
Comunicação e velocidade: uma análise da aceleração no cinema de animação

Celbi Pegoraro¹

Resumo: Uma abordagem sobre os processos de aceleração na comunicação dos filmes de animação e a evolução tecnológica nas últimas décadas, resultando em uma nova forma de entretenimento ao público. Esta mesma tecnologia desencadeou nos anos seguintes uma mudança no modo de recepção das informações. Em primeiro lugar, veremos como esse problema foi visto a partir dos estudos da Escola de Frankfurt. Na segunda parte, o foco é o conceito de aceleração na mídia. E, finalmente, veremos a análise de três temas-chave escolhidos para este trabalho: a iconofagia e o problema das fórmulas no cinema; o excesso de falas deixando a imagem de lado; e o “caos” da técnica com a transição da animação tradicional para o digital.

Palavras-chave: comunicação; filmes de animação; indústria do cinema

Abstract: An approach to the process of acceleration in the communication of the animated feature films and to the technical evolution in the last decades, which led to a new kind of entertainment to the public. This same technology forced in the next years a change in the way of information reception. First of all, we will see this issue from the point of view of the members of the Frankfurt School. In the second part, the focus will be the concept of acceleration in the media. And finally, the analysis of three chosen key-themes: the iconofagy and the problem of formulas in the movies; the great amount of dialogue putting the image aside; and the technical “chaos” with the transition from the traditional to digital animation.

Keywords: communication; film animation; film Industry

A velocidade na comunicação

A velocidade é em primeiro lugar exatamente isso: a surpresa absoluta, uma informação que não coincide com a realidade porque a realidade vai mais rápido que a informação. Com outras técnicas, outros meios, é o que ocorre hoje: quem controla a velocidade controla tudo: o espaço e a informação.

(Paul Virilio, 1996)

¹ Mestrando em Ciências da Comunicação (USP).

Cv Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0593327386599337>

Nos últimos anos, nunca se discutiu tanto sobre os fenômenos da comunicação, seu uso benéfico ou não para o público, além da questão da técnica. Cada vez mais procura-se atingir um nível de imediatismo maior para que a informação seja transmitida de forma mais rápida, eficaz e segura ao leitor ou espectador. O conceito “velocidade” e o problema da “aceleração” dos *media* tem ganhado mais espaço entre pesquisadores que tentam decifrar sua problemática e quais as consequências imediatas e futuras para a sociedade.

O conceito de “velocidade” está atrelado a inúmeras variáveis, seja na moda, na cultura, na televisão, no cinema ou na música. Mais do que isso, se analisarmos partindo das discussões do principal pesquisador sobre o tema, Paul Virilio, veremos que a “velocidade” também tem uma relação forte com a política, o que resulta desde simples decisões mercadológicas até mudanças na sociedade.

O objetivo deste artigo é analisar o conceito “velocidade” dentro do espectro do cinema de animação. Nos últimos anos, é possível observar não só mudanças de caráter tecnológico, como também de produção e de vivência, seja dos próprios produtores/animadores/artistas desses filmes, como também do público e da imprensa. Essas mudanças ocorrem de forma mais veloz do que em outras épocas, mas é impossível dizer que isso seja um fenômeno recente. Na verdade, essas mudanças têm origens mais antigas, como veremos a seguir utilizando como suporte as correntes da semiótica, do cinema e da comunicação.

Dividindo a análise em três partes, inicialmente veremos algumas considerações históricas e teóricas partindo da discussão iniciada pelos membros da Escola de Frankfurt. É analisada a questão da reprodutibilidade técnica estudada por Walter Benjamin e como isso se encaixa no período de produção cinematográfica daquele período. Em seguida, a discussão gira em torno da crítica à indústria cultural. No fim, um breve exemplo de como o conceito “velocidade” funcionou bem durante a Segunda Guerra Mundial com a produção de curtas-metragem de animação, especificamente para orientar ou manipular as massas.

A segunda parte é uma breve análise do conceito “aceleração” (velocidade) partindo da obra de Paul Virilio e, noutra frente, de pensadores da semiótica da cultura. A idéia é elaborar de forma mais objetiva como o quadro velocidade-política evoluiu a partir dos anos 1940 até os dias de hoje. Dois temas relacionados ao objeto de estudo são tratados aqui. A produção e reprodução acelerada de filmes e séries a partir da popularização da TV, e a diferença de recepção e comunicação do público e da imprensa em cima de conteúdos cinematográficos das últimas décadas.

A terceira parte consiste numa breve análise de alguns fenômenos comunicacionais que têm relação com o tema “velocidade”. São tratadas questões referentes a transformações na mídia e sociedade, especificamente na última década e a questão da iconofagia – conteúdos digeridos pelo público. Além disso, são analisados alguns distúrbios atípicos da comunicação nos filmes

animados dos últimos anos, incluindo a crise de produção e recepção dos filmes a partir de mudanças drásticas nas técnicas de produção.

Segundo Benjamin (1994: 166), em sua essência a obra de arte sempre foi reprodutível; o que os homens faziam sempre podia ser imitado por outros homens. Em sua explicação sobre a relação entre mídia e sensibilidade com a percepção estética da realidade, Benjamin diz que não existe uma sensibilidade isolada das condições históricas onde os indivíduos se baseiam cuja maior expressão é a obra de arte. A sociedade moderna significa uma remodelação do modelo de comunicação e da estética. O modelo de beleza na estética clássica tinha três elementos fundamentais: a aura da obra de arte, o valor cultural e a autenticidade. Mas a reprodutibilidade técnica é característica básica da produção artística na modernidade. Ainda sobre a sensibilidade, o homem passou a copiar as obras de arte, a natureza, tornando a reprodução em série condição de existência da própria arte.

Benjamin ainda afirma que o modo em que a aura se insere na modernidade são outros modos de emancipação da arte, estabelecendo uma nova relação entre arte e cultura. E nessa realidade, a dispersão e a distração, significam que a sociedade não controla todas as situações da vida humana. A obra de arte é produzida para ser reproduzida, e entre os melhores exemplos disso estão a fotografia e o cinema. Na área de animação, um dos maiores exemplos da massificação da produção encontra-se nos anos 1960, quando a necessidade de preencher a demanda por programação na televisão norte-americana, forçou os estúdios como o de Hanna-Barbera a reproduzir as mesmas fórmulas certas com os mesmos estilos visuais.

Além da reprodutibilidade, outro fator importante é a influência do conceito de aceleração, e como isso está presente na vida das pessoas graças à evolução da tecnologia, principalmente na última década. Vicente Romano (1998) analisa essas transformações nas telecomunicações enumerando vários fatores que explicam os processos de aceleração e percepção. Um dos pontos é que graças às novas tecnologias de comunicação, trabalha-se o tempo todo. As pessoas não param de trabalhar graças ao *non-stop* da modernidade. Essas novas tecnologias trazem a aceleração, que se torna o valor máximo da comunicação, tirando de cena a reflexão e o tempo de vida. A informação passa a ser uma mera mercadoria. A produção e a reprodução das mesmas ideias de forma rápida e barata pelos estúdios se mostra a longo prazo um negócio arriscado.

Para explicar essa explosão de informática, Norval Baitello Jr. (1999) comenta que houve uma explosão informacional na sociedade humana de nosso tempo. Como também se pode dizer que a investigação da comunicação humana passa por uma explosão similar entendendo que apenas uma visão mais abrangente poderá enxergar o objeto de muitas faces que é o processo comunicativo do homem. E se concordarmos que os processos comunicativos são construções de vínculos, então temos que dizer também que a rede dos objetos com os quais nos comunicamos encontra-se em franca expansão, tal qual o universo. Essa expansão significa, não apenas o espaço e tempo cada vez

maiores, como também as relações internas estão cada vez mais numerosas. Há, portanto, um crescimento para fora e para dentro. Baitello ainda fala sobre o impacto da eletricidade e dos meios eletrônicos, dizendo que a apropriação do tempo não mais se dá apenas por meio da durabilidade da mensagem conservada, mas pelo somatório dos tempos dos milhões de receptores.

Arte x produto da indústria cultural

O cinema em geral, não especificamente o de animação, sempre foi alvo de pesquisas sobre seu papel comunicacional, seu enfoque artístico e o resultado da percepção pelo público. Muitas polêmicas foram levantadas na questão sobre o que é arte e o que não é. Ou então, no caso da não-arte, se ela seria mero instrumento de manipulação ou orientação de determinado público ou das massas. Antes de se aprofundar na problemática da velocidade e outras crises na comunicação, é interessante traçar um panorama histórico, e partir analisando a discussão dos pensadores da Escola de Frankfurt.

A discussão em torno da problemática da cultura de massa, do *mass media* e as características da indústria cultural, fazem com que os problemas da comunicação das últimas décadas ganhem uma nova visão. Deste modo, quando analisados as características de produção dos filmes, a recepção dos mesmos ou da própria rotina do público em meio a tantos equipamentos eletrônicos, podemos observar que alguns fatos têm relação com pensamentos e discussões mais antigas, forçando uma reflexão maior e mais complexa em torno do assunto.

Esta perspectiva histórica traz dois lados. Seja na perspectiva da animação encarada realmente como arte, o que tomou força nas últimas décadas entre os acadêmicos da área de cinema; ou como mais um instrumento da chamada indústria cultural, sendo assim, uma forma de orientar e manipular o público como forma de obedecer a interesses e/ou obter lucros. Antes disso, é válido fazer uma breve análise arte *versus* produto da indústria cultural partindo da sensibilidade dessa arte.

Dentre inúmeros pensadores da época, utilizaremos aqui Walter Benjamin e Theodor Adorno. Ambos judeus, analisavam com preocupação o uso da mídia pelo nazismo para ampliar seu poder via utilização de propaganda para as massas. Walter Benjamin era um grande crítico das chamadas técnicas de reprodução em massa das obras de arte. Focou muito o cinema em sua análise, mas ainda que considere em alguns pontos o cinema como grande revolução, critica ao mesmo tempo certas formas de produção e distribuição cinematográfica.

Em seu ensaio, “A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica”, de 1936, Benjamin (1994) nos guia na relação entre mídia e sensibilidade e a percepção estética da realidade. Não existe uma sensibilidade separada das condições históricas onde os indivíduos se baseiam cuja maior expressão é a obra de arte. Em seu estudo, a então sociedade moderna

capitalista significava uma remodelação da experiência resultando em mudanças na estética.

O modelo da chamada beleza da estética clássica era dividida em três elementos fundamentais. A primeira era a aura² da obra de arte, depois viriam o valor cultural e a autenticidade. A chamada reprodução em série (a reprodutibilidade) é um fenômeno absolutamente moderno. Sobre a destruição da aura, afirma:

Retirar o objeto de seu invólucro, destruir sua aura, é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar o “semelhante no mundo” é tão aguda, que graças à reprodução ela consegue captá-lo até no fenômeno único (Benjamin, 1994: 170)

Sobre a sensibilidade, Benjamin questiona que cada vez mais ficou irresistível a necessidade de possuir o objeto, seja na imagem, proximidade ou na cópia. O homem sempre copiou as obras de arte e a natureza. A reprodução deixa de ser o simples ato de reproduzir para condição de existência da própria arte, que passou a ser feita para ser reproduzida. Um bom exemplo é a fotografia, como diz Benjamin, “a chapa fotográfica permite uma grande variedade de cópias; a questão da autenticidade das cópias não tem nenhum sentido”. E conclui dizendo que “mas no momento em que o critério de autenticidade deixa de aplicar-se a produção artística, toda função social da arte se transforma”.

Visto que a reprodutibilidade técnica é característica básica da produção na modernidade, trocamos o distanciamento contemplativo da estética clássica pela aproximação dispersiva da estética moderna. Benjamin diz que o modo em que a aura se insere na modernidade são outros modos de emancipação da arte. Estabelece-se uma nova relação entre arte e cultura, e observando o período do estudo do filósofo, nessa relação a dispersão, distração significa que a sociedade capitalista não controla todas as situações da vida humana, mas elimina o que não se tem interesse. Como observado nos estudos de Paul Virilio (1996), há uma grande ligação entre a arte, velocidade e a política. Nos anos 1940, podemos observar que ocorreu uma grande mudança nos estúdios de Hollywood. Walt Disney, Warner Bros e MGM, por exemplo, deixaram de lado sua produção mais artística (ou comercial dependendo do ponto de vista), pela produção em série de filmes destinados ao esforço de guerra.

Durante a Segunda Guerra Mundial, Disney produziu filmes curtas e longas-metragens, tendo dois focos. Para a política de Boa Vizinhança instalado pelo presidente norte-americano Franklin Roosevelt, foram produzidos curtas e dois longas metragem dando atenção à América Latina. É resultado disso filmes como “Alô Amigos” (1942) e “Você já foi a Bahia?” (1944), e a criação de personagens locais como o Zé Carioca (Brasil) e Panchito (México). Para a política de guerra, foram produzidos curtas incitando os americanos a economizar combustível, óleo, além de economizar dinheiro para os esforços de

² Segundo Benjamin, a aura é o brilho que só a obra de arte tem. E só a aura prova o valor cultural e a autenticidade. Ele questiona que na reprodutibilidade técnica a aura desaparece.

guerra. Em todos esses exemplos, observamos que houve uma queda de qualidade a favor da produção em maior escala para fins políticos.

Num outro exemplo menos manipulador, mas ainda assim com teor de propaganda, estão os filmes produzidos pela Disney nos anos 1950, focando na evolução e as maravilhas da era atômica e o progresso das pesquisas sobre as viagens espaciais. Esses filmes tiveram uma recepção tão grande do público, que forçou o governo americano a investir mais na área espacial, utilizando os filmes como inspiração.

A partir disso, podemos analisar o conceito de “aceleração” (velocidade) na produção e recepção de filmes. E como isso reflete em discussões interessantes do que ocorre nos últimos dez anos.

O conceito de aceleração

Qualquer ideal de progresso, isto é, de aperfeiçoamento da organização social, deve portanto levar em consideração a análise do tempo, ou melhor dizendo, dos diferentes tempos, a fim de descobrir suas contradições e ver suas possibilidades de superação.

(Vicente Romano, 2002)

Vicente Romano (2002) comenta que o estresse do tempo é um fenômeno típico das “sociedades avançadas” e que, desde a industrialização, os homens foram condicionados a trabalhar pelo tempo cronometrado, o tempo do relógio. Esse tempo tornou-se algo valioso, e sua “perda” causa enorme angústia e efeito negativo no homem. E como cita Paul Virilio (1996), existem consequências sociais e políticas. Podemos analisar a questão do tempo em três faces independentes (que se relacionam), como descritas a seguir.

A primeira é a “aceleração (velocidade) de produção”. É o tempo do processo de produção de um filme de animação. Em diversos períodos das últimas décadas, o processo cinematográfico sofreu mudanças com as novidades tecnológicas. A invenção da xerografia no fim dos anos 1950 trouxe a demissão em massa dos arte-finalistas (*inkers*) que repetiam os desenhos dos animadores. A criação de softwares especializados para colorização no final dos anos 1980 resultou na extinção do departamento da pintura dos estúdios Disney. E nos anos 2000, houve um aumento da produção computadorizada em detrimento das técnicas tradicionais (animação feita a mão).

Ainda que a gênese do projeto continue na mão do homem, diversos processos sofreram mutações com o uso da tecnologia. Os argumentos para a instalação e a modernização são quase sempre os mesmos: economia de mão-de-obra, dinheiro e tempo. Mas o que é possível constatar é que nessas inúmeras modernizações no sistema de produção, o número de empregados de fato caiu, mas não houve tanta economia de dinheiro e muito menos de tempo (especificamente, no caso, Disney). Desse modo, a evolução tecnológica trouxe uma sensação falsa de aceleração. Houve uma aceleração, mas não se produz tão rápido quanto se pensa.

A segunda face é a “aceleração estética”. Se a influência pela tecnologia não diminuiu tanto o tempo de produção, talvez isso possa causar uma sensação de aceleração maior se a mudança partir do próprio homem-artista, o animador. A partir dos anos 1950, com a popularização da televisão, muitos estúdios descobriram uma nova mídia para seus filmes. No caso da animação, era quase impossível produzir para televisão no mesmo ritmo e padrão do cinema. A saída encontrada foi a produção num estilo artístico mais simples e menos complicado, se preocupando menos com noções realistas do desenho. Esse tipo de animação, que também foi experimentada no cinema, é chamada de “animação limitada”.

A dupla de artistas William Hanna e Joseph Barbera ficou conhecida por investir maciçamente e pressionar seus empregados a produzir mais rápido por um preço muito menor – o chamado *faster & cheaper*. Outra característica foi a repetição de cenas, ou seja, da mesma animação feita para uma cena repetida em outra. Isso foi muito usado nos primórdios da animação, mas deixado de lado a partir da era de ouro (anos 1930 e 1940). De fato, a animação a partir dos anos 1960 ganhou um ritmo mais rápido inspirado no cotidiano das pessoas. Mesmo os longas-metragens capitalizavam gírias e estilos musicais do período. Não havia tanto espaço para visuais e personagens tão detalhados e realistas. Ampliou-se o uso de personagens mais bidimensionais (com pouca profundidade e construção na narrativa). Essa aceleração estética com base nos rumos da produção para televisão (e não de cinema) condicionou e determinou o tempo presente.

Para combater a produção industrial de desenhos animados na televisão, os estúdios Disney só puderam enfrentar a concorrência nos cinemas investindo mais em sofisticações como o formato *cinemascope* (tela mais larga), desenhos formatados para a terceira dimensão, e criando personalidades ainda mais elaboradas. Por mais que nos anos 1960 e 1970 as histórias dos longas-animados sejam fracas e superficiais, houve um avanço para que a importância do personagem na narrativa fosse maior.

Outra grande mudança ocorreria em meados dos anos 1990 com o surgimento dos primeiros filmes animados por computador e sua crescente popularização que apontou, como veremos depois, uma nova estética da animação. Essa nova estética não só se concentra no personagem, mas em todos os elementos gráficos. Na verdade, o mundo da animação sofre mudanças estéticas de forma cíclica.

A terceira fase é a “aceleração temática e de recepção”, que trata do conteúdo do produto cinematográfico e suas consequências para a comunicação. Os primeiros longas-metragens dos anos 1930, hoje muitas vezes considerados tediosos, lentos e infantis, na verdade carregam uma forte carga de conteúdo adulto. Eram comuns críticas negativas ao conteúdo de filmes como “Pinóquio” (1940) e “Fantasia” (1940), este último especialmente devido ao último segmento que mostra o demônio Chernabog.

Nos anos 1940, a temática dos filmes migrou para um conteúdo pró-guerra com elementos pedagógicos e educativos. Neste período, a comunicação

por meio da animação teve papel fundamental para informar e educar o povo americano e os aliados dos EUA. Dos anos 1950 aos 1980, os filmes sofreram uma regressão temática perdendo um pouco do caráter adulto, ampliando o caráter pedagógico voltado para o público infantil – especialmente devido à popularização e a produção voltada para a TV. Com a popularização de certos filmes live-action³ nas décadas de 1970 e 1980, a partir de produções como as de Steven Spielberg e George Lucas, a Disney e suas novas concorrentes se viram forçadas a inserir um conteúdo mais sofisticado em suas produções se quisessem acompanhar a nova geração. Surgia, então, uma geração ligada cada vez mais ao tempo e aos recursos tecnológicos. Como explica Harry Pross (1980), amplia-se a economia de sinais, ou seja, em menos tempo possível coloca-se mais informações. A consequência é o processo de saturação das pessoas que as recebem. Esse tempo de mídia influencia o tempo de cultura.

Vicente Romano (2002) cita que é preciso uma ecologia do tempo, um vínculo real com indivíduos, sociedades para humanizar a vida. Não importa tanto a quantidade de tempo e sim sua qualidade. Havia a preocupação com a produção cultural do tempo. O conteúdo dos filmes animados ganhou novamente características mais adultas, ainda que somado a uma excessiva busca pelo politicamente correto. As situações na tela ocorrem de forma mais rápida e elas contêm mais elementos de violência.

Na verdade, o então chefe dos estúdios Disney até 1994, Jeffrey Katzenberg, havia alertado sobre sua intenção de mostrar que a animação nunca deveria ser rotulada como gênero infantil. Tanto que “A Bela e a Fera” (1991) espantou a indústria cinematográfica quando foi indicado ao Oscar de Melhor Filme. Para Katzenberg, a animação não é um gênero e sim uma técnica. Esta poderia transmitir comédia, aventura ou até mesmo terror. Ele tentou algumas experiências quando fundou a DreamWorks Animation em 1994 com Steven Spielberg e obteve sucesso com filmes como “Shrek” e “Madagascar”. A Pixar conseguiu transmitir um conteúdo mais adulto e violento em “Os Incríveis”, que na verdade é um filme de ação disfarçado de comédia.

Como será analisado a seguir, os filmes do começo do século XXI trazem conteúdos mais adultos, porque as crianças já sofrem com a comunicação de conteúdo mais desumanizador. Elas já têm suas primeiras experiências midiáticas (eletrônicas) com conteúdos mais eróticos e violentos ainda que num sentido mais psicológico do que propriamente físico. E assim como os adultos, se tornaram escravas do tempo. Como afirma Vicente Romano (2002), hoje em dia precisamos nos libertar do tempo. No cinema, qualquer forma de comunicação mais lenta é repudiada por grande parte do público. E até mesmo o tempo de assistir à televisão ou de ir ao cinema é contado como tempo útil. Esse tempo do ócio precisa entrar no ritmo que o homem vive no cotidiano, e o indivíduo precisa estar adaptado para sentir que seu dia rendeu ao máximo. Esse processo cultural influencia o tempo do indivíduo, que depois influencia a própria cultura.

³ Live-action são os filmes de ação real não-animados.

Fenômenos comunicacionais e os novos horizontes

Tendo visto o conceito de aceleração, é possível analisar um pouco certos fenômenos comunicacionais que interferem na produção e recepção das informações, tendo como base os filmes de animação. Analisemos três aspectos dessa problemática: os aspectos iconofágicos do cinema, as transformações técnicas e sua recepção pelo público e imprensa, e a verborragia contrapondo o ideal de imagem na comunicação recente.

“A Iconofagia na Animação” – como apresentado anteriormente –, a compulsão pela reprodutibilidade leva ao que Norval Baitello (2005: 50-51) chama de inflação de superfícies, e a uma perda das profundidades. Para ele, essa perda de profundidade leva os corpos a sucumbir. O resultado disso é que as pessoas “se transformam em imagens das pessoas, superfícies das superfícies”.

Podemos analisar essa teoria na animação observando o efeito causado no começo dos anos 1990 pelos filmes musicais. O sucesso de filmes como “A Pequena Sereia” (1989) e “A Bela e a Fera” (1991), levou a Disney a autorizar a produção de uma série de filmes seguindo praticamente a mesma fórmula. Na maioria dos filmes vistos na década de 1990, podemos observar que até mesmo a estrutura musical é semelhante. A concorrência, vendo o sucesso, partiu para copiar a fórmula. E o público captou isso de forma muito rápida. Assistir esses filmes na época, principalmente nos EUA, era um evento especial. E na verdade a consciência aparentemente pouco analítica do público demorou a reconhecer que a fórmula de anos já estava saturada. Esse é um dos exemplos que poderíamos chamar de *serial imagery* – “sequência infindável de imagens, sempre idênticas” (Baitello, 2005). O autor comenta que “não mais a capacidade criativa e adaptativa é o que se sobressai, mas sim a necessidade de pertencimento”. Como resultado disso, os filmes de animação Disney sofreram uma queda considerável de bilheteria no final dos 1990, após anos de repetição de fórmulas.

A máquina das grandes corporações, donas dos estúdios, em geral condicionaram o grande público a degustar as informações de forma muito fácil e rápida. Outra característica, além da repetição de fórmulas (da narrativa) nos filmes, é a edição rápida e superficial, que desde o fim dos anos 1980 vêm dominando os filmes de Hollywood. Rhett Wickham⁴, apontou que o público ocidental em particular, se acostumou ao entretenimento que, num exame mais próximo, é realmente pré-digerido. Ele diz que “o espectador do século XXI é muito impaciente. Estamos acostumados ao estilo de contar histórias da MTV, que tem como base a edição e cortes rápidos, que têm como função principal maquiagem a falta de conteúdo”. E completa dizendo que isso está se tornando cada vez mais cansativo, e observa que o público deseja algo que seja mais sincero em relação a condição humana. Por fim, o profissional questiona a

⁴ Em entrevista ao autor em 14 e 16 de novembro de 2005. Trabalha como desenvolvedor e consultor de argumentos para estúdios em Los Angeles.

questão do marketing que traz impacto na comunicação. Ele diz que o mais rápido e engraçado é divertido, mas isso não satisfaz a fome mais profunda que não podemos sublimar através do marketing e gratificação instantânea. Como qualquer droga sintética, quando ela acaba você “quebra”. O público está muito próximo dessa “quebra”, e muito próximo de recuperar um entretenimento mais substancial.

Sobre isso, Norval Baitello (2005: 56-57) aponta que essas superficialidades não possuem os nutrientes para a vida dos corpos. Elas funcionam sim como elemento de sedução fácil. É questionado que uma vez o homem transformado em imagens dele mesmo, este passa a ser consumido pela própria imagem. Daí vem a idéia das imagens que devoram os corpos. Essa noção de fórmulas repetitivas foi criada por razões econômicas, mas para isso a indústria precisou preparar receptores (os espectadores) em série. E para conseguir isso, precisou antes transformá-los em imagens espelhadas, que depois seriam digeridas com facilidade.

Animação verborrágica

Vivemos num mundo cada vez mais cercado pela instantaneidade, pela presença maciça da imagem em detrimento da palavra (da comunicação textual), mas no campo da animação cinematográfica isso gera um paradoxo.

Historicamente a animação sempre deu mais atenção à imagem do que as palavras. Na era de ouro (décadas de 1930 e 1940), Walt Disney frequentemente fazia seus artistas prepararem os *storyboards*⁵ usando apenas imagens (sem legendas). O diálogo era só adicionado no fim do processo, quando determinavam quão poucas palavras eram necessárias para contar a história. Walt Disney era um fervoroso defensor da pantomima, podendo interpretar um personagem de acordo com os *storyboards* sem dizer uma palavra. Durante os anos 1940 e 1950, Hanna-Barbera produziu e ganhou sete Oscar pelos desenhos de “Tom & Jerry”, assim como Chuck Jones na Warner produziu a série do “Papa-Léguas” usando apenas um ocasional “beep-beep”.

Infelizmente a evolução da narrativa cinematográfica trouxe problemas nessa área. O historiador Charles Solomon (2006), em artigo escrito especialmente sobre este assunto para o *The New York Times*, comenta o distanciamento da comunicação pela imagem e o excesso de falas nos filmes mais recentes. Ele chama de “filmes – telefone celular” produções como “Madagascar” e “O Galinho Chicken Little”, porque seus personagens conversam sem parar, como se quisessem usar todo o tempo que ainda resta pelo serviço de uma operadora de telefonia celular. Segundo Solomon, o público não está sujeito a esta barreira de diálogos e piadas porque os personagens sempre têm algo a dizer, mas porque os cineastas e os executivos dos estúdios temem deixá-los quietos.

⁵ *Storyboard* é o projeto de uma sequência de cenas cinematográficas muito utilizado na publicidade, animação e em cinema em geral. Reserva as características de divisão de ação em quadros.



Figs. 1 e 2: *Madagascar* (produção da DreamWorks Animation) e *O Galinho Chicken Little* (produção Disney), ambos lançados em 2005

Em conversa com o documentarista Ted Thomas⁶ (filho de Frank Thomas, grande animador de Disney dos anos 1930 aos 1980) em novembro de 2005, ele discutiu o assunto do excesso dessa comunicação verbal. “Os filmes no passado funcionavam muito melhor usando a comunicação visual. Tecnicamente, isso forçava os animadores a se esforçarem mais na atuação dos personagens”, afirma.

Para Rhett Wickham, o histórico da comunicação essencialmente visual da animação foram as tiras (quadrinhos nos jornais). “Animação era realmente mais uma extensão das tiras dos jornais. O humor vinha de uma simples sequência de três quadros que foi ampliada para curtas-metragens de três minutos.” E isso foi sendo ampliado com os curtas de sete minutos, e depois os longas-metragens. A comunicação verbal era usada de modo equilibrado.

Charles Solomon em seu artigo chega a citar que a animação é frequentemente mais divertida, mais dramática e mais poderosa, quando as palavras não distraem o espectador das expressões e movimentos estilizados dos desenhos. Como exemplo, ele cita Mickey Mouse dançando com as vassouras em “Fantasia”, os sete anões chorando a morte de Branca de Neve e Pernalonga cavalgando como Brunhilde no curta da Warner, “What’s Opera, Doc?”.

⁶ Em encontro com o autor em 6 de novembro de 2005.



Figs. 3 e 4: “What’s Opera, Doc?” (Warner Bros. 1957) e “Fantasia” (Disney, 1940)

Esse excesso de diálogos é visto com preocupação por parte dos executivos dos estúdios, porque estes pensam que o público se sente roubado por ficar minutos sem ouvir uma palavra. Como visto na discussão sobre iconofagia, este é mais um problema da produção e do público ocidental, que se acostumou a fórmulas pré-digeridas. O silêncio na animação não está morto. No longa-metragem da própria Disney de 1998, “Mulan”, temos bons exemplos de cenas silenciosas que transmitem emoção ao público utilizando simplesmente os movimentos da animação para mostrar fortes emoções.

Na Europa, os britânicos do estúdio Aardman souberam dosar a pantomima quando produziram os filmes de “Wallace e Gromit”. Já o aclamado pela crítica “As Bicicletas de Belleville” de Sylvain Chomet foi produzido praticamente sem diálogo. A comunicação visual é tão forte, que os trechos falados em francês nem foram dublados quando o filme foi lançado nos EUA em 2004. Nesse aspecto, os orientais cultivam muito mais a essência clássica da imagem como fonte comunicativa da animação. O mestre da animação japonesa, Hayao Miyazaki, sabe dosar com muito equilíbrio o uso do diálogo, como podemos ver em “A Viagem de Chihiro” (2001) e “O Castelo Animado” (2004).

Atualmente, os estúdios parecem caminhar para o retorno do equilíbrio entre imagem e diálogo. A Disney teve uma experiência feliz com os segmentos animados de “Fantasia 2000”, utilizando apenas música como fundo, e alguns

curtas-metragens mostraram que é possível criar um bom filme sem poluir a história com falas. Esse excesso de diálogos cria uma sedação, capaz de fazer o espectador esquecer muito do que viu após algum tempo tendo assistido ao filme.

Tradicional, “tradigital” e digital

Outra discussão é a popularização da técnica de animação CGI⁷, ou simplesmente animação computadorizada, sobre a animação tradicional⁸. As imagens produzidas no computador geraram uma grande fascinação no público, não só pela complexidade que podia alcançar, como também pelas ferramentas que poderiam fazer com que qualquer um pudesse produzir animação. A transformação da técnica também tem relação com a velocidade e a percepção do público. O animador Daniel Messias comentou⁹ sobre a arrancada do CGI dizendo que “até o fim da década de 1980, a animação brasileira se restringia à produção voltada para a publicidade na televisão. Nenhum estúdio conseguia sobreviver sem fazer publicidade. O computador e, logo em seguida, a TV a cabo, mudaram muito essa realidade”.

Sobre o computador, Messias cita que revolucionou a técnica, alterou a relação custo/benefício e estabeleceu novos prazos de produção. Além disso, democratizou o acesso à nova tecnologia devido aos custos relativamente baixos das ferramentas empregadas. Sobre o fascínio, disse que “muito mais pessoas descobriram na animação um universo fantástico para a realização de suas fantasias criativas. A TV a cabo, por sua vez, é um atraente mercado alternativo tanto para publicidade quando à produção de curtas ou séries”.

Como vimos anteriormente, a reprodução das fórmulas foi um dos principais motivos pela saturação do mercado de animação. Um elemento novo, que fez ressurgir o grande interesse pelos filmes foi a animação computadorizada. O tremendo impacto de “Toy Story”, lançado pela Disney/Pixar em 1995, fez com que a indústria apontasse o CGI como a técnica do futuro. Os filmes tradicionais, em sua maioria, foram fracassando ou tendo ganhos menores com o passar dos anos. Boa parte da culpa foi pelas péssimas ideias e roteiros aprovados, mas o público e imprensa de algum modo começaram a ver a animação computadorizada como o pivô da mudança de gosto.

Para Rhett Wickham, isso é mais uma artimanha de Hollywood para manipular gostos e lucrar mais. Ele comentou que “Brad Bird¹⁰ gosta de dizer sempre que Hollywood é como um tubarão idiota. Ele vai aonde o sangue está. Se na semana que vem, o grande sucesso for um filme sobre um assalto, então no próximo ano veremos mais filmes sobre criminosos. Ele também cita o

⁷ CGI (Computed Generated Imagery): animação gerada no computador. O mesmo que CG.

⁸ Tradicional: animação clássica com desenhos feitos à mão. Animação em massinha, claymation, também é considerada tradicional.

⁹ Em entrevista ao autor por e-mail em 31 de maio de 2004.

¹⁰ Brad Bird, diretor de filmes como “O Gigante de Ferro” e “Os Incríveis”.

problema por parte do público: “O público se comporta de modo semelhante. Eles têm uma consciência coletiva que responde ao que é pedido para fazer, como ouvir críticos sem formar suas próprias opiniões”. Dessa forma, Rhett questiona o papel da crítica que simplesmente atende a interesses maiores. Ele concluiu afirmando que “muito raro um filme sobrevive baseado somente no boca-a-boca”. O crítico de cinema, Leonard Maltin¹¹, também tem opinião similar.

Não entendo porque a imprensa foi tão rápida em se apegar ao CGI, culpando a animação tradicional por tudo que é errado na indústria. A situação pode mudar visto que um grande grupo de filmes CG será lançado este ano, e nem todos eles podem ter sucesso. Isso pouco tem a ver com a mídia, mas com a mensagem. As pessoas espertas que trabalham com CGI são os primeiros a entender isso. John Lasseter¹² frequentemente diz que os filmes são baseados em histórias e personagens fortes. Mas muitas pessoas não escutam (Maltin, em entrevista ao autor em 2006).

Essa noção de indústria manipulando o público legitimando uma “afirmação”, pode ser notada quando Jeffrey Katzenberg ao lançar o filme “Spirit: O Corcel Indomável” citou na imprensa que o filme na verdade foi produzido utilizando a técnica “tradigital”, misturando elementos tradicionais e digitais. Como a produção dos filmes geralmente é longa, e seu estúdio ainda tinha este para lançar, esse novo termo foi encarado com ironia por parte da indústria, visto que já se propagava que “o digital era o futuro”.

Como um tubarão idiota, Hollywood terá que inventar uma nova desculpa quando esses filmes computadorizados começarem a fracassar.

Conclusão

Diversas problemáticas interferem na produção e na recepção dos filmes de animação. Como uma vez comentou Floyd Norman, veterano da indústria de animação, vivemos situações cíclicas. O que é ruim hoje pode ser bom amanhã, e vice-versa. Mas o importante foi descobrir que realmente há obstáculos que atrapalham no processo da comunicação.

Por parte da imprensa, também englobando a brasileira, é necessário rever conceitos. Analisando matérias sobre cinema, é possível observar certa redundância no conteúdo. Não se questiona se tal afirmação é correta ou não, apenas em casos excepcionais. Em geral, utilizam-se informações publicadas pela imprensa norte-americana para legitimar a publicação da informação em outros países.

O crítico Leonard Maltin, assim como outros entrevistados, apontaram o problema da “consciência coletiva”. O público é condicionado a digerir certo conteúdo, a imprensa também é condicionada a publicar certas informações, e a indústria é condicionada sempre a produzir o que é sucesso no momento.

¹¹ Em entrevista ao autor em 16 de abril de 2006.

¹² John Lasseter – diretor de filmes como “Toy Story”, “Toy Story 2” e “Carros”.

Referências

- ADORNO, Theodor W. *Conferência sobre lírica e sociedade*. Os Pensadores. São Paulo: Abril. Vol. 4, 1978.
- BAITELLO Jr., Norval. *O Animal que parou os relógios*. São Paulo: Annablume, 1999.
- _____. *A era da Iconofagia*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. *Para uma econômica política do signo*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, Arte e Política*. 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BARRIER, Mike J. *Hollywood Cartoons: American Animation in Its Golden Age*. New York: Oxford University Press, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *Sociologia* / org. [da coletânea] Renato Ortiz. São Paulo: Ática, 1983.
- CANEMAKER, John. *Before the Animation begins*. New York: Hyperion Press, 1996.
- _____. *Walt Disney's Nine Old Men and the Art of Animation*. New York: Hyperion Press, 1999.
- ELIAS, Norbert. *Sobre o Tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998
- GHEZ, Didier (org). *Walt's People, Talking Disney with the Artists who knew him*. EUA: Xlibris, 2006
- MALTIN, Leonard. *Of Mice and Magic*. New York: Plume Press, 1987.
- PROSS, Harry. *Estrutura Simbólica do Poder*. Barcelona: G. Gili, 1980
- ROMANO, Vicente. *Presente e Futuro Imediato das Telecomunicações* (v. 13, nº3), 1998.
- _____. *Ordem Cultural e ordem natural do Tempo*, 2002.
- VIRILIO, Paul. *Velocidade e Política*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

Publicações em jornais

- WLOSZCZYNA, Susan. The 'Spirit' of 'tradigital' animation. *Usa Today* – publicado em 22/05/2002.
- SOLOMON, Charles, “Pipe Down, we’re trying to watch a cartoon” – *The New York Times* – publicado em 10/05/2006

Websites

<http://www.animation-animagic.com> – Animation Animagic