do STEAM, que é um conceito que tá sendo muito discutido nos Estados Unidos, da importância da gente incluir nas escolas a interdisciplinaridade. Então, STEAM são as iniciais de Science, Technology, Engeneering, Arts and Maths, então ciência, tecnologia, engenharia, arte e matemática, e a importância de a gente criar esse tipo de conversa mesmo, de diálogo das crianças com a interdisciplinaridade. E que não seja uma coisa só Exatas, só focada para essa Ciência com “C” maiúsculo, que tá focada só nas Ciências Exatas, mas também que tenha um lado humano, um lado artístico. Então, dentro desse conceito, a gente começou a pensar que a gente queria fazer uma série de animação mais focada no conteúdo científico, mas que tivesse, por exemplo, solução de problemas, instigar assim a curiosidade das crianças, que elas são naturalmente curiosas, a responder perguntas simples das crianças, de “por quê que isso acontece?”, “por que isso, outra coisa acontece”, então assim, “por quê que a gente ainda tem os rios poluídos aqui no Brasil?”, “como que a gente pode resolver esses problemas?”, ou “por quê que a chuva cai assim ou assado?”. Então a gente fala muitos problemas ligados ao meio ambiente e à sustentabilidade também. Foi mais ou menos aí a ideia original (Entrevistado 3. Informação verbal).

O entrevistado 4 relaciona sua criação à inspiração de filmes, *cartoons* e desenhos. O entrevistado 5 relaciona a ideia com a autoria dos próprios parceiros e sócios. O entrevistado 6 relaciona sua criação com a ideia original de um outro participante que teve influência direta com o trabalho, como ele explica melhor:

[...] a ideia original é de Ramilson Noronha, realizador de documentários e arquiteto urbanista, com o qual divido a direção. Enquanto arquiteto urbanista, observador da cidade e tendo sempre em suas produções a cidade como tema, Ramilson apostou em fazer uma reflexão sobre um grande centro urbano (Belo Horizonte, como representante de qualquer outra grande cidade urbana) enquanto personagem, seus dramas, seus medos, seus traumas, seu passado-presente-futuro (Entrevistado 6. Informação verbal).

Em seus filmes, geralmente, não há personagem humano ou humanizado, interessando o espaço e os personagens coletivos. O entrevistado 7 conta que a série foi contemplada no Prodav 11/2014, da Ancine, no qual o tema já veio definido: “Explorar a filosofia e pensamento crítico da criança, gerando perguntas e respostas sobre os sentimentos infantis, como amor, amizade, medo, etc.” A partir dessa premissa, foi elaborada a série. O entrevistado 8 certifica que todos os projetos foram apresentados a ele por realizadores.

Na pergunta 6, versões que já existiram, o entrevistado 1 acredita que já elaboraram várias versões do projeto, descrevendo como um processo normal fazer adequações para o seu aprimoramento:

Então, como nós tentamos quatro editais antes de ganhar o desenvolvimento, eu arrisco dizer que nós tivemos quatro versões totalmente diferentes, inclusive mudando minutagem, mudando público-alvo, mudando *design* de personagem. Assim, toda vez que você vai tentar um edital novo, você tenta melhorar aquilo que você já tem, porque às vezes falta aquele zero ponto alguma coisa que você diz “Vou dar um gás aqui para ganhar aquele zero ponto alguma coisa que eu perdi na última”. E eu acho que é isso, foram quatro versões, e na hora que terminar todo esse desenvolvimento, vai ser a quinta versão que nós vamos ter completamente diferente (Entrevistado 6. Informação verbal).

O entrevistado 2 cita que todos os projetos foram inéditos em seu desenvolvimento, com exceção do *Almanaque Brasil* (a revista de bordo da TAM) e o livro preexistente *A vida no céu*. O entrevistado 3 menciona que é a primeira versão. O entrevistado 4 conta que o embrião da série foi o projeto aprovado no edital Anima Minas com a produção de cinco episódios de um minuto de duração para a interprogramação da Rede Minas. O projeto em desenvolvimento é bastante diferente, mas os primeiros conceitos foram trabalhados ali. O entrevistado 5 conta

que estão na primeira versão do projeto. O entrevistado 6 também está em seu primeiro tratamento. O entrevistado 7 também informa que está na primeira versão. O entrevistado 8 esclarece que para participação de editais só há uma versão.

Na pergunta 8, a respeito do formato da série, foi feita uma coleta de dados para entender qual é o tipo de proposta que os produtores tentaram.

O entrevistado 1, 26 episódios de 11 minutos.

O entrevistado 2, 26 episódios de sete minutos.

O entrevistado 3, 3 episódios de 11 minutos (conteúdo transmídia).

O entrevistado 4, episódios de 11 minutos.

O entrevistado 5, 13x11' / 26x11' – público infantil e infantojuvenil.

O entrevistado 6, episódios de dois minutos cada em técnica mista de animação .

O entrevistado 7, 13 episódios de cinco minutos.

O entrevistado 8, 13 episódios de sete minutos.

A pergunta 17, a respeito da relação do desenho animado brasileiro com o desenho estrangeiro (estilo), tem o intuito de entender o que pensam os produtores mineiros sobre a questão do estilo e a identidade que vem sendo desenhada por eles. O entrevistado 1 acredita que de uma forma geral o desenho brasileiro ainda é muito americanizado, influência direta de anos na bagagem de muitos produtores. Mas ao mesmo tempo que existe este ponto de vista, ele também considera que o desenho brasileiro vem ganhando um estilo próprio. Ele percebe que essa linha de identidade própria se assemelha mais ao estilo europeu de animação do que ao estilo americano, ou hollywoodiano, ou Disney. Ele vê a simplicidade como traço importante do estilo proveniente da falta de recursos nas produções, mas com estilo marcante. O entrevistado 2 também percebe uma diferenciação no traço, na valorização da cultura brasileira, na invenção de possibilidades que incentivam novos formatos e estilos. Ele ainda destaca que a falta de recursos impacta de modo criativo nas produções. O entrevistado 3 sinaliza que a indústria brasileira é recente e que isso apresenta consequências no estilo. Ele vê diversidade assim como em outros mercados, e a presença de uma maior parte do estilo de animação 2D referente a maior receptividade do mercado atual. Esse entrevistado observa no estilo brasileiro uma tentativa de se universalizar, de se comunicar com vários mercados. O entrevistado 4 ressalta que o estilo hoje em dia é fruto da troca de

informação, o que é possível entre várias partes do mundo, sem restrição de fronteiras. Já o entrevistado 5 não percebe tanta diferença de estilo no quesito global: excluindo os estilos educativos europeus e os desenhos asiáticos, que são muito particulares, ele não vê muita diferença no estilo global. A fala é baseada na animação para mercado, não artístico. Com a globalização das informações, o estilo acaba sendo universalizado também. O entrevistado 6 acha cedo para se fazer comparações, apesar de a animação brasileira ter tido um salto quantitativo nos últimos 10 anos. O entrevistado 7 considera a tecnologia um grande fator aproximador de estéticas e acredita que o Brasil continua tendo similaridades com a animação americana. O entrevistado 8 acredita que produzimos muito pouco sem influência de produções internacionais, mas salienta duas produções interessantes: *Historietas assombradas* e *Irmão do Jorel*, que por sinal são sucessos.

Na pergunta 18, relação do desenho animado mineiro com o desenho brasileiro, o entrevistado 1 entende que Minas Gerais possui um cinema de animação de autor, com estilos independentes que não conversam entre si. Ele acredita que isso se dê porque a formação da maior parte dos animadores tem sido na Escola de Belas Artes da UFMG, onde o estilo autoral prevalece. Ele sinaliza que também a discussão sobre estilos não é fortalecida no estado e que o estilo mineiro pode ser um pouco prejudicado pela quantidade de obras que se produz aqui, que ele considera poucas. O entrevistado 2 se vê pouco capaz de discorrer sobre o estilo mineiro, mas fala que talvez não exista um desenho mineiro e sim um brasileiro. O entrevistado 3 destaca também o lado autoral da cena:

Eu acho que o desenho animado mineiro, ele tá num mercado muito mais autoral, independente do que o desenho brasileiro. Pensando no desenho brasileiro, produzido principalmente em Rio e São Paulo, e alguma coisa na região Sul. Por não ter tanta infraestrutura ou tanta grana mesmo para produção, a gente vê projetos levados na raça mesmo, por artistas locais, artistas de Minas Gerais, e acaba que em termos de estilo, às vezes, eles têm que ser criativos de encontrar soluções para terminar com o projeto dentro dessas adversidades econômicas, e isso acaba afetando na estética. Estéticas, às vezes, mais simples, ou soluções econômicas, mas que, de certa forma, também não podem ser desvalorizadas (Entrevistado 3. Informação verbal).

O entrevistado 4 sinaliza a mesma posição do entrevistado 3 a respeito do estilo. O entrevistado 5 não vê diferença entre produções locais e nacionais. O entrevistado 6 acredita que será na animação que o audiovisual mineiro terá uma identidade definida e reconhecida, algo que ele ainda não possui, mas irá encontrar. O entrevistado 7 vê o desenho mineiro mais no estilo 2D tradicional, vindo de muitos

artistas ligados ao curso da UFMG. No entanto, ele percebe que, com essa tecnologia acelerando a produção, outras estéticas 2D e 3D surgiram, mas ele não arrisca dizer se existe um estilo mineiro de animação tão robusto. O entrevistado 8 observa muitas possibilidades; no entanto, com ausência de recursos, elas não chegarão a ser produzidas.

3.2 DISCUSSÃO

Ao avaliar as respostas dos produtores que participaram das entrevistas, podemos agrupar algumas características que foram mais relevantes no processo. Acreditamos que será interessante ressaltar os pontos que foram importantes nas entrevistas, de modo que eles mostrem significativamente através dessas vivências como é a experiência de se produzir séries de animação no estado de Minas Gerais em 2018, participando de editais de fomento disponíveis.

As entrevistas foram analisadas uma a uma. Como considerações finais desta dissertação, podemos entender que as entrevistas expressam uma visão atual e real de integrantes e produtores dessa cadeia produtiva, num cenário da economia criativa que fortalece a economia em nível estadual e federal, assim como essas produções audiovisuais são manifestações culturais dignas e representativas de nossa cultura multifacetada.

No agrupamento das políticas para o audiovisual em Minas Gerais, tivemos uma série de perguntas sobre as quais os entrevistados discorreram a respeito de suas experiências e opiniões a respeito das políticas e editais presentes atualmente, bem como contaram suas experiências como produtores no estado. De uma forma geral, podemos dizer que a visão dos entrevistados em relação às políticas para o audiovisual em Minas foi otimista. Diversos aspectos foram analisados positivamente, destacando maior credibilidade para editais federais. O otimismo foi geral em relação aos editais; os editais estaduais foram vistos como uma possibilidade de se produzir portfólio, de gerar maior experiência. No nível federal, a grande concorrência foi vista como ponto negativo, assim como a parte burocrática. A burocracia foi considerada em todas as instâncias (municipais, estaduais e federais) como um grande entrave. A credibilidade do estado, questionada pelos *players* para entregar as produções, foi largamente apontada como uma questão

delicada. A falta de grandes projetos foi um ponto descrito e muito questionado. O extinto edital Filme em Minas foi considerado pela maioria como importante para o cenário produtivo audiovisual mineiro. Foi apontado ainda por muitos o fato de se ter uma característica mais autoral nas produções e a falta de incentivo. O edital da Codemig, por sua vez, apresenta grandes questionamentos em relação à sua maturidade de processos. Apontado por muitos ainda contendo erros muito grosseiros, mas com boas chances de realização. Destaca-se também no edital da Codemig o grande investimento que está sendo feito no estado, nunca feito anteriormente. Este é um grande ponto positivo, que possibilita vários desdobramentos.

No agrupamento das características da produção de animação em Minas Gerais, temos um desenho mais ou menos comum em relação ao tipo de produtores de animação: geralmente são produtoras pequenas, com pouca estrutura física e de pessoal. Não existem no mercado de Minas Gerais empresas de animação com um número maior de profissionais trabalhando em grandes projetos. São vários proponentes que usam a mesma lógica: poucas máquinas, trabalho remoto e associações. O tempo de desenvolvimento dos projetos também foi uma média comum: para um projeto de desenvolvimento de série de animação, a duração média foi de dois anos entre a criação, a aprovação e o desenvolvimento. Os integrantes das produtoras ou proponentes empregam em suas experiências *softwares* comuns que o mercado costuma usar, associado à estrutura, um arranjo consideravelmente barato para a produção. Quanto aos caminhos possíveis para a produção, há um consenso em achar que o percurso é visível e possível, mas longo e burocrático. As plataformas VOD são a nova fronteira a ser trabalhada, e a desconfiança com o estado de Minas Gerais mais uma vez é apontada.

No agrupamento das respostas a respeito da identificação e análise da produção, temos todos os integrantes da pesquisa já com experiências prévias em animação, variadas, mas todos com alguma relação com o meio. As ideias ou projetos vêm de fontes distintas, diversas, apontadas por eles mesmos. As versões do projeto, em sua maior parte, estão sendo trabalhadas pela primeira vez. Dentro dessa experiência, o projeto vai sendo ajustado a partir de uma ideia inicial que não mudou. Os formatos dos projetos propostos, comum aos *players*, variam numa mesma grade de exibição de 11, cinco e sete minutos, alterando o número de episódios.

Pelas entrevistas, em relação aos estilos e pensamento sobre os tipos de desenho brasileiro e mineiro, encontramos respostas que evidenciam muito a influência americana, além de uma lacuna em se discutir melhor os pensamentos sobre estilo, as correntes. Houve também um forte posicionamento na defesa de se produzir um estilo mais universal de animação, possivelmente relacionado à influência globalizada de se ampliar mercados. Notamos também uma avaliação a respeito do salto quantitativo e qualitativo da animação brasileira.

Face aos pontos expostos, podemos ainda trazer algumas questões que estiveram presentes em todo o processo de produção de séries no estado, como a influência dos mecanismos de fomentos na formatação da produção mineira e na formação de um estilo local, uma vez que o perfil do edital favorece a produção de obras de um determinado estilo e proposta. Isso contribui para um desenho de características nas obras estaduais, já que o fomento tem papel fundamental no incentivo e na realização dessas obras. Por exemplo, temos no estado duas situações bem diferentes de incentivo que geraram produções distintas: o Filme em Minas e a Codemig. Percebi, através dos relatos provocados e das análises permitidas por esta pesquisa, que o fomento influencia direta e fortemente na característica da produção regional.

No que diz respeito ao estilo da produção, percebi também que alguns produtores entendem estilo apenas como técnica de animação. O 2D ou 3D relacionado à técnica abre um horizonte enorme de estilos, mas muitas vezes em Minas isso não é discutido como estilos de animação. Isso poderia estar ligado à formação, falta de repertório, ou produção ainda incipiente? De qualquer forma, a discussão sobre estilos e caminhos estéticos é de suma importância para o desenvolvimento da animação, mas não foi apresentada com uma força significativa dentro do espectro das produções. Alguns pontos foram surpreendentes em relação ao estilo, pois justamente a produção mineira é conhecida como uma região de estilo mais autoral. A discussão sobre as propostas não apresentou grande profundidade em relação a isso. Haverá uma diferença de estilo em relação à série produzida para a televisão? E com relação aos filmes de curta e longa-metragens no estado? Esse traço mais autoral, frequentemente relatado nas produções, ocorrerá também nas produções seriadas? Haverá uma relação direta entre a baixa produção televisiva de animação no estado e o estilo trabalhado nas produções?

De qualquer forma, esse ponto foi também relatado como desfavorável ao crescimento das produções, interferindo na capacidade de distribuição do que poderia vir a ser produzido. Um fator que podemos entender desse modo é que no estado de Minas Gerais a capacidade de produção está aquém da capacidade criativa, que é muito alta. Dessa forma, os fomentos e editais possuem importância fundamental para o desenvolvimento, mesmo que com pequenos defeitos presentes. Ainda assim, são uma espécie de mola para impulsionar a geração de uma indústria mais volumosa no audiovisual e força presente na indústria criativa brasileira.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisarmos as respostas de todos os entrevistados na produção de séries em Minas Gerais, percebemos que são vários os aspectos que devem ser considerados, pois são influentes em relação à tentativa de se produzir animação no estado. Temos uma produção marcada por iniciativas e estilos mais relacionados à produção autoral e artística aqui em Minas Gerais, fatores que influenciam nosso estilo de trabalho e, conseqüentemente, as produções. Mais uma vez, o estado se manifesta pela produção de cultura local e independente que cresce, apesar de todos os limites.

As dificuldades que enfrentamos para a produção são muitas, várias vezes decorrentes de organizações e cenários que afetam o país como um todo. Algumas questões culturais levantadas anteriormente, como a globalização, podem ter efeito direto no âmbito da organização de arranjos econômicos e sociais; do mesmo modo, como editais de fomento agem e reagem sobre o mercado e os produtores independentes em Minas Gerais. Além disso, o processo de globalização é uma força direta e atuante num entrave hegemônico da produção de cultura local, como o audiovisual brasileiro e a influência de produtos estrangeiros que inundam o país com grande presença. Este entrave, de caráter ambíguo, ao mesmo tempo em que mistura e torna o caráter heterogêneo mais presente em países como o Brasil, e conseqüentemente Minas Gerais, favorece e fortalece a produção local, diminuindo fronteiras e estilos para produtores e representantes.

Todo esse favorecimento da cultura local e a diminuição de fronteiras pela força da heterogeneidade trazem também uma discussão nova em relação à nova configuração da produção, às novas produções brasileiras, em relação ao audiovisual, e também às produções locais. Qual desenho essa identidade, essa nova produção de cultura baseada no audiovisual vem tomando? Não é tarefa fácil definir contornos e mostrar aspectos da nova produção, assim como o impacto que essas produções terão na construção da identidade nacional. Tomamos isso como base pela significativa produção de animação que vem sendo realizada no país, e que faz parte de um novo movimento de ascensão do audiovisual brasileiro. A globalização continua claramente sendo um fator contundente e importante nessa etapa que presenciamos. Ao nosso ver, a identidade cultural brasileira, derivada

também dos produtos audiovisuais aqui gerados, é ainda de difícil definição e caracterização, mas marcada por arranjos locais.

A nova produção audiovisual, na qual a animação está inclusa, é um dos itens e faz parte de um importante guarda-chuva que sustenta o conceito de economia criativa. Áreas como *games*, *design* e audiovisual vêm se destacando nesse arranjo, as quais não podemos deixar de citar como importante parte do processo de análise desse conjunto produtivo. A animação hoje faz parte do segmento do audiovisual e movimenta importantes somas financeiras, fortalecendo as cifras para a economia. A economia criativa faz um importante uso da criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade, a cultura e o capital intelectual como insumos primários. Assim, ela vem se tornando ponto importante numa discussão porque consegue estimular a geração de renda e a criação de empregos, bem como produz receitas de exportação e promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano, tendo efeitos significativos e diretos na nossa cultura.

Num cenário de grande diversidade, a produção audiovisual brasileira, mais precisamente a animação, mostra a força de um país diversificado, revelando cenários locais onde a indústria se desenvolve, com grandes incentivos via fomento. Apesar de ter estados e desenvolvimentos em diferentes estágios, uma força multicultural se revela como característica nativa em nossas produções. Avaliando as produções, ainda que iniciantes em nosso estado, percebemos uma grande diversidade de estilos e propostas, consoantes ao multiculturalismo que caracteriza nosso povo e nossa época.

REFERÊNCIAS

- ABRIL. Uma breve História da Animação. Disponível em: <abril.com.br/blog/temporadas/televisao/uma-breve-historia-da-animacao-na-tv/1/14/13>. Acesso em: 14 jul. 2013.
- ANCINE. Agência Nacional do Cinema - Ministério da Cultura - Governo Federal. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga>>. Acesso em: 12 jul. 2016.
- ANIMAÇÃO S&A. **Portal Animação S&A**. Disponível em: <<http://animacaosa.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 8 jul. 2016.
- ABCA. Disponível em: <<http://www.abca.org.br/abca/>>. Acesso em: 14 out. 2017.
- ARCHER, B.; BAYNES, K.; ROBERTS, P. **The nature of research into design and technology education**. Loughborough: DD&T, Loughborough University, 1992.
- AVELAR, J.C. Introdução. In: EINSEINSTEIN, S. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- BARBOSA JÚNIOR, A. L. **Arte da animação: técnica e estética através da história**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre Literatura e História da Cultura**. Obras Escolhidas. v. 1. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BONSIEPE, G. **Design do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- BRANDÃO, J. **Caminho para a produção de séries**. Split Studio, 2017. (Texto em PDF)
- CARDOSO, R. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
- CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- CANCLINI, N. G. **Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidade**. Barcelona: Gedisa, 2004.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- CARRIÈRE, J. **A linguagem secreta do cinema**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.
- COCCO, G.; NEGRI, A. O monstro e o poeta. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, Caderno, 3 mar. 2006.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1996.

DALLA COSTA, A.; SOUZA-SANTOS, E. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, ano 7, v. 25, p. 1-8, abr./jun. 2011.

DEBRAY, R. **Curso de midiologia geral**. Petrópolis: Vozes, 1993.

DEBRAY, R. **Vida e morte da imagem**: uma história do olhar no Ocidente. Petrópolis: Vozes, 1993.

EINSENSTEIN, S. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

FAETEC TPM. Educação Tecnologia. Thereza Porto Marques. **Apostila de HTML**, Cap. 3. 2009. Disponível em: <http://www.faecet.br/apache2default/download/nelson/colégio/apostila_HTML/cap%edtulo%2003.doc>.

FREITAS, I. *et al.* **Cinema de animação**: guia de referências. Disponível em: <<http://petcomufam.com.br/wp-content/uploads/2013/06/Cinema-de-Anima%C3%A7%C3%A3o-Guia-de-Refer%C3%Aancias.pdf>>.

FONTOURA, A. **Educação de crianças e jovens através do design**. 2002. 337 f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção, UFSC, Florianópolis, 2002.

FOSSATTI, C. L. **Cinema de animação**: uma trajetória marcada por inovações. VII Anais do ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA: mídia alternativa e alternativas midiáticas, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais1/encontros-nacionais/7o-encontro-20091/CINEMA%20DE%20ANIMACaO%20Uma%20trajetoria%20marcada%20por%20inovaco%20es.pdf>>.

GABLER, N. **Walt Disney**: o triunfo da imaginação americana. Osasco: Novo Século, 2009.

GATTI JÚNIOR, W.; GONÇALVES, M. A.; BARBOSA, A. P. F. P. L. Um estudo exploratório sobre a indústria brasileira de animação para a TV. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 461-495, maio-ago. 2014, Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311057201238250>>.

GOMES, A. P. **História da animação brasileira**. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2008.

GUILLÉN, J. M. **El cine de animación**: En más de 100 longametrages. Madri: Alianza, 1997.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Lamparina, 1999.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. IN: _____. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

KOPKE, H. **Artefactum**. *Revista de Estudos em Linguagem e Tecnologia*, Belo Horizonte, ano VI, n. 2, 2014.

LEITE, S. (Org.) **Subversivos**: o desenvolvimento do cinema de animação em Minas Gerais. Belo Horizonte: Favela é Isso Aí, 2013.

LIMA, C. Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação para o estado da Bahia. **Revista da Desenhahia**, Salvador, n. 5, 2006.

LUCENA JR, A. **Arte da animação**: técnica e estética através da história. São Paulo: Senac, 2005.

MACHADO, A. **Made in Brasil**: três décadas do vídeo brasileiro. São Paulo: Iluminuras, 2007.

MAPEAMENTO E IMPACTO ECONÔMICO DO SETOR AUDIOVISUAL NO BRASIL - 2016 - PDF - SEBRAE/FDC/ APRO. **Portal da Cemig**. Disponível em: <http://www.cemig.com.br/ptbr/A_Cemig_e_o_Futuro/cultura/filme_em_minas/Paginas/default.aspx>. Acesso em: 2 set. 2018.

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

NESTERIUK, S. **Dramaturgia de série de animação**. São Paulo: Anima TV, 2011.

NÓVOA, J.; FRESSATO, S. B.; FEIGELSON, K. (Org.) **Cinematógrafo**: um olhar sobre a história. Salvador: EDUFBA; São Paulo: Ed. UNESP, 2009.

ORTIZ, R. Identidades culturais no contexto da globalização. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n. 18, p. 68-80, maio/ago. 2000.

ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

PORTAL DA CANALTECH. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/software/O-que-e-CGI-e-computacao-grafica/>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

PORTAL DO BNDES. Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/conhecimento/noticias/noticia/animacao-audiovisual>>. Acesso em: 2 set. 2018.

RAMOS, F.; MIRANDA, L. F. **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo:

Senac, 2000.

RIBEIRO, L. F. **O ponto de viragem**: a animação brasileira, possíveis desdobramentos de um sonho industrial. 2012. 226 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Programa de Pós-Graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ), Rio de Janeiro, 2012.

SCHNEIDER, C.; SILVA, A. R. da. Da animação ao cinema: rupturas, continuidades e sobreimpressões. In: **Cinema em choque**: diálogos e rupturas. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 11-26.

SOLOMON, C. (Org.). **The art of animated image**: An anthology. Los Angeles: The American Film Institute, 1987.

THOMAS, F.; JOHNSTON, O. **The illusion of life**: Disney animation. New York: Hyperion, 1995.

UOL. Portal Uol - Revista o grito. Disponível em: <<http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2013/08/03/perto-de-completar-100-anos-historia-da-animacao-brasileira-sera-contada-em-filme/>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

UNESCO. **Creative economy**: report 2008. Nova York: United Nation, 2008.

UNESCO. **Creative economy**: report 2010. Nova York: United Nation, 2010.

XAVIER, I. (Org.) **A experiência do cinema**. São Paulo: Graal, 2008.

APÊNDICE

Animação: Refere-se ao processo segundo o qual cada fotograma de um filme é produzido individualmente, podendo ser gerado tanto por computação gráfica quanto fotografando uma imagem desenhada ou repetidamente fazendo-se pequenas mudanças a um modelo, fotografando o resultado. Quando os fotogramas são ligados entre si e o filme resultante é visto, há uma ilusão de movimento contínuo.

Animação tradicional: animação tradicional (também conhecida como animação por célula, animação clássica ou animação desenhada à mão) é a mais velha e historicamente a mais popular forma de animação. Em um desenho animado de forma tradicional, cada quadro é desenhado à mão. Essa técnica foi a forma dominante de animação no cinema até o advento da animação digital.

Animatic: é um esboço de animação simplificada, que demonstra a sequência da história e a movimentação da câmera sem detalhar alterações nos objetos. Anima-se o *storyboard* em sequência e temos o *animatic*. Assim podemos prever o tempo das cenas e a duração da peça audiovisual.

Animação com live-action: Ocasionalmente, uma produção irá combinar imagens *live-action* e animação. As cenas em *live-action* dessas produções geralmente são filmadas em primeiro lugar: os atores fingem que eles estão interagindo com os personagens animados, adereços ou cenário; a animação será então adicionada à cena mais tarde para fazer parecer como se ele sempre tivesse estado lá. Usando a roscopia, esse método é raramente praticado, mas quando o é, pode ser feito para efeito fantástico, imergindo o público em um mundo de fantasia onde os seres humanos e os desenhos animados coexistem. *Live-action* e animação foram misturados em filmes como *Alô amigos*, *Mary Poppins*, *Who Framed Roger Rabbit*, *Space Jam*, *Os Trapalhões no rabo do cometa* e *Brasil animado*, entre muitos outros. A técnica também é usada significativamente em comerciais de televisão.

CGI: é uma sigla em inglês para o termo Computer Graphic Imagery, ou seja, imagens geradas por computador, a famosa computação gráfica. O termo se refere a todas as imagens geradas através de computadores feitas em três dimensões, com a profundidade de campo, sendo possível graças apenas à computação. O CGI nada mais é que praticamente todo tipo de efeito ou animações que vemos hoje em dia, seja em filmes, videogames ou mesmo na televisão.

Composição / finalização: Composição é uma etapa para se juntar animação com cenário e efetuar movimentos de câmera. Se o processo da animação adotou a etapa de *setup*, este processo é desnecessário. No entanto, nesse momento, também é possível fazer trabalho de finalização, que é melhorar visualmente alguma cena ou conjunto de cenas.

Composição da trilha sonora: Geralmente, os filmes de animação, curtas, experimentais, longas, comerciais e séries possuem uma ou mais trilhas sonoras que compõem como elemento sonoro. É usada para dar o clima de cenas e marcar a emoção da peça. São de extrema importância na leitura da obra, sua mensagem e narrativa.

Design de personagens: É a criação do visual das personagens do filme ou animação. O *design* de personagens prevê todo o conceito visual de um elemento atuante. Criam-se nesse momento ângulos diversos da personagem (frente, $\frac{3}{4}$ lado, costas, $\frac{3}{4}$ costas), além de bancos de boca, sobrancelhas, olhos, mãos e pés, tudo em cores. Estes serão elementos importantes para os animadores na confecção das animações.

Design de cenários: Todos os locais onde os personagens vão figurar são cenários. Num filme ou série de animação, além dos personagens também se criam os cenários. A partir das definições de enquadramento e das sugestões de cenário do *animatic*, a equipe de arte cria todos os cenários por episódio ou cenas.

Edição: Similar a todo processo audiovisual, a edição na animação é o processo de juntar cada cena num mesmo vídeo, além de montar cada cena. Também chamada

de montagem. De extrema importância, o processo de edição pode dar vários sentidos a um mesmo filme.

Edição de som: Processo onde se criam os efeitos sonoros baseado numa edição já pré-determinada. Etapa importante para marcar e pontuar os elementos sonoros do filme.

Flip book: ou também chamado folioscópio, é uma coleção de imagens organizadas sequencialmente, em geral no formato de um livreto para ser folheado dando a impressão de movimento, criando uma sequência animada sem a ajuda de uma máquina. Foi uma técnica muito popular nos finais do século XIX e início do século XX, sendo ainda fabricados hoje em dia. Conhecido em francês por folioscope (por vezes também chamado kineograph, feuillescope ou "cinema-de-bolso").

Gravação de vozes: Etapa numa série de animação ou filme quando se gravame as vozes antes de animar. A voz é uma importante matéria-prima para o animador. O termo correto é voz original.

Master: na produção de uma série de animação, a gravação da master é a etapa de consolidar a imagem final + som final, além de exportar o material no formato certo para o canal ou destino final. Cada canal tem especificações técnicas: alguns aceitam receber arquivos digitalmente; outros solicitam que você envie o material gravado em mídia física, como a XDCam, a mais utilizada hoje em dia. É nessa etapa que tudo isso é feito.

Mixagem: a mixagem é a etapa de se juntar vozes – efeitos sonoros – trilha sonora. O mixador, nesse processo, define o volume de cada um desses elementos. Ele também aciona efeitos aos sons, quando necessário (Ex.: personagens conversando dentro de um banheiro. O mixador vai deixar os sons mais abafados). No sistema stereo e 5.1, ele também define o que cada caixa de som deve tocar.

Pencil test: é um dos processos mais importantes na animação. É um teste usado por animadores para conferir a movimentação dos personagens, ainda na fase em que estão rabiscados a lápis.

Rigging: *Rigging* é um processo técnico. O profissional de *rigging* recebe os *designs* de personagens e os divide em várias camadas, transformando cada parte do corpo em um objeto selecionável. Essas camadas são então organizadas de forma hierárquica e lógica. Exemplo: para se mexer o ombro, é necessário que o braço e a mão acompanhem. O profissional de *rigging* configura esse tipo de relação.

Setup: é um processo bastante técnico que nem todos os estúdios adotam. É a etapa na qual um profissional basicamente vai montar os arquivos para que os animadores possam animar. Cada cena será um arquivo diferente. Se, por exemplo, um projeto de animação feito no Toon Boom Harmony, produzido um episódio, tem 120 cenas, o profissional de *setup* deverá configurar 120 projetos. Cada projeto terá embutidos *riggings* dos personagens da cena na proporção correta com o cenário, *props* (elementos com que os personagens interagem), movimento de câmera figurado. Áudio da cena e *animatic* da cena. Ele deve deixar o arquivo com a duração exata da cena. E também configurar os parâmetros para exportação para o futuro da cena no formato de vídeo (*render*).

Storyboard / Animatic: *Storyboard* é uma espécie de história em quadrinhos criada por um artista a partir do roteiro. É no *storyboard* que serão definidos os enquadramentos de cada cena, movimentos de câmera e intenções de personagens. O *storyboard* costuma ser uma peça que detalha muito bem as ações que deverão ser animadas. Geralmente, é em preto e branco, com um desenho bem solto e rápido. O *animatic*, por sua vez, é o *storyboard* na forma de vídeo, editado, com vozes finais. É o guia definitivo para toda a produção.

Roteiro: O roteiro, argumento ou guião, em inglês *script* (forma reduzida de *manuscript* - manuscrito), é a forma escrita de qualquer espetáculo audiovisual, redigido por um ou vários profissionais chamados de roteiristas (argumentistas ou guionistas). O roteiro ou argumento é um documento narrativo utilizado como diretriz para espetáculos de cinema, programas televisivos ou jogos eletrônicos. Roteiros de

ficção contêm a íntegra de um filme ou de um capítulo de novela ou seriado, divididos em cenas numeradas que descrevem os personagens e os cenários. O roteiro inclui todos os diálogos, com indicações para os atores quanto à entonação da voz e à atitude corporal. Além disso, informa o horário em que cada cena deve ser filmada ("Dia", Noite", "Pôr do sol", "Amanhecer" etc.) e se a cena é "Externa" (filmada ao ar livre) ou "Interna" (gravada em estúdio).