

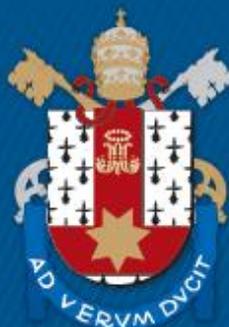
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL – PPGCOM
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: PRÁTICAS E CULTURAS DA COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: CULTURA E TECNOLOGIAS DAS IMAGENS E DOS IMAGINÁRIOS

FABIANO LEANDRO PANDOLFI

MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO
UM ESTUDO SOBRE TRANSFORMAÇÕES NOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO E NAS
DINÂMICAS DO MERCADO

Porto Alegre
2021

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – PUCRS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL – PPGCOM
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: PRÁTICAS E CULTURAS DA COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: CULTURA E TECNOLOGIAS DAS IMAGENS E DOS
IMAGINÁRIOS

FABIANO LEANDRO PANDOLFI

**MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO:
UM ESTUDO SOBRE TRANSFORMAÇÕES NOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO E
NAS DINÂMICAS DO MERCADO**

Porto Alegre

2021

FABIANO LEANDRO PANDOLFI

**MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO:
UM ESTUDO SOBRE TRANSFORMAÇÕES NOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO E NAS
DINÂMICAS DO MERCADO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design (FAMECOS) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva
Laboratório de Pesquisas Audiovisuais, LaPav, PPGCOM-TECNA

Porto Alegre

2021

Ficha Catalográfica

P189m Pandolfi, Fabiano Leandro

Mediações tecnológicas no cinema brasileiro de animação : um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado / Fabiano Leandro Pandolfi. – 2021.

196 f.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva.

1. Desenhos Animados. 2. Êxodo Digital. 3. Produção Brasileira de Animação. 4. Indústria Audiovisual. 5. Mediações Tecnológicas Digitais. I. Silva, João Guilherme Barone Reis e. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bibliotecária responsável: Clarissa Jesinska Selbach CRB-10/2051

"Os animadores têm o poder de moldar a personalidade de uma nova geração."

Gabriel Garcia, CEO Hype Animation

AGRADECIMENTOS

Por mais que o processo de estudo e de escrita pareça uma jornada solitária, inúmeras pessoas batalharam junto e sem o suporte delas, não teria sido capaz de vencer este desafio. Aos meus eternos mestres, meus heróis, a minha gratidão:

As minhas primeiras mestras acadêmicas - Marta, Carla e Aletéia que, ainda durante minha graduação, foram instigando em mim, o caminho acadêmico;

Ao Otto Guerra e José Maia, meus primeiros mestres no mundo da animação. Devo muito dos meus conhecimentos técnicos e das histórias "secretas" do meio a eles;

Ao grupo *Animatop* onde floresceram muitos debates que iluminaram esta pesquisa;

Ao meu *shifu* Milton, que através da prática das artes marciais, ajudou a me preparar física e mentalmente para os desafios de longo tempo de escrita. Me ensinou a respirar e encarar os problemas com serenidade;

Ao pessoal da *Hype Animation*, em especial ao Gabriel Garcia e Guilherme Piccinini, que permitiram que, durante dois anos, eu me ausentasse duas, três ou até mais vezes por semana da agitada produção das séries, para poder cumprir minhas obrigações acadêmicas;

Aos meus entrevistados, que, em igual proporção, dedicaram seu tempo e abriram seu coração para deixar a pesquisa tão rica;

Ao programa de bolsas da PROSUC/Capes modalidade II, por acreditar no meu potencial, pois, sem esse aporte, esta pesquisa não existiria;

Aos colegas de curso, pelas trocas, pelos cafezinhos e pelo suporte emocional, mesmo em tempos de pandemia;

A todos os professores do PPGCOM PUCRS, um pouco dos ensinamentos de cada um está impresso nas páginas deste texto;

Aos professores da banca desta pesquisa, Prof. Dr. Roberto Tietzmann e Prof^ª. Dr^ª. Vanessa Amalia Dalpizol Valiati por todas as orientações e acolhimento;

Ao meu orientador, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva por todas as conversas e pela disponibilidade, principalmente pelo esforço hercúleo em cadastrar toda a documentação para avaliação do comitê de ética. Sabemos o quanto isso foi mais desafiador do que parece ser;

Aos meus pais, Clóvis e Evani, pelo dom da vida, e por me ensinarem os valores que fazem de mim quem sou hoje;

Aos meus irmãos, Clóvis Ricardo e Tanise pelo incentivo. Em especial à minha irmã Tanise, que foi a única pessoa que realmente acreditou que era possível vencer trabalhando com

animação no Brasil. Siga seu sonho, você um dia, vai trabalhar para a Disney, ela já me dizia quando tinha 7 ou 8 anos de idade. Ela estava certa;

À Thais, companheira espetacular, que sempre apoiou minhas decisões malucas. Foi suporte e porto seguro, sem a sua força e serenidade frente aos desafios, não teria conseguido;

E ao Ângelo, filho amado, que durante seus 6 e 7 anos me presenteou com muito carinho e amor e precisou abdicar (mesmo que a contragosto) de muitas horas de brincadeiras com o pai, para que ele pudesse realizar seus estudos. A ele, dedico este trabalho.

GLOSSÁRIO

12 princípios da animação: Elaborados em 1940 pelos primeiros animadores da Disney (os nove anciões), os 12 princípios da animação são técnicas desenvolvidas para produzir animações mais convincentes. Apresentado pelos animadores Frank Thomas e Ollie Johnston no livro *The Illusion of Life: Disney Animation* (1981), os 12 princípios buscam emular, na animação, as leis básicas da física, do design e da composição fotográfica e são utilizados até hoje pela maior parte dos estúdios de animação. São eles: Comprimir e esticar; Antecipação; Encenação; Animação direta ou pose-a-pose; Sobreposição e continuidade da ação; Aceleração e desaceleração; Movimento em arcos; Ação secundária; *Timing*; Exagero; Desenho volumétrico; Carisma.

After Effects: *Software* da empresa americana Adobe, é dedicado à composição de imagens, animações e efeitos visuais.

Animação/Desenho animado: A palavra animação provém do latino *anima*, que significa *alma* ou *sopro vital*. Assim como nos filmes capturados em imagem real, a animação consiste essencialmente em uma sucessão de imagens sequenciais exibidas em um anteparo a determinada velocidade, causando a ilusão de movimento. Mas diferentemente aos filmes, cuja captura da ação é feita em tempo real, na animação cada *frame* da ação é trabalhado individualmente e de forma artesanal (seja desenhando, modelando, pintando ou manipulando cada *frame*) a fim de criar uma sequência lógica que dá a impressão de movimento. Inicialmente, esses fotogramas eram desenhados em folhas de papel ou rolos de tecido e, por isso, comumente nos referimos de modo genérico à animação como *desenho animado*, mesmo que hoje existam várias técnicas de animação que não passem necessariamente pelo processo de desenhar. Para o objetivo deste trabalho, os termos *desenho animado*, *animação* e *cinema de animação* serão considerados equivalentes, cujo significado é relativo ao que está presente neste glossário.

Animação 3D: Tipo de animação feita exclusivamente através de interfaces computacionais, obtendo gráficos que simulam ambientes tridimensionais.

Animatrônico: É um dispositivo robótico desenvolvido com o objetivo de simular alguma criatura, seja ela real ou não (sejam humanos, dinossauros, personagens fantásticos etc), buscando traduzir com fidelidade as características estéticas, de movimento, e de

comportamento da criatura imitada. Normalmente empregados como forma de entretenimento em parques temáticos ou como *props* para efeitos especiais cinematográficos.

Bias: Pode ser traduzido por “ênfase” ou “tendência”.

Blockbuster: Literalmente, “arrasa-quarteirão”. Modo usual de se referir a filmes de grande sucesso de público.

Boom: Onomatopeia que simula o som de uma explosão, geralmente empregado como indicador de expansões rápidas de algum sistema ou grupo. Esse termo ficou popular ao ser utilizado para nomear a geração de bebês nascida no pós-Segunda Guerra Mundial, o “*baby-boom*”.

Computer Generated Imagery (CGI) ou Computação Gráfica: Área da ciência da computação que trabalha a geração, manipulação e interpretação de imagens. O termo é definido pelo processo de produzir imagens sintéticas a partir da descrição simbólica de uma cena, através de um conjunto de elementos gráficos (pontos, linhas, arestas, áreas) que representam objetos, posição, movimento, aparência, iluminação etc. A computação gráfica pode ser dividida em três subcampos principais: *síntese*, *análise* e *processamento* de imagens. A *síntese de imagens* trata da produção de imagens sintéticas a partir da descrição matemática dos objetos. Essas imagens, geradas oriundas da modelagem dos dados, constituem uma representação visual que tentam ou não reproduzir a realidade, podendo ser bi ou tri dimensionais e que podem ser visualizadas em algum dispositivo como, por exemplo, terminais de vídeos, impressoras etc. A *análise de imagens* busca obter a especificação dos componentes de uma imagem a partir de sua representação visual, ou seja, através da informação pictórica da imagem (a própria imagem) produz-se uma informação não visual de forma a facilitar o entendimento e/ou obter algum dado relevante da imagem. O *processamento de imagens* abrange a pesquisa de técnicas para realizar a manipulação de imagens, tais como ajustes de cor, brilho, contrastes, aplicações de filtros, entre outros. O processo parte de imagens já prontas para serem visualizadas, mas que são transferidas para o computador para serem manipuladas visando diferentes objetivos.

Coordenadas cartesianas: Ou “plano cartesiano” é um sistema utilizado para especificar pontos e determinar localizações ou posições dentro de determinado “espaço” ou superfície. Ele é aplicado a diversas áreas do conhecimento, e, na matemática, é muito importante para os conteúdos de funções, geometria analítica, polinômios e todos aqueles assuntos que envolvem a construção de gráficos.

Curta-metragem: O termo deriva do vocábulo francês *court-métrage*, faz referência a um filme de curta duração. Não existe nenhuma definição internacional precisa sobre a sua duração embora, de um modo geral, se aceite que um filme que dure trinta minutos ou menos seja um curta-metragem. De acordo com a Ancine, no entanto, um curta-metragem possui duração igual ou inferior a quinze minutos.

Crunch time: Momento no final de um projeto, o qual demanda muitas horas extras e esforços adicionais da equipe para que o prazo seja cumprido e o produto entregue.

Deadline: prazo final para a entrega de um projeto.

Demo: Abreviação do termo *demonstration* (demonstração).

Downgrade: Ação profissional de recuo na escala hierárquica (posição) que um indivíduo ocupa numa empresa. Passar de gerente a supervisor, por exemplo. Movimento feito algumas vezes de forma estratégica, com a intenção de entrar em mercado ou empresa mais promissoras profissionalmente.

Ficha de animação: Muito utilizada na era analógica da animação, a ficha de animação era um guia para o animador, que indicava a cada frame, aspectos importantes para a criação da cena animada, como as ações físicas do personagem, expressões faciais e até mesmo, qual fonema ele estava articulando vocalmente. Na era digital, uma vez que as vozes dos personagens já estão incorporadas nos arquivos que serão animados, essa ficha perdeu relevância.

Flipar: O ato mecânico de passar rapidamente as folhas com imagens animadas desenhadas. Dessa forma, há a ilusão de movimento e o animador pode fazer checagens rápidas para ver se sua animação está funcionando de acordo.

Foley: São os efeitos sonoros adicionados a um filme durante a etapa de pós-produção. É a criação artificial (e geralmente em estúdio) de sons como passos, motores, portas, pancadas, vidro quebrando, roupas entre centenas de outros. Em 1920, o legado de Joey Foley fez com que esse método de adição de som ao filme, levasse seu nome.

Fotolito: Filme transparente que serve como matriz para impressão de qualquer material gráfico.

Frame: Fotograma; Quadro. Menor módulo individual que compõe um filme.

Framerate/Cadência: Taxa de quadros exposta por segundo de projeção, ou seja, a medida do número de imagens ou quadros individuais que um determinado dispositivo óptico ou

eletrônico processa e exibe por unidade de tempo. No cinema convencional, são capturados 24 quadros a cada segundo. Para as animações, geralmente são utilizados *framerates* menores para a sua produção (a fim de diminuir o tempo e custo de produção) podendo ser de 12fps ou mesmo 8fps. No entanto, para a exibição, a animação segue utilizando o padrão de 24fps, repetindo duas ou três vezes consecutivas o mesmo *frame*. Deste modo, temos, no campo da animação, as expressões “*on ones*” (24 frames desenhados para a projeção a 24fps), “*on twos*” (12 frames desenhados para a projeção a 24fps) e “*on threes*” (8 frames desenhados para a projeção a 24fps).

Freelancer: Conhecido popularmente no Brasil por expressões como “freela” ou “frila”, é o termo inglês para denominar o profissional autônomo que se autoemprega em diferentes empresas ou, ainda, guia seus trabalhos por projetos, captando e atendendo seus clientes de forma independente. É um modelo de trabalho comum no mercado de tradutores, relações públicas, jornalismo, design, propaganda, tecnologia da informação, música e animação, para citar alguns. A expressão, literalmente traduzida como “lanceiro livre”, deriva dos cavaleiros medievais mercenários, que se colocavam a serviço dos nobres que lhes pagassem mais para guerrear. Ela apareceu pela primeira vez no livro “Ivanhoé” (1819), de Sir Walter Scott.

Fordismo: O Fordismo recebeu este nome em homenagem ao seu criador, Henry Ford. Este instalou a primeira linha de produção semiautomatizada de automóveis no ano de 1914. É um modo de produção em massa baseado em linha de produção, fundamental para a racionalização do processo produtivo, na fabricação de baixo custo e na acumulação de capital.

Full animation: É o termo utilizado para as animações cujos elementos e personagens são trabalhados a cada frame, buscando, em geral, extrair o máximo da representação cênica através da aplicação plena dos 12 princípios da animação criados nos Estúdios Disney, grande empregadora deste estilo em seus longas-metragens. A animação em *full animation* tende a gerar um movimento mais suave e natural, causando a impressão de “realismo”.

Gig Economy: Também conhecida como “*Freelance Economy*”, “Economia sob demanda” ou “*1099 Economy*”, é o ambiente ou o mercado de trabalho que compreende, de um lado, trabalhadores temporários e sem vínculo empregatício (freelancers, autônomos) e, de outro, empresas que contratam estes trabalhadores independentes, para serviços pontuais, e ficam isentas de regras como número de horas trabalhadas (o chamado “horário comercial”). O termo não é novo, mas se tornou tendência mundial na era digital, impulsionado por empresas como Uber e Amazon. “Na *Gig Economy* não costuma haver qualquer tipo de benefício ou direito

trabalhista. Terminado o objeto do contrato ou o projeto, a relação entre empresa e empregado chega ao fim.”

Glocal: É a soma dos termos global e local, isto é, atividades que associam características locais de cultura com as propriedades globais de trabalho em rede, tendo em vista a criação de um produto universal, que agrade a várias culturas, mas que ao mesmo tempo, tenha peculiaridades locais, que fujam da mesmice, instigando curiosidade e, portanto, a audiência.

Green Light: Do Inglês, sinal verde, é a autorização para o início de uma produção audiovisual.

In house: Trabalhos que são feitos dentro da própria empresa ou organização, pelo seu próprio quadro de funcionários.

Insight: Sinônimo em inglês para ideia, conhecimento, “estalo criativo”.

Know how: Conhecimento, expertise. O modo correto de se fazer algo.

Lâmina de acetato: Patenteado por Earl Hurd em dezembro de 1914, é um material translúcido e transparente na qual são arte-finalizados e pintados os desenhos anteriormente esboçados em papel pelos animadores.

Layout: Etapa da produção de animação responsável pela organização dos cenários e disposição dos elementos (personagens, *props*) onde a ação animada acontece. O *layout* é equivalente à direção de fotografia e cenografia de uma produção em imagem real, e tem como premissa fundamental, contar uma história visualmente, guiando o olhar do espectador através do emprego das regras de fotografia e composição.

Live action: Filmagens em “imagem real”, com atores.

Logging: extração, seleção.

Longa-metragem: No Brasil, de acordo com as normas da Ancine, trata-se de uma obra cinematográfica com duração de pelo menos setenta minutos. Em outros países, o tempo mínimo pode ser diferente. Nos Estados Unidos, a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas e o *American Film Institute* definem um longa pela duração de 40 minutos ou mais. Porém, a *Screen Actors Guild* exige um mínimo de 80 minutos. No Reino Unido, o *British Film Institute* segue o padrão da Academia e do AFI. A legislação da França define *long-métrage* como um filme no formato 35mm com pelo menos 1.600 metros, o que equivale a 58 minutos e 29 segundos de projeção.

Mainstream: é um conceito que expressa uma tendência ou moda principal e dominante. A tradução literal de *mainstream* é “corrente principal” ou “fluxo principal”. Um conteúdo *mainstream* é considerado comercial e obtém uma grande divulgação por parte dos meios de comunicação. Seu oposto é o *underground*.

Matriz: De acordo com Barone (2005), é a primeira cópia de uma peça audiovisual, obtida após o término da pós-produção, a partir da qual serão geradas todas as demais cópias e formatos solicitados.

Nine Old Men ou “Os nove anciões”: Era assim que Walt Disney chamava, em 1950, seu time de animadores mais experientes. Eles trabalharam nos primeiros longas da produtora e são responsáveis por criar muitas das regras e técnicas para uma animação de excelência, como por exemplo, “os 12 princípios da animação” que, se bem aplicadas, resultavam naquilo que Disney chamava de “ilusão da vida”. Eles eram Frank Thomas, Ollie Johnston, John Lounsbery, Marc Davis, Ward Kimball, Woolie Reitherman, Les Clark, Eric Larson e Milt Kahl. Ollie Johnston foi o último dos nine old men ainda vivos, falecendo em 2008 por causas naturais.

Obturador: É um anteparo mecânico, presente nas câmeras fotográficas e nos projetores de cinema, cuja função é basicamente controlar a entrada de luz. Nos projetores cinematográficos, o obturador é um semicírculo que gira continuamente sobre um eixo central, bloqueando a luminosidade durante a passagem entre os frames. O obturador é o mecanismo responsável pela sensação de movimento contínuo nos filmes, sem ele, as imagens cinematográficas seriam um “borrão”.

Offshoring: Transferência das atividades e dos empregos para o exterior (muitas vezes para países emergentes, onde a mão de obra é menos cara). A estratégia de *offshoring* é controversa no sentido em que levanta questões ao nível da ética e da moral. É frequente ver referido como desvantagem o impacto social que a deslocação da atividade industrial de uma empresa provoca no meio em que estava inserida.

Outsourcing: É a utilização estratégica, por parte de uma empresa, de mão de obra e profissionais advindos de fontes externas (geralmente internacionais) para a realização das mesmas atividades fins da empresa contratante.

Overtime: Hora extra.

Pencil Test: Teste prévio de um trecho da animação, feito a partir do esboço original a lápis, para conferência da qualidade da animação, antes da etapa de arte finalização e pintura em acetato.

Pipeline: Termo originário do inglês, cujo significado é duto; tubulação. É a organização da logística para que a produção aconteça. Tarefa encabeçada pelo coordenador de produção, indica quem faz o quê, em quanto tempo, de quem recebe o material para o início da sua tarefa e a quem entrega sua etapa concluída.

Pitching: A forma como se apresenta uma ideia de um projeto ou de uma sequência fílmica aos produtores e diretores de um projeto.

Prop: Termo em inglês para objetos cênicos.

Retake: O ato de fazer novamente uma cena não aprovada pelos diretores ou supervisores do projeto.

Rigging: São como “esqueletos” criados para permitir a movimentação e a correta articulação dos membros de personagens animados. Podem ser aplicados em personagens tanto bidimensionais, quanto em tridimensionais, desde que sua interface de animação seja digital.

Série e Seriado: Ambos apresentam universos e personagens cujas narrativas são divididas em temporadas. A formatação mais comum é a de 22 episódios com duração de 40 minutos cada. A série trata de uma narrativa única, de longa duração. Para compreender a história, é necessário assistir ao menos a maior parte dos episódios, na sequência correta. Os seriados, por sua vez, não necessitam dessa continuidade. Podemos assistir a episódios soltos, em ordem totalmente aleatória sem prejuízo para o entendimento da narrativa.

Stopmotion: Ao invés de desenhos bidimensionais ou simulações em computação gráfica, na técnica de *stopmotion* são empregados modelos e objetos físicos (reais) para a criação da ilusão de movimento. Esses objetos podem ser feitos de qualquer material, contanto que sua manipulação seja feita de forma manual e que cada *frame* seja trabalhado individualmente (portanto, animatrônicos e marionetes não podem ser considerados *stopmotion*). O material mais comum para a criação desse tipo de animação é o *clay* (massinha). A descoberta desta técnica ocorreu por acaso, quando gravando uma cena externa, o produtor francês George Méliès teve seu filme travado por alguns instantes dentro da máquina. Quando voltou a filmar, os figurantes já estavam em posições muito distintas. O resultado foi um filme onde os carros

e as pessoas desapareciam de um local e reapareciam em outro, assustando quem quer que o assistisse.

Storytelling: Contação de histórias, narrativa.

Streaming: É assim denominada a transferência de dados via redes digitais, cujo objetivo é enviar informações multimídia num fluxo contínuo, dos servidores para os clientes. *Stream* quer dizer “correnteza” pois a lógica de seu funcionamento é análoga a uma corrente de um rio que leva, sem interrupções, a água (dados) da nascente (servidor) até a foz (equipamento do cliente). Por serem transmitidos em *buffering* (transferências de pré-carregamento feitas por meio de blocos de dados), o conteúdo pode ser assistido antes que um *download* completo seja realizado, tornando possível sua visualização em tempo real.

Technicolor: É uma marca norte-americana pertencente a *Technicolor Motion Picture Corporation* cuja expertise consistia na coloração dos filmes. Seu primeiro processo foi criado em 1916 e demandava a utilização de múltiplas películas simultâneas, cada uma responsável por absorver um espectro de luz. Sua utilização, embora exigisse aparatos técnicos complicados, seguiu até a década de 1970.

Timing: Um dos 12 princípios clássicos da animação, que trata da construção do movimento em relação ao tempo, através da conversão de uma ação em *frames*. Por exemplo, eu levo cerca de 4 segundos para pegar uma xícara de café e levá-la a boca (para além do movimento mecânico dessa ação, esse tempo também depende do meu humor, mas essa é outra discussão). Então, devo converter esses 4 segundos em frames, através de uma conta matemática simples. Caso esteja animando a 12fps, precisarei criar 48 desenhos diferentes para tomar meu café na cena.

Truca: Como era conhecido no Brasil, o *optical printer*, equipamento responsável por realizar efeitos de trucagem analógicos e, muitas vezes, a montagem de películas cinematográficas.

Turnover: Termo que indica a taxa de rotatividade dos funcionários em uma empresa, isto é, o número de funcionários que saem de uma organização durante um período de tempo especificado. Isso revela a capacidade de uma empresa em reter seus colaboradores e em ser atrativa para tanto eles quanto para os consumidores.

Underground: Sua tradução literal significa “subterrâneo”, e é referenciado às expressões culturais que fogem dos padrões “normais” ditados pela sociedade. O *underground* não segue modismos e nem padrões comerciais, e, por isso, não está na mídia. Esse termo foi abrigado

como “udigrudi”, e é utilizado para designar a contracultura brasileira dos anos 1970 e 1980. Seu oposto é o *mainstream*.

Video on Demand: Ou em português, “vídeo sob demanda”, é a possibilidade dada ao espectador de ter a escolha do que e quando assistir, dentre a grade de programas disponíveis através de uma plataforma de conteúdo e em sua maior parte, distribuídos via tecnologia de *streaming*. A popularização do *video on demand* se deu pelo acesso cada vez mais amplo à internet de alta velocidade e pela multiplicidade de dispositivos eletrônicos conectados a ela.

Wireframe: Ou aramado, é uma representação visual de um objeto físico tridimensional (3D) usado em computação gráfica. Ele é criado especificando cada aresta do objeto físico onde duas superfícies lisas matematicamente contínuas se encontram ou conectando os vértices constituintes de um objeto usando linhas. O objeto é projetado no espaço da tela e renderizado desenhando linhas no local de cada borda, formando uma estrutura poligonal esquemática.

Workflow: Ou fluxo de trabalho, é a sequência de passos necessários para se automatizar os processos de negócio, de acordo com um conjunto de regras definidas, permitindo que sejam transmitidos de uma pessoa para outra.

RESUMO

Esta dissertação¹ apresenta um estudo sobre os possíveis efeitos das mediações tecnológicas digitais no cinema brasileiro de animação, recortando transformações no mercado de trabalho, com impactos nos modelos de produção, bem como os desdobramentos ocasionados nas dinâmicas entre seus agentes e estruturas. Os questionamentos que permeiam este estudo partiram de observações empíricas do campo, cujas evidências levaram a constatação de que as mesmas tecnologias de conectividade que aceleraram e otimizaram as produções nos primeiros vinte anos do século XXI, passaram a servir também como condutoras da evasão dos profissionais dos estúdios brasileiros. Surge, entretanto, um novo cenário, no qual, para além dos profissionais que decidem morar no exterior para trabalhar localmente nos estúdios, está a possibilidade de dispensar a necessidade do deslocamento físico, num movimento que pode ser entendido como um tipo de *êxodo digital*. A fim de escrutinar esta indústria de animação contemporânea e conectada, optou-se por uma investigação qualitativa de caráter exploratório, com uma abordagem multimetodológica, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental, a coleta de informações, através de questionários e de depoimentos por entrevistas semiestruturadas. O conceito de mediações tecnológicas, que sustenta essa abordagem, foi desenvolvido com base no pensamento original de Harold Innis (2008), no qual as tecnologias de comunicação e suas formas de uso são definidoras de determinados comportamentos e práticas culturais (com interseções sociais e econômicas), de uma sociedade ou civilização. As referências teóricas adotadas incluem autores que tratam das novas economias em rede, como Manuel Castells, Mark Deuze e Frédéric Martel, bem como textos de profissionais com atuação no mercado de animação, como Ed Catmull e Alberto Lucena Jr. Os resultados da pesquisa contribuem para ampliar o conhecimento sobre o perfil do profissional de animação brasileiro, formado basicamente por jovens conectados digitalmente, que embora desejem trabalhar em produções nacionais, acabam oferecendo sua força de trabalho internacionalmente, devido principalmente às condições adversas encontradas nas estruturas de produção de animação brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Desenhos Animados. Êxodo Digital. Produção Brasileira de Animação. Indústria Audiovisual. Mediações Tecnológicas Digitais.

¹ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

ABSTRACT

This dissertation² presents a study on the possible effects of the digital technological mediations in Brazilian animation cinema, cutting out transformations in the labor market, with impacts on production models, as well as the consequences caused by the dynamics between its agents and structures. The questions that permeate this study came from empirical observations in the field, whose evidence led to the observation that the same connectivity technologies that accelerated and optimized productions in the first twenty years of the 21st century, also began to serve as drivers of the evasion of professionals from Brazilian studios. However, a new scenario arises, in which, in addition to the professionals who decide to live abroad to work locally in the studios, there is the possibility of dispensing with the need for physical displacement, in a movement that can be understood as a type of *digital exodus*. In order to scrutinize this contemporary and connected animation industry, it was opted for a qualitative investigation of an exploratory nature, with a multimethodological approach, using empirical observation, bibliographical survey, document analysis, data collection as data collection techniques, information, through questionnaires and testimonies through semi-structured interviews. The concept of technological mediations, which supports this approach, was developed based on the original thought of Harold Innis (2008), in which communication technologies and their forms of use are definers of certain cultural behaviors and practices (with social and economic intersections), of a society or civilization. The theoretical references adopted include authors dealing with new networked economies, such as Manuel Castells, Mark Deuze and Frédéric Martel, as well as texts by professionals working in the animation market, such as Ed Catmull and Alberto Lucena Jr. The research results contribute to expand knowledge about the profile of the Brazilian animation professional, formed basically by young people digitally connected, who although they wish to work in national productions, end up offering their workforce internationally, mainly due to the adverse conditions found in the structures of Brazilian animation production.

KEYWORDS: Cartoons. Digital Exodus. Brazilian Animation Production. Audiovisual Industry. Digital Technological Mediations.

² This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABCA:** Associação Brasileira de Cinema de Animação
- AFI:** *American Film Institute*
- ANCINE:** Agência Nacional do Cinema
- BRAVI:** Brasil Audiovisual Independente
- GCI:** *Computer Generated Images*
- GPN:** *Global Production Network*
- CLT:** Consolidação das Leis do Trabalho
- FPS:** *Frames por segundo*
- FSA:** Fundo Setorial do Audiovisual
- ILM:** *Industrial Light & Magic*
- ME:** Micro Empresa
- MEI:** Micro Empresa Individual
- MIFA:** Mercado Internacional dos Filmes de Animação
- MIT:** *Massachussets Institut of Technology*
- OCA:** Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (ANCINE)
- PIB:** Produto Interno Bruto
- RFI:** Rádio França Internacional
- SEBRAE:** Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- UNA:** União Nacional dos Animadores
- U.P.A.:** *United Pictures of America*
- VoD:** *Video on Demand*
- VFX:** *Visual Effects* (Efeitos Especiais Visuais)

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Frames animados por Les Clark para o curta <i>The Country Cousin</i> (Primo da Roça, 1936), dirigido por Wilfred Jackson para os Estúdios.....	37
FIGURA 2: Distribuição das produtoras de animação no Brasil.....	39
FIGURA 3: Zootroscópio com tiras animadas intercambiáveis.....	42
FIGURA 4: Charles-Émile Reynaud e o <i>Théâtre Optique</i>	43
FIGURA 5: Pinagem padrão ACME e comparativo com outros padrões de pinagem.....	45
FIGURA 6: Esquema de animação com acetato.....	46
FIGURA 7: A câmera multiplanos de Walt Disney.....	48
FIGURA 8: Greve dos Estúdios Disney em 1941. O famoso animador Chuck Jones leva uma guilhotina com um boneco do advogado de Disney, Gunther Lessing.....	49
FIGURA 9: Sistema de "desmembramento" de personagem criado por Hanna-Barbera. Questões de <i>design</i> como golas e barbas por fazer eram cruciais para a otimização desse processo.....	50
FIGURA 10: Trecho do filme <i>Futureworld</i> , de 1976.....	54
FIGURA 11: Walt Disney avaliando o <i>storyboard</i> de Pinocchio (1940).....	66
FIGURA 12: Tela de apresentação do questionário <i>online</i>	95

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Valores de remuneração para os animadores.....	107
--	-----

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: <i>Workflow</i> de uma produção em animação.....	64
GRÁFICO 2: Pergunta 4 do questionário <i>online</i>	98
GRÁFICO 3: Pergunta 5 do questionário <i>online</i>	101
GRÁFICO 4: Pergunta 1 do questionário <i>online</i>	102
GRÁFICO 5: Regimes de salário para os animadores.....	108
GRÁFICO 6: Pergunta 8 do questionário <i>online</i>	112
GRÁFICO 7: Pergunta 11 do questionário <i>online</i>	115
GRÁFICO 8: Pergunta 6 do questionário <i>online</i>	127

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	24
1 O CAMPO DAS TECNOLOGIAS E O CINEMA DE ANIMAÇÃO	36
1.1 ESPAÇO E TEMPO, MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA DE ANIMAÇÃO	39
1.1.1 Era analógica	41
1.1.2 Era Digital – Computação gráfica	51
1.1.3 Era Digital – www: Redes e conectividade.....	59
1.2 O PROCESSO CONTEMPORÂNEO DE PRODUÇÃO DE ANIMAÇÃO	62
2 O CAMPO DO PODER: PANORAMA SOCIOPOLÍTICO E CULTURAL DE UMA CLASSE CRIATIVA E DIGITALMENTE CONECTADA	72
2.1 A FLEXIBILIZAÇÃO DA CLASSE CRIATIVA	72
2.2 O <i>SOFT POWER</i> (CULTURA E O DESEJO DE PERTENCIMENTO)	76
2.3 A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO – A LUDOPOLÍTICA E A “UBERIZAÇÃO”	84
3 O CAMPO DO HUMANO: O PERFIL DO PROFISSIONAL DE ANIMAÇÃO.....	94
3.1 METODOLOGIAS DAS COLETAS DE DADOS.....	94
3.2 O PERFIL DO PROFISSIONAL	97
3.2.1 O êxodo	117
3.2.2 O êxodo digital	125
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	133
REFERÊNCIAS	142
ANEXOS	158
ANEXO 1: Questionário <i>online</i>	158
ANEXO 2: TCLES	169

INTRODUÇÃO

Nestes primeiros vinte anos de século XXI, em que se configura a sociedade em rede preconizada por Castells (2001), o cinema de animação tem sido marcado por alterações profundas em seu ambiente tecnológico, pela substituição do analógico pelo digital. As folhas de papel, as lâminas de acetato e a câmera com o filme em 35 mm, deram lugar aos computadores, placas gráficas e interfaces eletrônicas de desenho. Transformações tecnológicas que proporcionaram aceleração e expansão para as produções de animação, resultando na abertura de novos mercados e renovando a significativa importância do desenho animado na cultura e no imaginário universais. Assim, as alterações, provocadas pela tecnologia, são perceptíveis por meio de interseções que atingem vários aspectos: econômicos, políticos, socioculturais e, também, a própria configuração do mercado, bem como o comportamento de seus diversos agentes. Importante observar que, diferentemente de outros segmentos do audiovisual, a linha de produção de um filme de animação não está mais limitada a um espaço físico compartilhado. O desenvolvimento das conexões em rede tornou possível, a qualquer profissional da animação, o trabalho em projetos de empresas localizadas em países diferentes, sem a necessidade de deslocamento físico geográfico, inaugurando uma nova relação de espaço-tempo no fluxo de produção.

No cenário do cinema de animação no Brasil, sobretudo a partir desta segunda década do Século XXI, é possível perceber um momento peculiar e balizador para o futuro da produção nacional de animação, um importante braço do setor audiovisual³, uma forma de expressão complexa, que demanda aparatos tecnológicos sofisticados, conhecimento técnico multidisciplinar e uma grande quantidade de poder laboral humano para que seja realizada.

Em 2016, através da pesquisa “Mapeamento e impacto econômico do setor audiovisual no Brasil”, realizada através de uma parceria entre o SEBRAE e a BRAVI, foi demonstrada a força crescente do setor audiovisual brasileiro, sendo responsável pela geração de cerca de 98,7 mil empregos diretos e 107,6 mil empregos indiretos. Estima-se, no entanto, que em 2021, esse número possa estar perto de 300 mil profissionais⁴, sendo capaz de proporcionar um retorno ao Estado de R\$2,60 em tributos para cada R\$1,00 investido no setor⁵. Mundialmente, a animação

³ Essa dimensão do mercado está contemplada no projeto de *mapeamento da animação no Brasil* (<http://mapeamentoanimacao.com.br/>), capitaneado pelo Anima Mundi e aberto à consulta pública em 2019.

⁴ Disponível em: <http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/mapeamento.pdf>.

⁵ Disponível em: <http://rio2c.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/04/25/a-forca-economica-do-audiovisual/>.

é capaz de movimentar cerca de US\$270 bilhões anuais⁶, valores próximos a 62,5%⁷ do mercado audiovisual como um todo. No Brasil, o audiovisual alcançou uma taxa de crescimento de 7% ao ano entre 2013 e 2019, movimentando mais de R\$20 bilhões anuais, algo equivalente a 1,67% do PIB brasileiro. Deste montante, a produção de animação responde por 25% (R\$4,9 bilhões)⁸.

Enquanto esta pesquisa estava em andamento, um evento excepcional alterou o rumo da história. A pandemia do Coronavírus⁹, que, para além do impacto sanitário, trouxe consigo grave recessão econômica, afetando brutalmente a cadeia produtiva do audiovisual principalmente a produção cinematográfica. Com as medidas de isolamento social, as salas de cinema tiveram que ser fechadas e as produções em *live-action*, paralisadas¹⁰. As produções em animação, porém, já estão habituadas com o uso das interfaces digitais desde meados da década de 2000, sendo um dos poucos braços do setor audiovisual que conseguiu manter (e até mesmo aumentar) suas atividades durante essa crise. Ao contrário de produções em imagem real, na animação não é necessária a presença física de equipe e elenco, portanto, seu processo de produção pôde ser facilmente adaptável a um modelo remoto, respeitando as regras de segurança sanitária e de isolamento social. Além disso, a produção de desenhos animados ganhou nova relevância, devido ao aumento do consumo de entretenimento caseiro (via televisão, *streaming*, videogames e internet) chegando a se tornar a principal alternativa para a realização de projetos audiovisuais no correr de 2020 e 2021¹¹.

Este estudo tem o propósito de compreender, quem são os profissionais brasileiros da animação mediados pelas tecnologias digitais, bem como entender o contexto do mercado de

⁶ Disponível em: <http://www.digital-vector.com/>.

⁷ Dentro da economia criativa, o setor audiovisual gera, no mundo, US\$400 bilhões/ano, algo próximo a R\$1,7 trilhão (disponível em: Sebrae - <http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/mapeamento.pdf>).

⁸ Disponível em: <http://rio2c.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/04/25/a-forca-economica-do-audiovisual/>.

⁹ A pandemia do coronavírus (COVID-19) provoca uma doença respiratória aguda (SARS-CoV-2), que praticamente paralisou o mundo no ano de 2020, e segue impactando a humanidade em 2021.

¹⁰ Os valores arrecadados pelas bilheterias mundiais em 2020, sofreram uma queda de 71% em relação a 2019, somando apenas US\$12,4 bi, de acordo com uma reportagem publicada no início de 2021 pelo *Deadline*. Esses números, aliás, impressionam ainda mais quando se leva em conta que a gigante do entretenimento, Disney, arrecadou, em 2020, nos cinemas, um total de US\$1,26 bilhão, US\$240 milhões a menos que o montante angariado somente por um único filme em 2019 (*Frozen II*, de Chris Buck e Jennifer Lee, que arrecadou US\$1,5 bilhão) e menos da metade da bilheteria de Vingadores: Ultimato (*Avengers: Endgame*, Anthony Russo e Joe Russo, 2019), que foi de expressivos US\$2,798 bilhões. (Disponível em: <https://deadline.com/2021/01/hollywood-movie-studio-global-rankings-2020-global-international-box-office-analysis-2021-outlook-1234665561/>).

¹¹ Um interessante exemplo para ilustrar este novo cenário é o da série em *live-action Blacklist*, do canal AXN, que teve as filmagens paralisadas devido a pandemia. Para cumprir o cronograma de lançamento já definido, seus produtores resolveram finalizar o último episódio da sétima temporada utilizando técnicas de animação. Até mesmo a tradicional vinheta de final de ano da Rede Globo, foi feita em 2020, com versões animadas dos artistas e apresentadores “globais”.

produção de animação global, conectado digitalmente e seu impacto nos fluxos de produção no Brasil. Ressalto a relevância deste conhecimento, pois temos na produção de desenhos animados um mercado com ampla capacidade de geração de negócios e trabalho (empregos), bem como potencial para ser um poderoso veículo de registro e de difusão do imaginário e da cultura brasileiras.

Destaco que esta temática de pesquisa surgiu no momento em que tentava compreender minha trajetória profissional. Atuo, profissionalmente, desde 1998, no mercado de produção de animação. Para contextualizar melhor essa jornada, volto alguns *frames* até os meus 19 anos, quando faltei a uma tarde inteira de aulas na faculdade de arquitetura e me dirigi, pela primeira vez, a um estúdio de animação em Porto Alegre. Estava um calor danado e eu esperava impressionar trajando um pesado terno, gravata, sapato social e, levando, a tiracolo, uma pastinha preta com meu portfólio com alguns desenhos. Toquei a campainha, inseguro. Não tanto pela vaga em um curso que estava sendo ofertado, mas por outros questionamentos: “É realmente possível fazer animação no Brasil?” e “Que raios faz um estúdio de animação aqui em Porto Alegre?”. Enquanto esperava ser atendido, lembrei do fascínio que a animação me despertava na infância. Eu passava horas assistindo aos programas infantis vespertinos que eram exibidos nos canais de tv aberta, e esperava impacientemente pelo bloco com os desenhos animados. Mesmo que eu me divertisse com as narrativas apresentadas, sempre pairava o grande mistério: “como era possível fazer um desenho se movimentar?”.

Fui calorosamente bem-recebido por um sujeito com chinelos de dedo, camiseta preta rasgada, calça *jeans* puída, com as cuecas à mostra. Fui saber, em seguida, que ele era diretor e o dono do estúdio. Ele riu demoradamente da minha indumentária formal, olhou de relance meus desenhos, sorriu novamente e pediu para que eu me sentasse à mesa de luz para rabiscar um pouco. Especialmente projetada para se fazer animação, a mesa de luz era levemente inclinada e possuía um disco rotatório de ferro e acrílico leitoso ao centro, onde se prendiam as folhas que eram iluminadas de baixo para cima, permitindo, deste modo, enxergar o desenho que estava no papel abaixo da folha em que se estava trabalhando. Aquela velha mesa de madeira, mesmo já semidevorada pelos cupins, pareceu, para mim, uma nave espacial. Fiz alguns traços ao longo da tarde, tentando animar um personagem que eu havia criado. Ao final do dia, quando “flipei” o maço de papel, vi meu personagem caminhando pela primeira vez. Naquela caminhada, senti, totalmente, a sensação de “ilusão da vida”, que hoje reconheço como um dos mantras de Walt Disney. Não sabia à época, mas daquele momento em diante, eu estava entrando, definitivamente, em um universo que rompeu drasticamente com todos meus

estigmas convencionais acerca de emprego, trabalho, realização e propósito. O universo caótico e criativo da produção de desenhos animados.

Tive um início analógico como assistente de animação. Além da tarefa braçal de completar os desenhos deixados pelos animadores mais experientes, era minha obrigação furar centenas de folhas de papel por dia, num pesado furador específico para pinagem Acme, e distribuir essas folhas para que os animadores pudessem focar completamente no seu trabalho de desenhar, um a um, cada *frame* da ação animada. Com algum esforço e muita insistência, tornei-me um animador do estúdio. Por mais que eu quisesse, animações não podiam ser muito elaboradas, pois não tínhamos como “nos dar ao luxo” de testar as animações feitas. Qualquer teste era proibitivamente caro, uma vez que precisava ser fotografado em 8mm e enviado para São Paulo para revelação. Deste modo, precisávamos animar meio às cegas, com um pouco de intuição, um pouco de sorte e muito jogo de cintura. Não raro, acabávamos por descobrir o resultado de nosso trabalho com o filme já editado.

Presenciei a chegada dos primeiros computadores aos estúdios de animação brasileiros, prenúncio de uma transição de um modelo de “guerrilha” da animação para algo análogo a um mercado de trabalho, em um movimento rumo à profissionalização. No início, esses computadores eram extremamente caros, e os estúdios possuíam um, quando muito, dois. Eles ficavam sob os cuidados dos editores e diretores numa sala climatizada e, nós, animadores, só podíamos contemplar aquele maquinário futurista pelo lado de fora da porta da sala de edição. Nosso dia de sorte era quando algum editor, com um pouco mais de tempo livre, topava digitalizar as folhas de papel animadas num barulhento *scanner* de mesa, para que pudéssemos conferir nossos *pencil tests* na tela do computador.

Graças à mediação tecnológica digital que finalmente chegou ao processo de animação, a partir da difusão dos computadores, pudemos, aos poucos, abandonar as folhas de papel, as lâminas de acetato e conseguimos finalmente revisar de modo instantâneo as animações produzidas, o que alavancou a qualidade das obras, bem como a velocidade das produções. À medida que os computadores evoluíram, miniaturizavam-se e se tornavam acessíveis para mais e mais pessoas, houve um aumento considerável de interessados que descobriram a viabilidade de se fazer animação e estavam aprendendo. Por consequência, aumentou também o número de profissionais à procura de trabalho na área. A mudança definitiva veio em seguida, com a chegada da conectividade através das redes, que contribuiu definitivamente para a expansão das produções de desenhos animados.

Porém, passados pouco menos de 20 anos dessa transformação digital, que impulsionou as produções em animação no Brasil, eu, agora, atuando como diretor em uma

outra produtora gaúcha (o número de produtoras também se expandiu), comecei a sentir dificuldade para encontrar e contratar profissionais. Entretanto, não se tratava de escassez de mão de obra, havia profissionais, só que eles (para meu espanto) recusavam as ofertas de emprego. Simultaneamente, profissionais bem treinados dentro do estúdio, já prontos para exercer cargos de liderança, passaram a abandonar a empresa com uma frequência assustadora. Pela primeira vez, experienciei o risco de paralisar uma produção, não devido à falta de verbas, mas, devido à falta de equipe disponível para executá-la. Minha hipótese, então, foi que a mesma tecnologia de conectividade, que impulsionou o mercado de produção de animação, acabou servindo como condutor da evasão dos profissionais dos estúdios brasileiros. Evasão, muitas vezes, decorrente da insatisfação com as condições ditadas pela situação da indústria nacional, tais como remunerações incompatíveis com as capacidades técnicas dos artistas, sobrecarga contínua e pouco reconhecimento pelos trabalhos realizados. Fatores que acabaram por tornar o mercado internacional muito mais atrativo. Desta forma, passaram a existir cada vez menos profissionais experientes disponíveis e, até mesmo, interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional. Saliento, novamente, que, por conta dessas tecnologias digitais de conexão, é possível dispensar a necessidade do deslocamento físico. Ou seja, para aqueles sem condições ou interesse de deixar o Brasil, abre-se a possibilidade de trabalhar no exterior, sem necessariamente ter que morar onde se localiza o estúdio, caracterizando, uma espécie de êxodo digital.

A partir dessas minhas vivências, como experiência empírica de campo, surgiram alguns questionamentos: Onde estão os profissionais do mercado de animação brasileiro? Abandonaram a atividade ou trocaram de mercado? Ainda moram no Brasil ou migraram para o exterior? Por que foram embora? Será que, ao lidar com uma realidade de projetos abundantes e pagamentos em dólar, esses profissionais, mesmo que ainda morando no Brasil, retornarão algum dia para as produções nacionais? Qual é a situação das produções de animação nacional hoje? Essas questões são as geradoras deste estudo e condutoras de um objetivo geral voltado para analisar o cenário da indústria do cinema de animação no Brasil, desdobrado em alguns objetivos específicos:

- verificar o que é a produção de animação, para refletir sobre a sua estruturação tecnológica, suas peculiaridades técnicas, dinâmicas e o conjunto de realidades econômicas, sociais e políticas nas quais seu mercado está inserido;
- entender o contexto do mercado de produção de animação global, conectado digitalmente e seu impacto nos fluxos de produção, inclusive no Brasil;

- elaborar um perfil do profissional da animação para entender quem são esses profissionais mediados pelas tecnologias digitais.

O percurso metodológico deste estudo se caracteriza como uma investigação qualitativa de caráter exploratório, com uma abordagem multimetodológica. O enfoque multimetodológico se enquadra ao que Teixeira (2005) classifica como abordagem empírico-analítica, ou seja, levei em consideração a minha experiência profissional, pois, como já dito, atuo cotidianamente na indústria de animação, e por isso, emprego minhas vivências, observação *in loco* das rotinas e problemáticas da indústria da animação, como dados a ser considerados. Pois, para Maldonado (2006, p. 278), “o empírico em termos metódicos compreende o conhecimento adquirido pela prática, o conhecimento sensível baseado na experiência, o conhecimento factual que foi experimentado e não tem necessariamente uma observação controlada”.

As técnicas de obtenção de dados se constituíram em *observação empírica*, *levantamento bibliográfico*, *análise documental* e a coleta de depoimentos através de *questionários* e *entrevistas semiestruturadas*. Importante observar que a pesquisa documental, apesar de semelhante à pesquisa bibliográfica, visa uma análise de materiais diversos que ainda não receberam tratamento analítico. Segundo Severino (2007), não se limitam apenas à material impresso, mas a todo objeto¹² que se torna suporte material de uma informação. Deste modo, contratos, editais, planilhas, filmes e fotografias também estão incluídos nesta pesquisa. Assim como demais dados disponibilizados pelos relatórios dos diversos entes do setor, sejam eles públicos ou não (Ancine, FSA, ABCA e Anima Mundi, por exemplo), também serviram de subsídio para a análise e o mapeamento das condições de produção do mercado brasileiro de animação pós-revolução digital.

Para a construção das lentes que guiaram o embasamento teórico, houve a escolha por um conjunto de autores que tratam os fenômenos tecnológicos em diferentes perspectivas; de Harold Innis, os conceitos sobre as mediações tecnológicas: **Harold Innis** (*The Bias of Communication*, 2008) é hoje um expoente clássico do pensamento canadense sobre comunicação e *media*, cujo trabalho é uma combinação de pesquisas teóricas e históricas de um alcance político pouco comum nas ciências da Comunicação. Doutorou-se em Economia Política na Universidade de Chicago, em 1920, onde foi atraído pelas análises desenvolvidas por economistas como Frank H. Knight, C. M. Wright, John M. Clark e Thorstein Veblen. A partir de 1943 começa a produzir um corpo de reflexão teórica e social diretamente orientado

¹² Podem ser considerados: livros, jornais, estátuas, esculturas, edifícios, ferramentas, túmulos, monumentos, fotos, filmes, vídeos, discos, CDs, entre outros.

para a história da Comunicação. “O viés da comunicação” foi publicado pela primeira vez em 1951, e, hoje, é considerado canônico nos estudos da comunicação e dos *media*, destacando-se por uma perspectiva de viés histórico, centrada no papel das tecnologias dos meios de comunicação, considerando uma força poderosamente constitutiva das civilizações, onde influencia e é influenciada pelas relações de poder e pelos indivíduos que atuam em determinado ecossistema. Para Innis, as tecnologias têm um impacto penetrante nas civilizações e, por esta razão, o seu estudo é central para compreender as transformações que nelas ocorrem¹³.

Manuel Castells, Mark Deuze e Nicholas Negroponte trouxeram o conhecimento sobre as economias em rede e o impacto da conectividade digital num mundo globalizado: **Manuel Castells** (*A Sociedade em Rede*, 2001) é considerado o principal intelectual da sociedade contemporânea conectada. Professor nas áreas de sociologia, comunicação e planejamento urbano e regional, Castells investiga os efeitos da informação e das redes sobre a economia, a cultura e a sociedade em geral. Suas pesquisas são consideradas uma referência obrigatória na discussão das transformações sociais do final do século XX. A primeira década do século XXI colocou em pauta um tipo de cultura diferenciada e uma nova configuração das práticas sociais, gerada com o acesso à internet e aos dispositivos móveis, chamada por Castells de “sociedade em rede”, da qual emerge uma nova forma de economia, organizada em torno das tecnologias da informação, sendo a própria informação o produto do processo produtivo. Tal sociedade é movida pelo capitalismo informacional: competitivo, produtivo, tecnológico e capaz de funcionar interconectado em escala planetária¹⁴; **Mark Deuze** (*Media Work*, 2007) é professor de *Media Studies* na Universidade de Amsterdã, mas, antes, trabalhou como jornalista nos diários *Brabants Dagblad* e *De Telegraaf*, na Holanda, e na *África do Sul*, na *Beeld*, publicado em africâner. Por meio de redes sociais e sites, como o *De Nieuwe Reporter* e seu próprio *Deuze Blog*, Deuze contribuiu para com o debate sobre as mídias. É autor de sete livros sobre jornalismo e mídia, onde investiga o trabalho e a vida nas e através das mídias; **Nicholas Negroponte** (*A vida Digital*, 1995) é um dos fundadores do *MediaLab* no MIT e apresenta, em seus textos, uma variedade de conceitos e considerações teóricas que tentam avaliar as implicações das tecnologias digitais (acentuadamente a internet) em nosso cotidiano, como na economia, no comportamento humano e nas comunicações¹⁵.

¹³ Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442013000100016.

¹⁴ Disponível em: <https://www.fronteiras.com/noticias/conheca-manuel-castells>.

¹⁵ Disponível em:

https://www.academia.edu/32078298/Resenha_do_Livro_Vida_Digital_de_Nicholas_Negroponte.

Ergin Bulut, Richard Florida e Frédéric Martel contribuíram para entender o mercado de trabalho dentro das economias criativas, do entretenimento e da informação: **Ergin Bulut** (*A Precarious Game*, 2020) é professor de Comunicação na *Koç University*, da Turquia, com pesquisas nas áreas de economia política da comunicação, produção cultural e videogames. Em seu livro, uma etnografia sobre o trabalho na área de videogames, Bulut pesquisou, durante três anos, um estúdio de games de tamanho médio no Centro-Oeste dos Estados Unidos, com o objetivo de compreender como o “amor pelo trabalho” aparecia na indústria¹⁶; **Richard Florida** (*A ascensão da classe criativa*, 2011) é diretor do *Martin Prosperity Institute* e professor de negócios e criatividade na *Rotman School of Management* da Universidade de Toronto. Ele também é professor pesquisador na Escola de Estudos Profissionais da NYU e editor sênior do *The Atlantic*. Florida é um teórico de estudos urbanos. Ele cunhou o conceito de “classe criativa”, que ajudou a caracterizar a generalizada gentrificação dos bairros urbanos. Sua teoria sobre o poder do lugar, faz um contraponto à ideia que é disseminada de que a tecnologia e a globalização tornam o lugar onde se mora, irrelevante¹⁷; **Frédéric Martel** (*Mainstream*, 2012) é jornalista, pesquisador, conferencista e professor, lecionando, de 2005 a 2014, no *Institut d'Études Politiques de Paris* e na *École des Hautes Commerciales* de Paris. Desde 2014, ele é pesquisador sênior em cultura e internet na *ZHdK University Études* em Zurique. O livro utilizado neste estudo é resultado de uma vasta pesquisa de campo conduzida em 30 países durante cinco anos, onde o autor entrevistou mais de 1.200 pessoas em todas as capitais do entretenimento, analisando a ação dos protagonistas, a lógica dos grupos e acompanhou a circulação dos conteúdos.

Como autores de apoio, figuram **Byung-Chul Han** (*A Sociedade do Cansaço*, 2017), **Carlos Scolari** (*Ecología de los medios*, 2015), **Michael Dertouzos** (*A Revolução Inacabada*, 2001) e **Henry Jenkins** (*A cultura da Convergência*, 2006 e *a Cultura da Conexão*, 2015). Todos estes autores discorrem sobre as novas dinâmicas de mercado, a ecologia das mídias e as interfaces digitais, fatores que contribuíram com as novas relações sociais e de trabalho, presentes e corresponsáveis pelo *boom* da animação no Brasil.

Por fim, com o objetivo de formular modelos de produção e gestão específicos do mercado de animação, bem como a história de suas tecnologias, faço uma seleção de livros escritos por profissionais atuantes na área. Entre os autores selecionados para esta etapa de análise, destaco **Ed Catmull** (*Criatividade S.A.*, 2014), cofundador da *Pixar Animation Studios*,

¹⁶ Disponível em: <https://digilabour.com.br/2020/05/10/trabalho-precario-na-industria-de-games-entrevista-com-ergin-bulut/>.

¹⁷ Disponível em: <https://thinkers50.com/biographies/richard-florida/>.

e já foi Presidente da Pixar *Animation* e da Disney *Animation*. Atualmente aposentado, foi cinco vezes agraciado com o Oscar, incluindo a categoria técnica especial, *Gordon E. Sawyer Award*, pelo conjunto de sua obra no campo da computação gráfica. É Ph.D. em ciência da computação pela universidade de Utah e, em seus textos, compartilha muito da cultura, das abordagens de produção e das metodologias que fizeram da Pixar um dos estúdios mais relevantes da atualidade. **Alberto Lucena Júnior** (Arte da animação, 2011), mestre em multimídia pelo Instituto de Artes da Unicamp (Universidade Estadual de Campinas), é artista plástico, animador e Professor do Departamento de Artes da UFPB (Universidade Federal da Paraíba), onde ministra cursos teóricos e práticos no campo das artes visuais. Também são utilizados, neste estudo, os textos de **Frank Thomas** (*The illusion of life*, 1981), animador que fazia parte do importante grupo conhecido como “os nove anciões dos estúdios Disney”; **Don Hahn** (*The Alchemy of Animation*, 2008), também dos estúdios Disney; **Catherine Winder** (*Producing animation*, 2011), da Lucas Film; e **Ramim Zahed** (*The art of DreamWorks animation*, 2014), da *DreamWorks*, que ilustram situações reais da indústria de animação e discutem métodos de produção, bem como suas próprias ideias e ideais de gestão.

A fim de levantar o atual estado da arte do tema pesquisado, colocou-se o descritor “produção de animação no Brasil”, na plataforma Capes/Sucupira¹⁸, buscando majoritariamente resultados entre os anos de 2010 e 2019. O primeiro resultado da pesquisa foi espantoso, com 226.586 textos ao longo da década pesquisada, não refletindo argumentos anteriores sobre a escassez de conteúdo. No entanto, a palavra animação, cujo radical significa “dar vida a” é um tanto ampla, e deste modo, boa parte dos trabalhos tratava não só de análises fílmicas e processos tecnológicos específicos do que se entende por animação neste estudo, mas também métodos das ciências da saúde e mesmo “animação” no sentido de entretenimento de eventos e performances teatrais. Assim, após as primeiras filtragens, chegou-se a uma produção acadêmica de 14.411 textos publicados na década de 2010 e potencialmente relevantes para este estudo. Chamou a atenção no levantamento realizado na plataforma, o interesse pelo estudo acadêmico de animação, com um aumento exponencial em duas décadas, coincidindo com o momento da implementação das tecnologias digitais nos estúdios e a “democratização” do campo. Em 1990, foram escritos 81 textos sobre o tema, ao passo que, em 2010, foram 1.142 textos. Depois de uma seleção por título e, num segundo momento, por resumo, selecionei três pesquisas, cada uma direcionada a um dos campos propostos para este estudo, são elas: a) Para o campo da tecnologia, *Decifrando a Caixa Preta do Cinema de Animação: Arqueologia dos*

¹⁸ Disponível em: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>.

modos de produção de imagens técnicas, tese de **Carla Schneider** (UFRGS), 2014, que investiga as transformações nos modos de produção das imagens do cinema de animação, numa retrospectiva do pós ao pré-cinema, b) Para o campo do poder, *Gestão de pessoas em estúdios de animação: Entendendo as pequenas empresas da indústria criativa brasileira*, dissertação de **Marta Machado** (USP), 2012, focada na gestão das empresas, visando contribuir para o entendimento da gestão de pessoas em ambientes da indústria criativa brasileira e buscando encontrar uma combinação harmônica entre a forte motivação intrínseca encontrada nos trabalhadores do setor e a implantação de sistemas gerenciais; c) Para o campo do humano, *A jornada do Boom da animação brasileira através das vozes dos profissionais integrados ao Campo da Animação e indústria de animação brasileira*, tese de **Leonardo Freitas Ribeiro** (PUC-Rio), 2018, que demonstra como opera o mercado de animação nacional, dentro disso que se denomina o *Boom* da animação brasileira, incluído aos ditames do capitalismo flexível e da indústria “criativa”. Para tal, o texto se distancia da noção de gênio criador, em proveito de uma visão da animação como um universo onde os saberes e procedimentos são coletivos; Se o texto de Machado é escrito sob a ótica dos administradores, o texto de Ribeiro a complementa, buscando elucidar o ponto de vista dos profissionais da área. Como palco da interação entre essas forças, existem os procedimentos laborais e a tecnologia de suporte, elucidados no texto de Schneider.

Ao longo do processo, algumas aproximações só foram possíveis, exatamente, pelos contatos obtidos através dos meios digitais. Por exemplo, a dissertação *A transição do modo de produção analógico para o digital nas produtoras de animação publicitária: o impacto da tecnologia no cinema de animação* (USP), 2014, de **Maria Luíza Marques**, chegou ao meu conhecimento através de um comentário feito no questionário *online* (sobre o qual, serão tecidos comentários a seguir). E, através de motores de busca *online*, encontrei a tese de **Hyejin Yoon**, intitulada “*The animation industry: technological changes, production challenges, and global shifts*” (Universidade do Estado de Ohio), 2008, ambos trabalhos trouxeram muitas informações relevantes sobre o mercado da animação, seus agentes e tecnologias.

Apesar do nome “indústria” da animação, temos nas pessoas e na sua capacidade criativa, o principal ativo dessa economia. Portanto, fez-se necessário ouvir com atenção o que os profissionais do mercado têm a dizer sobre o seu campo, para, inclusive, entender seu comportamento, suas necessidades e aspirações enquanto inseridas neste mercado, mesmo que atuando remotamente, através de meios digitais.

Assim, foi adotado o levantamento de campo exploratório. Segundo Gil (2008), a principal característica do levantamento de campo exploratório é a interrogação direta ao

público-alvo que se deseja conhecer: no caso desta dissertação, os profissionais de animação brasileiros. Busquei, entre os colegas e ex-colegas da minha rede de contatos, representantes de produtoras e colaboradores cujas atuações profissionais já tenham ocorrido tanto no mercado interno quanto no externo, e em produções em animação que sejam majoritariamente compostas por conteúdo original, não publicitário e tenham sido realizadas, ao menos em parte, através da utilização das tecnologias digitais e redes de conectividade. Entre os nove entrevistados, buscou-se uma amostragem vasta de profissionais, cujos perfis serão melhor detalhados no capítulo 3 deste estudo. **André Dias** e **Michel Dênis da Silva**, animadores *freelances* que moram no Brasil, mas produzem conteúdo exclusivamente para o exterior; **Arnaud Janvier**, diretor de animação; **Conrado Testa** e **Eduardo Conter**, animadores radicados no Canadá; **Cristiano Figueiredo**, *CG supervisor* da Irlandesa *Brown Bag Films*; **Ennio Torresan Jr.**, *head of story* e diretor de longas-metragens da *DreamWorks*; **Natalia Freitas**, artista de texturas e *lookdev* da Disney e da Sony; e **Paulo “Muppet” de Souza**, diretor criativo do estúdio brasileiro Birdo.

Complementarmente aos depoimentos dos entrevistados, foi disponibilizado entre os dias 21 e 31 de janeiro de 2021, um *questionário digital*, anônimo e com questões de múltipla escolha. Esse questionário foi enviado para grupos de profissionais brasileiros de animação localizados em plataformas sociais, tais como, *LinkedIn*, *Facebook*, *WhatsApp* e *Discord*. Os dados obtidos nesse questionário buscam um entendimento mais amplo das novas dinâmicas deste mercado através de uma visão geral, quantitativa, da opinião dos colaboradores.

Fica evidente, ao menos, como primeira impressão sobre esses profissionais, seu engajamento e entusiasmo. Todos os nove convidados para as entrevistas aceitaram prontamente discorrer para esta pesquisa, ao mesmo tempo em que a participação no questionário *online* surpreendeu com um inesperado retorno de cento e dois formulários, enquanto a meta inicial era em torno de trinta respondentes¹⁹.

Este estudo está vinculado ao Laboratório de Pesquisas Audiovisuais (LaPav), uma estrutura de pesquisa do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), da Escola de Comunicação, Artes e Design FAMECOS da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, integrado ao Centro Tecnológico Audiovisual do RS (TECNA), ecossistema criativo com ênfase no audiovisual e na tecnologia. Os recursos que possibilitaram este estudo foram provenientes de uma bolsa PROSUC/Capes modalidade II, durante os anos 2019 e 2020. Esta dissertação dialoga diretamente com o projeto de pesquisa “Interseções Tecnológicas, Espaço

¹⁹ Mais detalhes sobre a metodologia utilizada nas entrevistas e os pareceres do CEP (Comitê de Ética em Pesquisa) podem ser acessados no capítulo 3.1.

e Tempo. O *bias* do Audiovisual no Brasil”, do **Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva**. Com inspiração teórica nas ideias de Harold A. Innis (1894 - 1952), que entendia a mediação tecnológica como as relações de troca contínua entre as tecnologias da comunicação, a sociedade e o poder, cada uma influenciando a outra, algo análogo à teoria de “ecologia das mídias”, de McLuhan (1911-1980), revisitada por Carlos Scolari. Esta teoria sugere que qualquer modificação em um dos fatores que compõem o ambiente de mediação tecnológica interfere no todo e impacta também cada uma das partes que o constitui, ou seja, enquanto moldamos os instrumentos tecnológicos, esses instrumentos também remodelam nossos comportamentos, sem que estejamos conscientes disso.

E, é de Innis, a inspiração tanto para a organização como para a divisão dos capítulos deste estudo, que segue a lógica dos elementos propostos pelo estudioso acerca da mediação tecnológica, aqui com recorte na produção contemporânea de animação. Desta forma, o estudo foi organizado em três capítulos referentes ao campo da tecnologia, ao campo do poder e ao campo do humano. O capítulo 1 - *O campo das tecnologias e o cinema de animação* - apresenta uma revisão sobre a evolução técnica da animação desde os seus primórdios, organizando historicamente os principais marcos tecnológicos que permitem verificar tecnologias específicas envolvidas e a mudança dos suportes de “pesados” para “leves”, que resultou em transformações profundas nos processos de produção de animação e no surgimento de novos agentes no mercado. O capítulo 2 - *O campo do poder: panorama sociopolítico e cultural de uma classe criativa e digitalmente conectada* - investiga as políticas sociais e de mercado que condicionam as dinâmicas de produção e o modo como elas impactam o modelo de trabalho, o cotidiano e a vida desta classe criativa de profissionais: seja através do trabalho remoto possibilitado pela comunicação global através das redes digitais, que gera precarização do trabalho (DEUZE, 2007), através de uma “uberização” profissional; seja pela ludopolítica, que esconde essa precarização sob o véu do “engajamento” e do “amor pelo que se faz” (BULUT, 2020). O capítulo 3 - *O campo do humano: O perfil do profissional de animação* - busca entender o que acontece neste mercado digital e conectado através do ponto de vista de seus agentes, apresentando, para isto, o cruzamento do eixo teórico com o questionário *online* e as entrevistas semiestruturadas, que servem como elementos de análise das dinâmicas que correspondem a movimentações e comportamentos deste nicho profissional, frente aos desafios propostos pela indústria criativa, pela conectividade digital e pelos fluxos do mercado.

1 O CAMPO DAS TECNOLOGIAS E O CINEMA DE ANIMAÇÃO

*“A arte desafia a tecnologia e a tecnologia inspira a arte”
- John Lasseter*

A estruturação deste capítulo está fundamentada no entendimento de tecnologia como qualquer aparato (ou mediação) artificial criado pelo homem com o intuito de amplificar suas capacidades naturais. Para Kenski (2012, p. 15), “as tecnologias são tão antigas quanto a espécie humana”. Desta forma, tinta, papel e tecido são considerados aparatos tecnológicos tanto quanto computadores e seus *softwares*. O conceito de mediações tecnológicas, portanto, é o que sustenta esta abordagem, com base no pensamento original de Harold Innis (2008), de que as tecnologias de comunicação e suas formas de uso são definidoras de determinados comportamentos e práticas culturais, com intersecções sociais e econômicas, de uma sociedade ou civilização. Sendo assim, as tecnologias são, para Innis (2008), os meios através dos quais as civilizações se expandem e estabelecem relações. Innis sustenta, ainda, que cada período histórico tem um tipo de *media* dominante que será responsável por produzir um *bias* (viés ou orientação) para o tempo e para o espaço. Assim, nas sociedades onde predominam meios (suportes da informação) mais pesados, há um viés para a permanência no tempo, menos favorável ao deslocamento no espaço. Se os *medias* predominantes são mais leves, o viés será favorável ao deslocamento espacial, com maior velocidade, porém menor permanência no tempo. Este enunciado, aplicado ao campo do Cinema, permite entender um período, compreendido entre a invenção do cinema no Século XIX e o surgimento dos suportes digitais, na virada do Século XXI, em que predominou o uso do suporte mais pesado – o filme em 35 mm - que corresponde a um viés de maior permanência no tempo e menor facilidade no deslocamento espacial. A digitalização do cinema e do audiovisual, iniciada na década de 1980, caracteriza um segundo período, marcado pela utilização massiva de meios mais leves – arquivos digitais – os quais favorecem a circulação espacial, com rapidez, e dificultam a permanência no tempo, principalmente pela condição volátil dos dados digitais.

Desta perspectiva teórica, o capítulo trata da evolução tecnológica e da transformação dos processos de produção de animação, partindo dos seus primórdios analógicos, passando pela chegada dos computadores aos estúdios e finalizando com a democratização da tecnologia digital, através do barateamento dos equipamentos e da ampla conectividade proporcionada pelas redes de internet. Trata também da divisão das tarefas dentro da produção audiovisual, para que possamos entender melhor as dinâmicas presentes neste mercado.

A busca pela representação pictórica do movimento é algo ancestral, mas as primeiras imagens verdadeiramente animadas só foram desenvolvidas ao encerrar-se o século XIX. Para uma obra audiovisual ser considerada animação, a ilusão do movimento deve ser criada artesanalmente a cada fotograma do filme. São pequenas e por vezes imperceptíveis variações na posição do elemento animado, geralmente obedecendo alguns dos *12 princípios da animação* que resultarão no que Walt Disney chamou de *ilusão da vida*. Fundamentalmente, a animação é uma expressão artística semelhante à música, só que ao invés de se trabalhar com sons através do tempo (melodia), trabalha-se com a simulação do movimento através do tempo (*timing*), como mostra a Figura 1.

Figura 1: Frames animados por Les Clark para o curta *The Country Cousin* (Primo da Roça, 1936), dirigido por Wilfred Jackson para os Estúdios Disney



Fonte: THOMAS; JOHNSTON (1981, p. 48).

Ressalta-se que mesmo com a evolução dos suportes, o processo de animar variou pouco tecnicamente, continua praticamente o mesmo, seja numa folha de papel ou num computador de última geração. Dessa forma, ainda se tem um viés artesanal, porém, salienta-se que a animação é uma arte tecnológica – que para ser criada, armazenada e visualizada, depende de suportes tecnológicos, sejam eles mecânicos, químicos, eletrônicos ou digitais; é uma arte coletiva e industrial – uma vez que são necessários milhares de fotogramas para que um filme seja feito, trabalho dividido entre vários profissionais, para que sua conclusão ocorra dentro de um limite de tempo aceitável (as poucas exceções existentes na história desta arte, confirmam a regra); e, por fim, uma arte multidisciplinar – visto que tem a possibilidade de reunir em uma única obra, conceitos de narrativa, fotografia, desenho, escultura, pintura, arquitetura, moda, anatomia, atuação, música e programação, para citar alguns.

Diante dessas características de arte coletiva e multidisciplinar, Ribeiro (2018) chama a atenção para que se deixe de lado, definitivamente, a ideia de que um único indivíduo, o diretor/artista genial, seja o responsável por todas as decisões, e, também, por todo talento exibido no ecrã, quando se assiste a um bom filme de animação. Ribeiro (2018) ainda elenca

fatores tais como os tecnológicos, econômicos e as instituições sociais como determinantes no resultado de uma obra.

No Brasil, há registro de animações produzidas desde 1917²⁰, mas nos oitenta anos seguintes, essa produção ocorreu de modo irregular, com pouca visibilidade, aparecendo em sua maior parte nos circuitos *underground* de exibição, em alguns poucos comerciais para a televisão e, em raras incursões, no circuito comercial dos cinemas. A transição de um modelo de “guerrilha” da animação brasileira²¹ para algo mais próximo a um “mercado de trabalho” foi ocasionada pela chegada dos primeiros computadores aos estúdios, coincidindo com o que se conhece por “retomada do cinema brasileiro”²², corrida em 1995. Constata-se, também, que tal movimento rumo à profissionalização ganhou força na primeira década de 2000 com os reflexos provenientes da “revolução digital”, para viver seu ápice na segunda década. A revolução digital (CASTELLS, 2001) trouxe consigo a transformação dos *hardwares* computacionais em equipamentos acessíveis, porém de alto desempenho; a criação de *softwares* dedicados à produção audiovisual; e a conectividade das redes de computação em uma largura de banda que possibilitou a transferência de arquivos de tamanho massivo, o que ampliou e, de certo modo, democratizou a produção de desenhos animados.

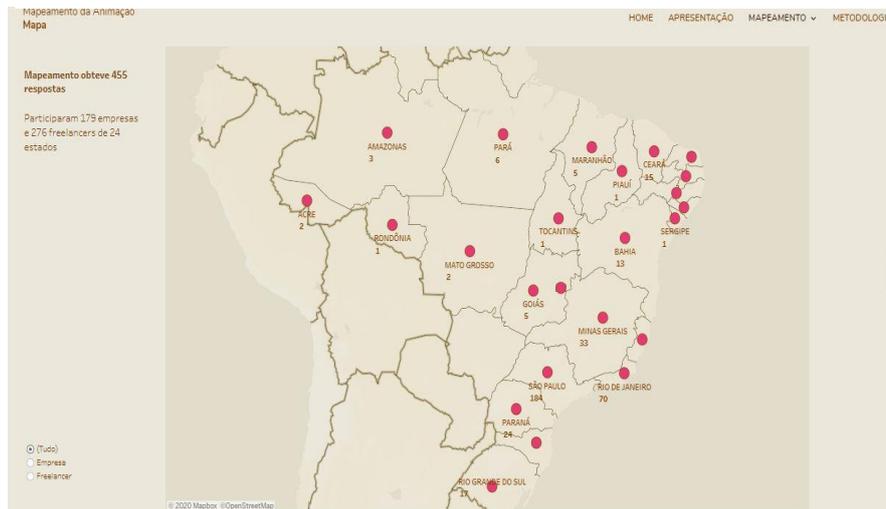
²⁰ A primeira projeção de “O Kaiser”, dirigido por Álvaro Marins, aconteceu em 22 de janeiro de 1917, no Cine *Pathé*, na região da Cinelândia, Rio de Janeiro. Infelizmente, essa obra se perdeu e há somente um fotograma como registro de sua existência. (Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/primeiro-desenho-animado-do-pais-kaiser-completa-100-anos-20808056>).

²¹ No Brasil, adaptação dos materiais e fabricação própria, os discos de animação para as mesas de luz, foram copiados de um disco que veio “de fora” e revendidos para quem tinha interesse. O mesmo se deu com a pinagem padrão ACME e os furadores de papéis, que eram copiados dos padrões “gringos” (TRÊS RIOS, Joaquim. [Entrevista concedida a] Maria Luiza Dias de Almeida Marques, 2014, p. 53).

²² Apesar de ter promulgado a Lei Rouanet (através do então secretário da Cultura Sérgio Paulo Rouanet, o principal mecanismo de incentivo à cultura até hoje), foi somente após a renúncia de Collor que o cinema nacional voltou a respirar (ainda que muito timidamente). Embora a Embrafilme nunca tenha voltado à ativa, o falecido presidente Itamar Franco, sucessor de Collor, promulgou a Lei do Audiovisual - uma lei de incentivo fiscal mais específica para o setor, e, até hoje, a mais utilizada - e seu sucessor, o presidente Fernando Henrique Cardoso deu continuidade às suas políticas estatais de fomento à cultura. Em 2003, foram iniciados os trabalhos da Ancine - Agência Nacional do Cinema, o órgão de regulação do cinema nacional. E é durante esse período de governo FHC que ocorreu o chamado Cinema da Retomada. O filme tido como marco inicial do movimento foi *Carlota Joaquina*, de Carla Camurati, lançado em 1995, primeiro filme nacional da década a levar mais de 1 milhão de pessoas ao cinema. A “retomada” das leis de incentivo definitivamente deu um impulso para a produção novamente. Em 1995, já foram lançados 14 longas, número que foi aumentando gradativamente. Durante o período de oito anos, chegaram aos cinemas mais de 180 longas, com 21 deles alcançando mais de 500 mil espectadores. O público que foi aos cinemas assistir a um longa brasileiro subiu de cerca de 800 mil, em 1996, para mais de 22 milhões, em 2003. As salas de cinema também foram aumentando, chegando novamente a mais de 2 mil salas em 2005 (e dobrando esse número até 2018). Embora os incentivos fiscais públicos sejam proporcionais ao sucesso do mercado nacional (o apoio público em 1995 foi de R\$30.535.481, em 2010, chegou a R\$154.137.225), há quem justifique que não foram somente as leis que proporcionaram o crescimento, mas também a qualidade dos filmes. (Disponível em: <http://cinemaemcena.cartacapital.com.br/coluna/ler/764/nao-gosta-de-filme-nacional-entenda-o-cinema-da-retomada>).

O melhor momento do mercado brasileiro de animação aconteceu no ano de 2017, com o expressivo lançamento de sete longas-metragens. Entre 2018 e 2019, havia, em fase de produção no Brasil, vinte e cinco longas-metragens em animação. Para se compreender o que esses números representam, recordamos que ao longo dos vinte e dois anos anteriores, foram lançados somente dezoito longas brasileiros em animação²³. Com base nos dados do último censo sobre a área, realizado pelo Anima Mundi²⁴, conforme demonstrado na Figura 2, o Brasil conta em 2021 com aproximadamente duzentas produtoras de animação, na sua maioria, distribuídas entre as regiões Sudeste e Sul do País, responsáveis por uma gama de produtos audiovisuais dos mais variados estilos e gêneros, como curtas e longas-metragens, séries e seriados de televisão, efeitos especiais (VFX), vídeos para internet, aplicativos, jogos digitais e vinhetas para o mercado publicitário.

Figura 2: Distribuição das produtoras de animação no Brasil



Fonte: AnimaMundi, 2020.

1.1 ESPAÇO E TEMPO, MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA DE ANIMAÇÃO

Conforme Lucena Jr. (2011), uma das principais características acerca do processo de criação de uma obra em animação é que, embora artística em sua essência, é uma atividade cuja condição primordial para sua existência envolve o emprego de tecnologia em todas as etapas

²³ Disponível em <http://revistadecinema.com.br/2018/02/brasil-lanca-maior-numero-de-animacoes-em-22-anos/>

²⁴ Dados obtidos através de pesquisa encomendada pelo Anima Mundi à JLeiva Cultura & Esporte, visando conhecer o mercado brasileiro de animação. O estudo contou com a participação de 179 empresas e 276 freelancers de 24 estados. (disponível em: <http://mapeamentoanimacao.com.br/>)

de seu ciclo. Tema já explorado por diversos autores, como Schneider (2014, p. 51), para quem “sempre há aparatos tecnológicos que circunscrevem a lógica processual da animação”, e Lucena Jr. (2011, p. 23) que sustenta que “a animação é uma arte que, a exemplo do desenho/pintura, conta com diversas técnicas de produção, não se limitando a um artefato específico para a condução de seu propósito expressivo; [...] é uma arte que depende de tecnologia elaborada; [...] é uma arte multimídia”.

Dito de outra forma, a animação, mesmo podendo ser comparada a outras formas de expressão artística, como a literatura ou a pintura, pois abraça na sua criação processos técnicos e tecnológicos semelhantes, aproxima-se, nas suas etapas finais, da lógica do cinema, visto que, para ser apreciada necessita da utilização de outros dispositivos tecnológicos dedicados à exibição de imagens e sons.

Deste modo, por conta das características inerentes à atividade, a produção de animação está permanentemente envolvida com o que há de mais avançado em tecnologia audiovisual, sendo muitas vezes a atividade impulsionadora deste desenvolvimento tecnológico, mas também fazendo uso de tecnologias adaptadas, emprestadas, principalmente, do cinema²⁵. Mesas de luz, células de acetato, trucas para filmagem, moviolas, projetores e, mais, recentemente, equipamentos computacionais como placas gráficas e mesas digitalizadoras, são alguns dos muitos dispositivos e anteparos tecnológicos criados ou aperfeiçoados com o objetivo de viabilizar a produção em escala dos desenhos animados. Mesmo antes do advento da sétima arte, artistas e inventores já buscavam na criação de aparatos ópticos rudimentares, maneiras que possibilitassem a produção e visualização de imagens em movimento. A animação é, portanto, “uma arte de invenção por excelência” (MAGALHÃES, 2011, p. 45) E, na sua origem, podemos, também, ver a origem do próprio cinema, segundo Magalhães (2011, p. 45),

Desde Joseph Plateau (1801-1883) e Emile Reynaud (1844-1918), os desenhos e objetos animados quadro a quadro se constituíram no mais essencial tubo de ensaio para a experimentação de técnicas e estilos do que se passou a chamar de Cinema. Isto posto, pode-se concluir que não se faz animação sem inovação ou experimentação. Mesmo na obra mais comercial é quase impossível escapar de um ou outro fator de risco, tentativa ou pura ousadia no visual, na narrativa ou concepção estética, já que tudo em uma animação é intermediado pela mente e pelas mãos do(s) indivíduo(s) criador(es).

²⁵ Muitas tecnologias da animação são as mesmas utilizadas para as produções cinematográficas e evoluíram paralelamente: câmeras, películas, mesas e sistemas de edição, estúdios de som, matrizes...

A tensão codependente entre arte e tecnologia, o território onde ambas se desafiam e se complementam gera a interface onde o ser humano atua, um espaço de *mediação tecnológica*. Para Innis, foi sobre as tecnologias de comunicação que as civilizações foram erigidas. No caso dos monopólios culturais, os mercados e comportamentos não são ditados somente através do controle da informação e do conhecimento, mas também, conforme aponta Barone (2005), através do controle da produção, dos próprios aparatos tecnológicos e seus insumos e serviços.

Neste estudo, ainda que o objetivo não seja a análise histórica, torna-se necessário revisitar os principais marcos tecnológicos da animação, para uma adequada contextualização temporal das transformações ocorridas e seus efeitos nos processos de produção. No caso, há o entendimento de que a implementação da computação gráfica, como marco divisório, configura a “mudança tecnológica mais significativa ocorrida na indústria da animação” (YOON, 2008, p. 23), podendo ser comparada à prensa de Gutemberg, capaz de romper as barreiras do tempo e do espaço, promovendo uma ruptura definitiva nos padrões econômicos, sociais e culturais vigentes à época, conforme sustentado por Innis (2008). Dada a sua importância, esta pesquisa, também, considera a computação gráfica como um divisor de “eras”, sendo o seu “antes”, denominado de era analógica, e o seu “depois”, era digital. Há, ainda, uma subdivisão das tecnologias da era digital entre dispositivos computacionais e interconectividade. Tecnologias estas que, de acordo com Barone (2005), foram responsáveis por profundas alterações de espaço e tempo que se verificaram nos processos de criação-produção-distribuição-circulação do audiovisual como um todo, (e em específico para este estudo, nas etapas de produção de desenhos animados), na medida em que esses processos deixam de depender das delimitações geofísicas e temporais tradicionais.

1.1.1 Era analógica

Já no final do século XIX, a consolidação da tecnologia fotográfica tornou possíveis os estudos do fotógrafo Eadweard Muybridge e do fisiologista Jules Marey, que buscavam compreender, pelo registro sequencial de fotografias, o movimento dos seres vivos. Contemporâneos a esses trabalhos fotográficos, tem-se os brinquedos ópticos, os quais se utilizavam de meios mecânicos para a percepção das imagens em movimento, através do fenômeno ótico conhecido como persistência retiniana (ou persistência da visão).

As pessoas se questionavam a respeito do fenômeno de perceber os raios das rodas das carruagens girando ao contrário, ou mesmo ficando paradas quando o veículo se movia rapidamente. Os cientistas se debruçaram sobre o assunto e, em 1824, Peter Mark Roget publicou o artigo intitulado “*The Persistence of Vision with Regard to Moving Objects*”, o qual estabelecia que o olho humano retém uma imagem por uma fração de segundo enquanto outra imagem está sendo percebida. Disse que o olho humano combina imagens vistas em sequência num único movimento se forem exibidas rapidamente, com regularidade e iluminação adequadas (LUCENA JR., 2011, p. 33-34).

Detentores de alguns nomes como Taumatrópios, Folioscópios, Fenaquistoscópios e Zootrocópios (Figura 3), esses brinquedos eram muito apreciados pelas crianças da época e são considerados o despertar tecnológico da animação. Esses aparatos óticos variavam quanto ao seu formato, mas, eram muito semelhantes quanto à mecânica de seu funcionamento, consistindo basicamente de discos ou cilindros onde eram aplicadas imagens sequenciais de ações simples e cíclicas (iniciava e terminava no mesmo ponto), por exemplo: um malabarista, uma menina pulando corda, um ciclista em ação. Essa sequência de imagens precisava ser girada o mais rapidamente possível para depois ser visualizada através de frestas, que possibilitavam “a interrupção requerida pelo olho para combiná-las corretamente – caso contrário, as imagens em movimento seriam percebidas turvadas” (LUCENA JR., 2011, p. 36). Essas frestas, uma espécie primitiva de obturador, mecanismo sem o qual, a projeção cinematográfica, como conhecemos, não seria possível.

Figura 3: Zootrocópio com tiras animadas intercambiáveis

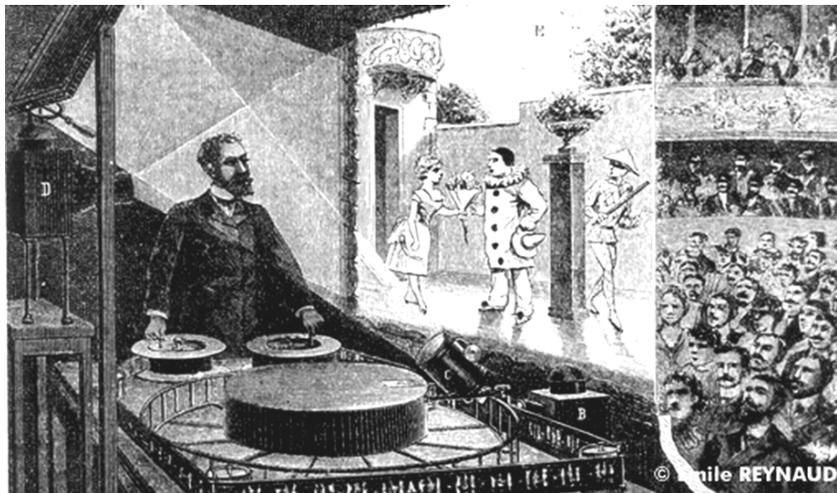


Fonte: República de Fantasia, 2021.

Em 28 de outubro de 1892, o francês Charles-Émile Reynaud apresenta, pela primeira vez, o *Théâtre Optique*, no museu Grevin, em Paris (Figura 4). Essa data, comemorada até hoje, é considerada a primeira exibição pública de imagens animadas. Através de um complexo mecanismo, descendente do zootróscópio, Reynaud projetava um cenário fixo e decompunha o movimento de seus personagens (desenhados um a um, pelo próprio Reynaud) numa longa fita de tecido, desenrolada de uma roda e enrolada em outra.

Reynaud, evidentemente tinha intenção e talento artísticos. Contudo estava preso ao fascínio do instrumento, a sua própria novidade tecnológica, limitante artisticamente como qualquer tecnologia por si mesma. E, como sempre acontece com quem assim se comporta, foi subjugado por outra tecnologia mais avançada (LUCENA JR., 2011, p. 37).

Figura 4: Charles-Émile Reynaud e o *Théâtre Optique*



Fonte: Wikipédia, 2021.

Ressalta-se que, apesar de ser ultrapassado tecnologicamente pelo cinematógrafo (1895), o invento de Reynaud fora muito mais importante para a produção do cinema de animação que o dos irmãos Lumière. De acordo com Lucena Jr. (2011), Reynaud não concebia a projeção de uma fotografia na tela, sem que esta recebesse um tratamento que a transformasse numa outra coisa que não a mera reprodução da imagem capturada:

Apertar um botão que põe uma câmera de filmar em funcionamento ou (como ainda acontecia naqueles tempos pioneiros) girar uma manivela para simplesmente registrar o que quer que se passasse na frente dessa máquina, estava muito distante do que se entendia (e ainda hoje se entende) por arte. Nesse sentido, o Teatro Óptico de Reynaud estava, artisticamente, bem à frente do cinema. Não tendo as imagens disponíveis com a facilidade proporcionada pelo cinema, Reynaud tinha de criá-las, e esse ato de concepção em si mesmo já implica expressão artística. Podemos até contestar sua qualidade, mas aí já temos o ingrediente básico para a arte: a expressão do indivíduo por meio de recursos plásticos (LUCENA JR., 2011, p. 40).

“Não tardou para se perceber que a arte no cinema estava em “trapacear” com a realidade (agora tão facilmente captada), na qual a manipulação do tempo encerrava seu grande segredo” (LUCENA JR, 2011, p. 41). Foi assim que o ilusionista francês George Méliès utilizou

as projeções de imagens em movimento como uma extensão natural de seus truques de teatro, sendo considerado o precursor dos efeitos especiais, inaugurando o chamado cinema espetacular. Entre o seu vasto e criativo repertório de truques e efeitos, destacamos a importância de uma técnica conhecida como *substituição por parada da ação*, que apesar de ter sido descoberta acidentalmente por conta de uma falha técnica em uma câmera, serviu, posteriormente, como um dos pontos de partida para o desenvolvimento da animação que hoje conhecemos por *stop motion*. Empregando propositalmente essa “falha” da câmera, Méliès criou incríveis ilusões para dar vida às suas obras-primas, dentre elas, o fantástico *Le voyage dans la Lune* (Viagem à Lua, 1902).

As duas primeiras décadas do século XX foram marcadas por diversas experimentações e descobertas no campo da animação. Nessa época, o animador ainda tirava proveito da novidade tecnológica do cinema e da animação, para se apresentar ao público em shows ao vivo como o “grande ilusionista, manipulador de imagens”. Mas enquanto ofereciam ao seu público “a magia dos desenhos que se movimentam”, havia um árduo e inventivo trabalho nos bastidores em busca de evoluções técnicas e padronização dos processos, os quais aconteceram, principalmente, entre os anos 1910 e 1915. Embora oficialmente tenha sido o inglês James Stuart Blackton, o artista que realizou o primeiro desenho animado da história (*Humorous phases of funny faces*, de 1906), a história da animação “pós-cinematógrafo” começa de fato com os avanços tecnológicos desenvolvidos pelo francês Émile Cohl²⁶. Além de descobrir que era possível fotografar duas vezes cada desenho sem que houvesse perda significativa na fluidez dos movimentos (reduzindo, assim, o trabalho mecânico de animar pela metade), Cohl também inventou a “caixa de luz”, um aparato que projetava luz, de baixo para cima, em uma superfície translúcida, plana e sólida, onde era possível desenhar um frame, dispondo o frame anterior logo abaixo, cuja imagem podia ser vista pela transposição da luz através das folhas de papel e “assim, produzir os desenhos subsequentes permitindo mais controle da forma e do espaço entre os desenhos. Esse artefato refletiu-se num salto qualitativo na estabilidade das imagens.” (MARQUES, 2014, p. 19).

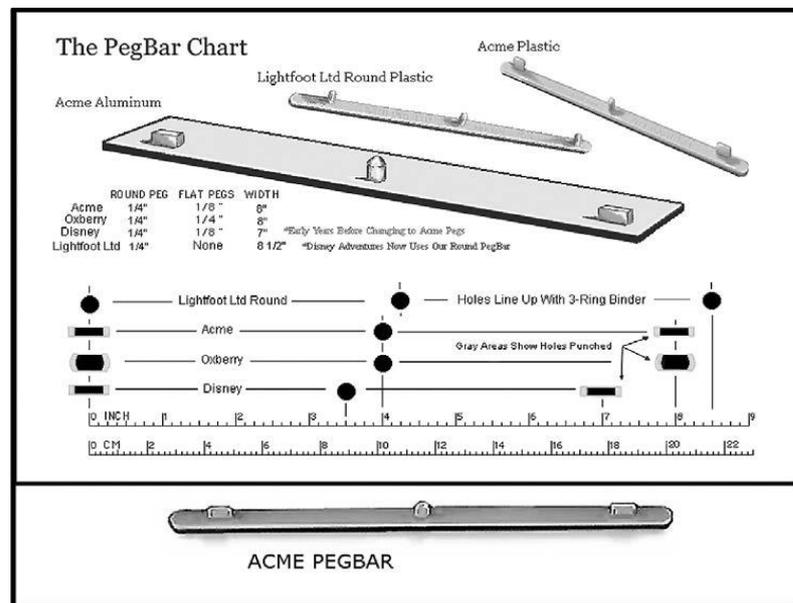
Destaca-se que outro passo definitivo em direção ao cinema de animação, como conhecemos hoje, foi dado nos Estados Unidos, quando o cartunista Winsor McCay animou, durante o ano de 1910, *Little Nemo* (1911). Este curta, que fora apenas um exercício preparatório para sua obra-prima *Gertie the trained dinosaur* (Gertie, o dinossauro, de 1914), exhibe antes da animação propriamente dita, um filmete bem-humorado, relatando os bastidores

²⁶ Cohl que conheceu a animação com mais de 51 anos, estreia seu primeiro curta-metragem animado, *Fantasmagorie*, em 1908, e produz ao longo de sua carreira, mais de 250 animações (MARQUES, 2014).

de sua produção. Diferentemente de Colh, que criou a caixa de luz para visualizar as imagens anteriores da sequência animada, “McCay utilizava papel de arroz para obter a transparência e desenvolveu o sistema de pinos na mesa de animação, com as folhas perfuradas para garantir a referência fixa nas imagens” (MARQUES, 2014, p. 21). O emprego dos pinos possibilitava uma fixação adequada das folhas de papel durante o processo e permitia, ainda, o trabalho simultâneo em mais de uma folha, facilitando o processo de *flipar* os desenhos para checagem.

Ressalta-se que, durante muito tempo, o padrão de pinos mais conhecido e utilizado para régua de animação foi o padrão ACME (Figura 5), composto por três pinos: dois retangulares de bordas arredondadas com um pino circular entre eles, o que impede que a folha de papel se rasgue facilmente durante sua manipulação.

Figura 5: Pinagem padrão ACME e comparativo com outros padrões de pinagem



Fonte: Lifewire, 2021.

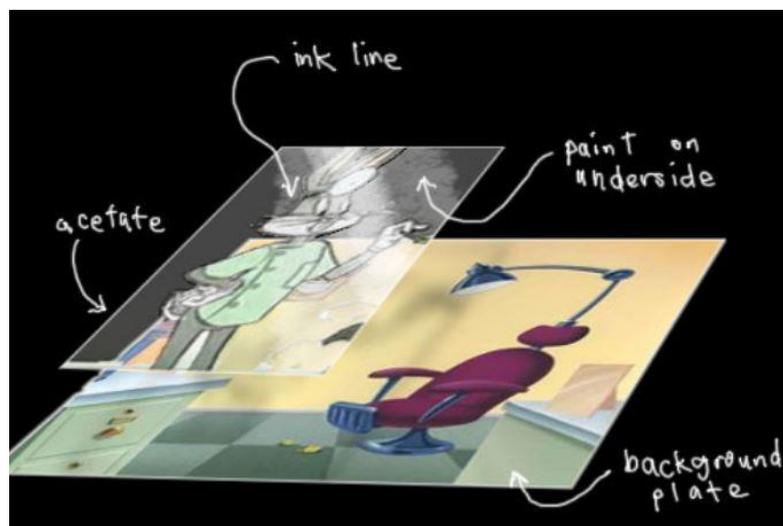
Em 1914, os animadores americanos Earl Hurd e John Randolph Bray patentearam a lâmina de acetato. Essa simples folha de plástico transparente “foi a maior contribuição técnica para a animação tradicional até o advento da computação gráfica” (LUCENA JR., 2011, p. 66). Seu emprego proporcionou aos animadores a possibilidade de animar os personagens sem a preocupação com os cenários, como é demonstrado na Figura 6 (até então, os cenários precisavam ser redesenhos completamente a cada frame da animação, tornando impraticável a criação de cenários complexos²⁷). Esta liberdade resultou em um trabalho mais atencioso tanto

²⁷ Veja com atenção o cenário de *Gertie, the trained dinosaur* (1914), de Winsor McCay. Perceba como o cenário vibra constantemente. Isso se deve ao fato de o cenário ainda ter sido redesenhado a cada frame da animação.

para a animação dos personagens quanto para a criação dos cenários, agora feitos em etapas diferentes da produção e de forma independente, garantindo grandes benefícios técnicos para ambos. O acetato possibilitou, ainda, a utilização de diversos planos entre os personagens e os cenários, intensificando a ilusão de profundidade. Lucena Jr. (2011) elucida o impacto que “essa absurdamente simples tecnologia” significou para a animação, pois,

Ela afeta desde o processo básico de confecção técnica da animação (desenhos, materiais, efeitos, etc.), passando pela sistematização da linha de produção dos estúdios, com um maior nível de especialização de tarefas e, conseqüentemente, ampliação da divisão do trabalho (trazendo mais eficiência), além de, principalmente, proporcionar a liberdade artística que faltava para a animação desenvolver todas as suas possibilidades visuais (ou quase), caracterizando-se definitivamente como uma arte autônoma de valor estético inquestionável (LUCENA JR., 2011, p. 66).

Figura 6: Esquema de animação com acetato



Fonte: Timetoast, 2021.

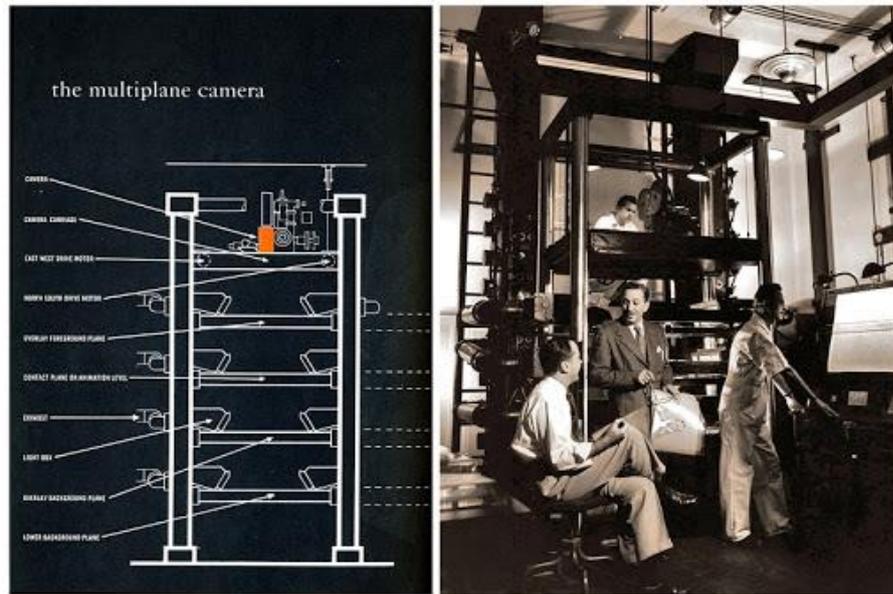
Essa desconexão dos processos trouxe mudanças profundas na produção de animação (pois até então, os animadores trabalhavam ao longo de todas as etapas do processo), abrindo espaço para a segmentação das tarefas, afastando a animação do modelo “romântico”, do “ilusionista das imagens” e a aproximando um pouco mais dos moldes industriais de produção. Um dos responsáveis por essa “industrialização” foi o cartunista e ilustrador norte-americano John Randolph Bray, fundador do *Bray Productions*, estúdio criado em 1914, que além da otimização dos processos introduzida por suas lâminas de acetato, também incorpora procedimentos administrativos à animação, implementando uma espécie de “fordismo na animação”, o que implicou uma revolução na prática artística. Yoon (2008, p. 27) atesta que “o emprego do sistema de Bray-Hurd, que apesar de aumentar o volume de produção, mudou as características da atividade, de criativa e artística, para algo barato e desqualificado como numa linha de montagem”.

Apesar da atual obsolescência das células de acetato, a lógica intrínseca em sua utilização tornou-se padrão na era digital, onde *softwares* para edição de imagens espelham seu conceito (e por consequência, mantendo a estrutura de produção análoga ao sistema de Bray-Hurd) ao organizarem a criação de imagens através do emprego de camadas transparentes sobrepostas (*layers*).

Outra segmentação importante no processo de animar foi desenvolvida pelos Irmãos Fleischer em 1915. Trata-se da intervalação. Os Fleischer perceberam que um animador experiente não precisava fazer todos os frames de uma cena animada, bastava que ele desenhasse as posições mais importantes do movimento (poses-chave). Esse animador informava o número de desenhos que eram necessários entre uma pose-chave e outra e passava o material a um animador, geralmente no início de sua carreira (o intervalador), que ficava responsável por preencher esse volume de desenhos.

Mas o cinema de animação só vai se profissionalizar definitivamente quando Walt e Roy Disney fundam, em 1923, em Los Angeles, o *Disney Brothers Cartoon Studio*, o primeiro estúdio criado no mundo voltado exclusivamente para a produção de animação. Foi entre 1928 e 1938 que aconteceram importantes saltos técnicos e tecnológicos proporcionados pelo empreendedorismo de Disney. Os méritos alcançados por Disney não estão concentrados no campo da invenção, mas, sobretudo, na unificação e aperfeiçoamento das tecnologias empregadas até então: o emprego da sincronia entre música e imagem; a inserção de cor através da tecnologia *technicolor*; a câmera multiplanos projetada pelo técnico Bill Garity (que gerava profundidade de campo e espacialidade às imagens - ver Figura 7); e a elaboração dos *12 princípios da animação*, que colocaram os estúdios Disney como o mais importante e conhecido produtor de desenhos animados. “Com o emprego do som em *Steamboat Willie* em 1928, Mickey se tornou bastante popular, e o sucesso dessa tecnologia consolidou a animação como uma importante técnica na indústria cinematográfica” (YOON, 2008, p. 26).

Figura 7: A câmera multiplanos de Walt Disney



Fonte: MeriStation Comunidad, 2021.

Os trabalhos de Disney, caracterizados, portanto, pelos avanços tecnológicos e também por um grande rigor técnico, atingiram o pináculo da qualidade para o período, servindo de parâmetro para a produção de animação comercial desde então. Os anos de ouro das séries de *Mickey Mouse*, *Donald Duck* e *Silly symphonies* culminaram com a distribuição do primeiro desenho animado comercial de longa-metragem no mundo: *Snow white and the seven dwarfs* (Branca de Neve e os sete anões, 1937).

O êxito de Branca de Neve como filme foi tamanho que se torna irrelevante enumerar seus prêmios e conquistas de mercado. Com Disney, a animação chegara ao seu amadurecimento artístico, definira-se como uma “arte separada dentro de outra arte”. A animação, finalmente, emergia como forma válida de expressão artística e fazia ver todo seu poder como entretenimento (LUCENA JR., 2011, p. 119).

Thomas (1981, p. 39) encerra suas observações sobre a “era de ouro” da Disney ao afirmar que “cada nova geração de animadores era beneficiada pelo o que a anterior aprendia por meio de tentativa e erro [...] e por isso, era mais flexível nas coisas que podia fazer, podendo alcançar maiores resultados”.

Porém, nem só contos de fadas com finais felizes marcaram os primórdios dos estúdios Disney. Cansados do esquema industrial “fordista” (baseado no sistema de Bray-Hurd) e insatisfeitos com as condições precárias de trabalho (excesso de horas trabalhadas, esgotamento, favoritismos e baixos salários), os animadores dos estúdios Disney fizeram, no ano de 1941, uma greve que entrou pra história por abalar não só a indústria de animação “disneyana” mas toda Hollywood (Figura 8). Essa greve ocasionou demissões em massa, permitindo a migração de vários profissionais para estúdios concorrentes, como a *MGM*, a

Warner Brothers e a *Universal*, o que acabou disseminando o *know how* de Disney, mas que para além do simples plágio, abriu caminho para um movimento de contracultura, com o surgimento de novas vertentes técnicas e estéticas.

Figura 8: Greve dos Estúdios Disney em 1941. O famoso animador Chuck Jones leva uma guilhotina com um boneco do advogado de Disney, Gunther Lessing



Fonte: *Frame* captado de vídeo disponível em: <https://paleofuture.gizmodo.com/that-time-animators-brought-a-guillotine-to-the-disney-1839802702>. Acesso em 02 de mar. de 2021.

Talvez o mais proeminente desses movimentos de ruptura do *mainstream disneyano*, tenha sido a criação do estúdio U.P.A. (*United Pictures of America*), em 1943, com um grupo de ex-funcionários da Disney demitidos depois da greve de 1941. A U.P.A. descrevia sua atuação no mercado através do “entusiasmo em fazer filmes diferentes daqueles estabelecidos pelas fórmulas do cartum Hollywoodiano”. Mas seu sofisticado estilo de animação sofreu um duro revés

[...] pelo fato de o conceito de animação limitada da U.P.A. ter sido promovido no instante em que a televisão ganhava impulso e precisava de programas abundantes e baratos, acabou por gerar consequências desastrosas na nova mídia. Isso porque sua abordagem limitada da animação, que fora resultado de um valoroso experimento artístico, servia sob medida para a confecção de desenhos animados de baixo custo (por exigir muito menos desenhos, que, por sua vez, eram mais simples e, portanto, não ofereciam dificuldade de produção mesmo por mão de obra pouco habilitada). Uma desvirtuação que gerou danos que se refletem até hoje, sendo a origem da péssima qualidade de um sem-número de séries televisivas infantilizadas, que acabaram por criar a ideia de animação como produto de consumo para crianças (LUCENA JR., 2011, p. 134-135).

Após o término da Segunda Grande Guerra, muitos estúdios de animação (cujo modelo de produção ainda era muito rebuscado e voltado à produção cinematográfica) não conseguiram enfrentar a concorrência ocasionada pela difusão da televisão ao longo dos anos 1950 e acabaram por encerrar suas atividades. Este foi, por exemplo, “o caso do MGM *animation*, cujo fechamento fez com que dois animadores abrissem (em 1957) as portas de um empreendimento

independente, voltado exclusivamente a produções de televisão. Esses animadores se chamavam William HANNA e Joseph BARBERA” (YOON, 2008, p. 27).

Os estúdios Hanna-Barbera se destacaram nas produções televisivas, através de técnicas de otimização e economia dos processos, conseguindo atingir uma impressionante produção em massa a partir do extenso reaproveitamento de cenários, personagens e mesmo partes deles. O segredo consistia em utilizar de forma inteligente, a possibilidade de criação de múltiplas camadas sobrepostas, técnica proporcionada pelo emprego das lâminas de acetato, elaborando personagens de estrutura simples, totalmente desmembráveis (Figura 9) e fáceis de desenhar e paralelamente, empregando ângulos de câmera pouco audaciosos e mantendo quase todas suas cenas sob a perspectiva do olho humano. Deste modo, foi possível reduzir o número de 14.000 desenhos necessários à produção de um show de sete minutos, para algo em torno de 2.000²⁸.

Figura 9: Sistema de "desmembramento" de personagem criado por Hanna-Barbera. Questões de *design* como golas e barbas por fazer eram cruciais para a otimização desse processo



Fonte: Autor, 2021.

Assim, através da televisão, os desenhos animados passaram a fazer parte do cotidiano de milhares de pessoas e, por consequência, integraram-se definitivamente ao imaginário popular e à cultura de massa. A popularização das animações, no entanto, ocasionou profundas mudanças na forma de se entender e de se produzir animação. Yoon (2008) relata que a partir da crescente demanda de conteúdo televisivo para os programas matinais infantis, da luta incessante pela redução de custos e também como forma de fugir dos problemas trabalhistas ocasionados pela proteção garantida pelos sindicatos nos EUA aos animadores americanos após

²⁸ Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6193603.stm>.

a greve de 1941, foi executado um movimento de busca por outros mercados produtores de animação, dando início a um (ainda) tímido processo de produção internacional através de *offshoring*. Como a qualidade dos programas televisivos não era muito alta, eles poderiam ser satisfatoriamente reproduzidos por mercados menos experientes, muito mais baratos e fora da vigilância sindical, como, por exemplo, China e Índia.

Mas após esse primeiro movimento de internacionalização, a produção de animação se desenvolveu pouco tecnicamente nas décadas seguintes (1970 e 1980), caracterizadas por um esgotamento da criatividade e pela manutenção dos dois principais modos de produção elaborados por Disney (focado em produções cinematográficas - carisma, boas histórias e qualidade técnica impecável) e Hanna-Barbera (focado em produções televisivas - quantidade de produção, baixo custo e pouco prazo para execução). Começou-se a esboçar, no cenário internacional, um modelo que permanece até os dias correntes, onde os estúdios mantêm o controle da parte criativa do processo enquanto exportam o trabalho técnico de execução das animações (que demanda mão de obra especializada, porém necessariamente vasta e de baixo custo), como será aprofundado na sequência.

1.1.2 Era Digital – Computação gráfica

A produção de animação, mesmo com todo o desenvolvimento tecnológico que levou à industrialização encabeçada por Disney, sempre fora executada de forma artesanal e analógica, com a necessidade do emprego de equipamentos volumosos (muitas vezes criados e desenvolvidos pelos próprios técnicos da área), insumos raros e de custo elevado, além de uma extensa mão de obra especializada. Também se utilizavam de grandes depósitos para armazenamento desses insumos, literalmente, toneladas de material gráfico e fílmico, como folhas de papel, lâminas de acetato, lápis, nanquim, tintas especiais, rolos de filme e soluções químicas para revelação. E, ainda, era necessário um vasto espaço para a disposição do material “pesado”, como mesas de luz com *design* dedicado à animação, furadores de papel industriais adaptados à pinagem ACME e equipamentos especiais para a captura das imagens, como a câmera multiplanos, que tinha mais de quatro metros de altura (como já apresentada na Figura 7).

Para lidar com todo esse *hardware*, era necessária uma vasta infraestrutura, assim como de uma equipe com centenas de colaboradores, para que a produção de uma obra animada fosse executada em um prazo razoável. Diante dessa realidade, inviabilizava-se a criação de um mercado de animação com potencial comercial em países subdesenvolvidos, como é o caso do Brasil. Neste contexto histórico, apenas países mais desenvolvidos como Inglaterra, França e Japão conseguiam, ainda que de forma tímida, alavancar alguma produção comercial independente dos Estados Unidos. Para que a produção comercial de animação pudesse alcançar novos territórios, seria preciso, em primeiro lugar, o barateamento e a portabilidade do equipamento necessário, nas palavras de Lucena Jr. (2011, p. 19):

Apesar de uma série de aperfeiçoamentos no sistema produtivo do filme de animação, a confecção de um desenho animado permanecia uma tarefa atrelada a um processo artesanal anacrônico bem no seio do processo industrial, pois a etapa de desenho e de pintura seguia reproduzindo os métodos tradicionais há muito conhecidos. Considerando as dezenas, centenas de milhares de desenhos necessários à realização de um filme de animação, dá para imaginar os entraves existentes para se atingir um regime de produção equivalente ao potencial expressivo dessa arte. O advento de uma técnica que eliminasse os entraves de ter de criar cada desenho (automatizando tarefas), ao mesmo tempo em que mantivesse o controle dos elementos de sintaxe visual como nos obtidos pelo desenho e pela pintura, significaria o renascimento da animação.

E foi esse o papel que coube aos computadores, que através da revolução digital, responsável pelo escalonamento e, de certo modo, democratização da produção de desenhos animados através do uso das tecnologias digitais, permitiu uma expansão de forma consistente do mercado de animação para além do tradicional mercado norte americano. Já em 1960, ocorrem os primeiros ensaios da computação no universo das artes plásticas e da animação, despertando em um âmbito laboratorial de pesquisa universitária, “ocorrendo principalmente no *MIT Lincoln Lab*, na universidade de Utah e no *New York Institute of Technology*” (YOON, 2008, p. 30). Nesse primeiro momento, as descobertas das possibilidades computacionais na geração de imagens através da mediação digital eram, com razão, mais importantes que seus aspectos plásticos. Para produzir uma simples linha na tela, faziam-se necessários avançados conhecimentos computacionais, matemáticos e de programação. Através de uma interface pouco amigável, os pontos extremos (vértices) das imagens deviam ser digitados como coordenadas cartesianas, gerando figuras geométricas básicas, compostas por vetores em *wireframe*. Na tela, surgiam prismas, pirâmides e cubos que, quando muito, podiam rotacionar sobre o próprio eixo. Ou seja, tudo ainda era muito complicado, elementar e matemático demais para despertar o interesse da classe artística. As tecnologias computacionais só começariam a sair do domínio universitário para flertar com as artes plásticas e com a indústria audiovisual a partir dos anos 1970. Lucena Jr. (2011, p. 320), pontua que esta

[...] época não poderia ser mais propícia para testar a nova tecnologia. As artes visuais experimentavam uma fase de esgotamento generalizado após os excessos dos anos 1960: as artes plásticas não tinham mais o que desconstruir ou chocar, os efeitos especiais do cinema pareciam ter atingido o limite com *2001: Uma odisseia no espaço*, em 1968; e o cinema de animação em particular, depois da morte de Walt Disney, em 1966, sentira a perda de seu mais proeminente representante e entrara em depressão.

De acordo com Marques (2014, p. 64), nessa época, os grandes estúdios começaram a tomar conhecimento das tecnologias digitais, mas dentro de um

[...] contexto em que a cinematografia de Walt Disney ainda reinava como linguagem padrão de excelência em animação era possível que a nova linguagem, em desenvolvimento, trazida pela tecnologia computacional, soasse algo sem acabamento, desprovido de “arte”.

De fato, a tecnologia em computação gráfica disponível nos anos 1970 ainda era muito cara e rudimentar se comparada aos resultados atuais obtidos pelos filmes em CGI e inevitavelmente sofreu resistência, principalmente nos estúdios Disney, que, ironicamente, é conhecido por ser um berço de inovação e empreendedorismo. Catmull (2014, p. 32) relata sobre uma visita que fez à “casa do Mickey” no início de sua carreira, em 1973, quando tentou implementar soluções de computação gráfica no estúdio:

Uma coisa ficou clara imediatamente. As pessoas que conheci na Disney não tinham o menor interesse pelo programa de intercâmbio de *Southerland*. O espírito tecnicamente aventureiro de Walt Disney terminara havia muito tempo. Minhas descrições entusiásticas foram recebidas com indiferença. Para eles, computadores e animação simplesmente não se misturavam.

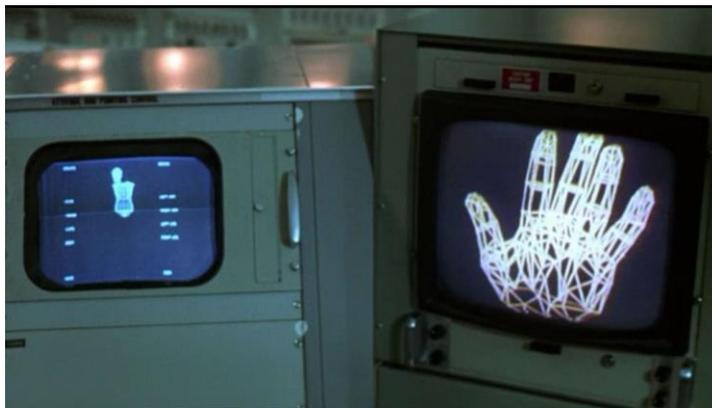
Catmull narra de forma recorrente a sua frustração em não ter talento para ser um animador, mas apaixonado pela arte das imagens em movimento, concentrou seus esforços num segmento em que tinha mais domínio e nessa busca pela unificação da tecnologia computacional com as artes visuais, acabou por se tornar “o mais importante nome dos cientistas em computação gráfica para o segmento da animação” (LUCENA JR., 2011, p. 320). Em parceria com o cineasta George Lucas e atuando dentro da ILM (*Industrial Light & Magic*)²⁹, Catmull coordenou uma equipe responsável por desenvolver, otimizar e criar interfaces mais amigáveis para diversas ferramentas digitais em prol dos artistas, fugindo da rigidez geométrica, artificial e matemática “insuficiente para a produção competitiva de animação de personagens” (LUCENA JR., 2011, p.351). Em outras palavras, essa otimização

[...] deve ser entendida como a eliminação de qualquer obstáculo entre o artista e a manipulação direta dos elementos de sintaxe plástica, condição essencial para a emergência da expressão visual autêntica. Em outras palavras, suprimir, na fase de entrada dos dados, o contato com códigos matemáticos e linguagem de programação por digitação de comandos, obtendo, na saída, resposta em tempo real (LUCENA JR., 2011, p. 339).

²⁹ Para saber mais: <https://www.ilm.com/>.

Porém, mesmo com os avanços conseguidos pela equipe de Catmull, as primeiras incursões da computação gráfica no campo da animação se resumiram a atividades de suporte nos bastidores da produção, como, por exemplo, a criação de perspectivas simples em *wireframe*, que ajudariam ao artista a desenhar um cenário com mais precisão (mas ainda de forma analógica, com lápis e papel) e modelos tridimensionais rudimentares dos personagens, cuja função era visualização do volume e estudos de enquadramento, mas nada que fosse parar diretamente nas telas defronte à audiência. No entanto, através dos esforços da ILM, a computação gráfica, no final dos anos 1970 e durante os anos 1980, ganhou notoriedade na produção de efeitos especiais em filmes de imagem real. Em 1976, Ed Catmull e Frederic Parke difundiram o uso da computação gráfica tridimensional através de um curto trecho do filme *Futureworld* (Mundo Futuro: Ano 2003, Operação Terra, dirigido por Richard T. Heffron), no qual uma mão e um rosto humanos, representados com aspecto de *wireframe*, movimentavam-se numa tela de computador “futurista”, como pode ser observado na Figura 10 a seguir.

Figura 10: Trecho do filme *Futureworld*, de 1976



Fonte: Pinterest, 2021.

O êxito dos efeitos especiais em *Futureworld* abriu caminho para um dos maiores fenômenos da indústria cinematográfica: *Star Wars* (Guerra nas estrelas, George Lucas, 1977), mas ainda faltava muito para que a computação gráfica ganhasse a anuência dos estúdios de animação. De acordo com Marques (2014, p. 69), os computadores precisariam provar serem eficientes em vários tópicos para que seu alto investimento fosse justificado, passando por: aspectos práticos ao facilitar tarefas repetitivas; aspectos estéticos com a inserção dos modelos tridimensionais, efeitos visuais e a busca pelo fotorrealismo; aspectos funcionais com a otimização do fluxo de trabalho; aspectos econômicos ao baratear custos de produção. Uma vez que esses aspectos pouco a pouco começaram a ser atendidos, os computadores finalmente ganharam espaço nos estúdios de animação, num movimento que se sabe hoje, irreversível.

Há controvérsias sobre qual foi o primeiro filme a utilizar computação gráfica de forma mais robusta dentro de uma produção animada. Oficialmente, *The Great Mouse Detective* (As peripécias do ratinho detetive, de Ron Clements e Burny Mattinson, 1986), foi o primeiro, mas há indícios de que um ano antes, *The Black Cauldron* (O caldeirão mágico, de Ted Berman e Richard Rich, 1985) já utilizava trechos com computação gráfica (YOON, 2008). De qualquer modo, os dois filmes foram produzidos pelos estúdios Disney contemporaneamente, dando a entender que ambos tiveram acesso à nova tecnologia à disposição de forma equivalente. Ainda assim, a computação gráfica se encontrava velada nesses filmes, escondida dentro da linguagem bidimensional consolidada há gerações por Walt Disney e acabou não sendo algo percebido pelo grande público. A tímida aplicação de uma nova tecnologia faz parte uma estratégia comum na indústria do entretenimento. Ao testar uma nova tecnologia em apenas trechos de uma obra, busca-se ganhar familiaridade e experiência, e então, caso essa tecnologia passe por critérios técnicos e aceitação do público, ela passa a fazer parte do vocabulário das produções *mainstream* (exatamente como aconteceu com as primeiras experiências cinematográficas em relação ao som em *The Jazz Singer* (O cantor de jazz, Alan Crosland, 1927) e a cor em *The Wizard of Oz* (O mágico de Oz, Victor Fleming, 1939)).

O alvorecer dos filmes totalmente produzidos em computação gráfica começou com um singelo curta (praticamente uma *demo* técnica) de Alvy Ray Smith, intitulado *The Adventures of Andre e Wally B.* (As aventuras de André e Wally B., 1984) ainda quando a Pixar³⁰ (maior referência mundial em animações feitas por computação gráfica) era um embrião dentro da Lucasfilm³¹, e culminou com a estreia de *Toy Story*³² (de John Lasseter, 1995) nos cinemas. Paulo Muppet, diretor e proprietário da *Birde Studio*³³, comenta a respeito do fascínio que a computação gráfica causou nas pessoas:

Teve o *boom* do longa-metragem, teve o *boom* da animação 3D, porque era um negócio muito novo e incrível e ninguém nunca tinha visto nada visualmente parecido naquela época. Era impossível. Na época que a Pixar lançava *Toy Story*, *Vida de Inseto*, *Procurando Nemo*³⁴ não tinha mais nada no planeta Terra que fosse visualmente semelhante. Então, se você queria ver algo com aquela estética, a única chance que você tinha era assistir a um filme da Pixar, e isso era muito, muito, muito valioso. [...] Foram 4 ou 5 anos que eles eram topo de bilheteria por conta da estética, por conta da tecnologia nova. [...] Quando o John Lasseter foi questionado sobre o sucesso da Pixar, ele respondeu que o segredo dele estava em três coisas, três regras: a história, a história e a história. E ele jamais sequer mencionou que eles tinham uma coisa visualmente diferente do resto do planeta Terra. Então assim, é uma história

³⁰ Para saber mais: <https://www.pixar.com/>.

³¹ Para saber mais: <https://www.lucasfilm.com/>.

³² Há quem defenda que o filme brasileiro *Cassiopéia* (de Clóvis Vieira, 1996) mereça esse crédito, mas essa é uma discussão para uma outra pesquisa.

³³ Para saber mais: <https://www.birde.com.br/>.

³⁴ *Toy story* (de John Lasseter, 1995); *A Bug's Life* (Vida de inseto, de John Lasseter, 1998); *Finding Nemo* (Procurando Nemo, de Andrew Stanton, 2003).

muito mal documentada, é uma história que é focada no roteiro e não no desenvolvimento visual que sim, esse sim, foi o grande “pulo do gato” da indústria. (Informação verbal)³⁵

A partir de *Toy Story*, foi inaugurado um novo momento na história dos desenhos animados que levou posteriormente ao surgimento de novos mercados produtores de animação, somente possíveis por intermédio da computação gráfica. O computador (suporte “leve”), por fim, substituiu a mesa de luz, as folhas de papel e acetatos, bem como a câmera de filmar e as películas 35mm como suporte para a produção de animação³⁶ (suportes “pesados”). As possibilidades desta nova tecnologia, enfim, arrebataram a indústria, provando ser uma ferramenta mais do que eficaz para suprir os anseios técnicos e estéticos de artistas e de público. Ennio Torresan Jr. narra a transição tardia de sua tarefa analógica de produção de *storyboards* para a produção digital, e como ela influenciou positivamente a qualidade de produção dos longas-metragens na *DreamWorks*³⁷:

[...] No início do *Bee Movie*³⁸, eu fazia tudo no papel, a gente fazia o *storyboard* ainda no papel. E com a *Cintiq*³⁹, o *storyboard* foi uma transformação muito fácil, porque a gente não precisava refazer o cenário um milhão de vezes, fazia uma vez só e você só colocava os personagens por cima e imprimia aquilo. Ainda era impresso. A gente imprimia em papel e fazia o *pitching* no papel, num *board* gigantesco assim, fazia o *pitch* com uma varinha e ficava apontando, porque era assim que se fazia já há cinquenta anos, foi o (Walt) Disney que inventou esse método, então aquilo [...] influenciava todos os estúdios, né. [...] a gente propôs lá, aos produtores que se fizessem *Pitches* digitais, que se projetasse numa tela grande e a gente ficasse na frente da tela com um *clicker*, um negócio pequenininho assim, que a gente ficava apertando, que possibilitava a reposição de cada imagem. Então a gente ficava na frente da tela, a tela gigantesca e apertando o *clicker*, fazendo com isso o *timing* das imagens e fazendo o *pitching* verbal, né. E fazendo todas as ações que a gente sempre fazia quando usava a varinha com os desenhos. A vantagem é que as pessoas não precisavam ficar grudadas nos painéis, para tentar decifrar os desenhos. Eles eram muito mais facilmente vistos naquela tela grande, e a vantagem é que a gente controlava também o *timing* de cada imagem, então, as *gags* funcionavam muito melhor, o movimento de câmera era muito mais apurado, dava para passar a ideia do que que a gente estava querendo falar cinematograficamente, né? Ali a linguagem cinematográfica ficou muito mais sofisticada também por causa disso. E eu comecei a usar também o *After Effects*, pra ter um movimento mais orgânico da câmera e eu mexia com a câmera por dentro desse cenário que eu montava em 3D no *After Effects*, e com os personagens que eu mesmo desenhava. E então isso acabou dando uma qualidade para os nossos *storyboards* que não existiam antes, jamais existiram. (Informação verbal)⁴⁰

³⁵ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

³⁶ Somente a técnica de *stopmotion*, por ser essencialmente ligada ao mundo físico, ainda necessita obrigatoriamente de câmeras para a captura dos movimentos. Demais processos de tratamento de imagem, composição e montagem, no entanto, também adotam as tecnologias digitais.

³⁷ Para saber mais: <https://www.dreamworks.com/>.

³⁸ *Bee Movie* (*Bee Movie: A história de uma abelha*, de Steve Hickner e Simon J. Scumum, 2007).

³⁹ Para saber mais: <https://www.wacomstore.com.br/cintiq>.

⁴⁰ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

Enquanto isso, no Brasil, em meados dos anos 1980, já se tinha o conhecimento das tecnologias computacionais primitivas utilizadas pelos norte-americanos. Historicamente dotados de poucos recursos, os animadores brasileiros enfrentavam com criatividade as limitações tecnológicas e tentavam emular as imagens tridimensionais de modo analógico, “com a truca, centenas de fotolitos e múltipla exposição, num processo integralmente mecânico-óptico-químico que exigia muitos cálculos e uma ficha de animação perfeita.” (MARQUES, 2014, p. 65).

Além de ter que lidar com uma tecnologia precária e improvisada, as medidas restritivas do pacote econômico⁴¹ decretado pelo governo Collor (1990-1992) impactaram a produção de muitos estúdios, cujos trabalhos em andamento e os orçamentos futuros foram cancelados ou reduzidos. E para complicar ainda mais a situação até o final do seu governo (1992), por conta de uma lei de reserva de mercado oriunda dos governos militares, a PNI⁴², eram proibidas as importações de equipamentos e suprimentos de informática.

O único jeito de chegar equipamento aqui era por contrabando. Era tudo fechado, nem hospital podia ter coisa digital, não podia ter imagem de tomografia; carro não podia ter injeção eletrônica; não podia; não podia entrar nada digital no Brasil, na época havia reserva de mercado para aquelas empresas que ficavam mamando, e atrasou o país em 30 anos, até hoje a gente tá atrasado por conta disso. (BATISTA, Alceu. [Entrevista concedida a] MARQUES, 2014, p. 57)

Enfim, a abertura do mercado promovida no final do governo Collor, continuando com Itamar Franco (1992 – 1995) e ampliada por Fernando Henrique Cardoso (1995 – 2002), deu um novo impulso para as produções nacionais, permitindo que os estúdios pudessem adquirir “oficialmente” seus primeiros computadores.

E daí, foi quando o cenário brasileiro mudou completamente, começaram a aparecer um monte de estúdios de animação, eles tinham um incentivo muito grande para a cultura brasileira, o Brasil estava vivendo os melhores momentos da sua vida, depois do Juscelino (Kubitschek) eu acho. (Informação verbal)⁴³

⁴¹ O novo pacote econômico, batizado de Brasil Novo e popularizado como Plano Collor, incluía, entre outras medidas de estabilização, a extinção de 24 empresas estatais (entre elas a EMBRAFILME), a demissão de 81 mil funcionários públicos e o bloqueio de cerca de 80% do dinheiro aplicado em cadernetas de poupança e em contas correntes. Estima-se que o governo tenha confiscado o equivalente a cerca de US\$100 bilhões, o equivalente a 30% do PIB. (Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/confisco-da-poupanca-o-que-aconteceu-em-marco-de-1990/>).

⁴² A Política Nacional de Informática (PNI), Lei n.º 7.232, foi aprovada em 29 de outubro de 1984 pelo Congresso Nacional, com prazo de vigência previamente estabelecido em 8 anos e visando a estimular o desenvolvimento da indústria de informática no Brasil através do estabelecimento de uma reserva de mercado para as empresas de capital nacional. (Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_Nacional_de_Inform%C3%A1tica).

⁴³ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

Segundo Marta Machado (2012, p. 7), “o mercado de animação brasileiro cresceu muito nos últimos 10 anos⁴⁴, resultado da acessibilidade aos meios de produção, promovida pela ampliação do uso de tecnologia digital no setor, bem como dos crescentes incentivos governamentais para a área”. Avelar, em entrevista para o pesquisador Leonardo Ribeiro (2012, p. 31), afirma:

Com a chegada da computação, não da computação gráfica, que chamamos de 3D, mas sim com a chegada do computador, de recursos digitais. Daí, esquecemos o acetato, começamos a pintar a animação no computador, a imagem é digital, começamos a editar no computador, começamos a fazer *pencil test*. Desde o fim dos anos 1980, os acetatos começaram a desaparecer em proveito de uma técnica de *scan* dos desenhos que permite em seguida colori-los digitalmente e integrá-los mais facilmente. Daí, a animação decolou!

O custo inicial com os computadores, programas e periféricos era bastante alto, mas compensava ao longo do tempo, à medida que sua implementação reduzia e aos poucos ia eliminando o consumo dos insumos analógicos e laboratoriais. Por conta dessa economia e pelas demais praticidades já enumeradas, muito pouca resistência foi oferecida ante a chegada da nova tecnologia (já consolidada em mercados internacionais).

Eu não conheci ninguém contra os computadores. Nem por medo, nem por purismo. Produzir animação antes deles era muito caro, acetatos, película, *table tops*, laboratórios... Não podia ficar mais complicado. Os primeiros *softs* eram bem toscos, mas logo no começo dos anos 90 foram lançados alguns como o AXA, que reproduziam tudo o que se fazia num estúdio. (GALVÃO, Arnaldo. [Entrevista concedida a] MARQUES, 2014, p. 74).

A inserção da computação gráfica nas produções de animação significou, em todo o mundo, o começo de um movimento de abertura do mercado para além do modelo vigente, estagnado por décadas, que era centralizador e mantinha a mesma lógica processual desenvolvida para a realização de *Branca de Neve*, em 1937. Cabe ressaltar, que as etapas requeridas pelo processo de produção não mudariam significativamente, mas seu “modo de fazer” seria radicalmente alterado. E, também, ressalta-se que a tendência de barateamento dos equipamentos computacionais, observada com o passar dos anos, não impactou somente os estúdios consolidados, mas também “semeou a possibilidade de empreendedorismo em uma nova geração de profissionais” (MARQUES, 2014, p. 87).

A chegada dos computadores foi somente o início de um processo de transformações radicais relacionadas à natureza dos suportes, que de acordo com os preceitos de Innis (2008), passaram de “pesados” para “leves”, alterando de modo definitivo os *bias* em relação ao tempo e ao espaço das produções audiovisuais. Todavia, essa transformação ainda não havia atingido

⁴⁴ Destaca-se que o texto de Machado é de 2012. Então a época citada por ela corresponde à primeira década dos anos 2000.

as cadeias de distribuição e exibição, que dependiam de logística analógica por conta de seus suportes “pesados”, como os volumosos rolos de filmes 35mm. Deste modo, mesmo tendo sua produção digital, havia a necessidade de transpor as animações para as películas, num processo fotoquímico conhecido como *transfer*. A computação só se consolidaria e transformaria definitivamente (direta ou indiretamente) todos os mercados de trabalho em proporções globais, a partir do advento das redes de computador através da conectividade proporcionada pela internet.

1.1.3 Era Digital – www: Redes e conectividade

A utilização das tecnologias digitais em alguns segmentos da indústria audiovisual, a partir da década de 1980, como é possível constatar, é consequência de um processo de desenvolvimento tecnológico da eletrônica e da informática, do qual fazem parte o aperfeiçoamento dos microcomputadores, iniciado nos anos de 1970, a evolução dos *softwares* de produção gráfica na segunda metade da década de 1980 (a ponto de um artista não precisar também ser um programador). A miniaturização e produção em massa dos microcomputadores viabilizaram custos mais acessíveis para o *hardware*. Computadores e seus periféricos passaram a ser vendidos como eletrodomésticos, cada vez mais portáteis e eficazes, tornando possível a produção de animações em lugares para além dos grandes estúdios, com seu complicado maquinário técnico, pesado, sofisticado e excludente.

Manuel Castells (2001) concede à revolução da tecnologia da informação a mesma importância da Revolução Industrial no século XVIII, pois ambas induziram “um padrão de descontinuidade nas bases materiais da economia, sociedade e cultura” (CASTELLS, 2001, p. 50). Yoon (2008) afirma que com o desenvolvimento das tecnologias digitais, foi sentida uma rápida expansão das indústrias culturais no início do século XXI, não só através da sua adoção como ferramentas de produção, mas também por conta dos novos dispositivos de transmissão, armazenamento e reprodução, que ampliaram o consumo dos produtos culturais de massa, e por consequência, sua demanda.

Mas não foi somente o conjunto de *software* e *hardware* computacionais que impulsionaram a produção cultural no mundo. A conectividade através das redes de computação teve um papel fundamental para esse movimento. A icônica rede “www”, sigla para *World Wide Web*, ou algo como “teia de alcance mundial” surgiu no início dos anos 1990 e mudou completamente as relações do ser humano com seus pares, com a cultura, com o

entretenimento e com o trabalho. Castells, em “A galáxia da internet” (2003), explica que as redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, “características ideais para se sobreviver e prosperar em um ambiente em rápida mutação” (CASTELLS, 2003, p. 7). E, portanto, “as redes estão proliferando em todos os domínios da economia e da sociedade, desbancando corporações verticalmente organizadas e burocracias centralizadas e superando-as em desempenho” (CASTELLS, 2003, p. 7).

Baseado nos conceitos de Henry Jenkins, Deuze (2007, p. 74) afirma que a convergência proporcionada pelo amplo uso das tecnologias de conectividade digital não deve ser vista apenas como um mero processo tecnológico, mas também como uma atividade detentora de “uma lógica cultural própria, confundindo as linhas entre produção e consumo, entre fazer mídia e usar mídia, e entre espectador ativo ou passivo da cultura mediada.” Negroponte (2002, p. 159) complementa ao afirmar que na era da pós-informação, “a vida digital exigirá cada vez menos que você esteja num determinado lugar em determinada hora, e a transmissão do próprio lugar é que vai começar a se tornar realidade”.

Em consequência disso, Scolari (2015) ressalta que esse contexto responsável pela revolução digital das comunicações levou a um “renascimento” da teoria de ecologia das mídias de McLuhan (1911-1980), na qual a aceleração das trocas e fluxos culturais entre os países, proporcionada pelas tecnologias digitais de conexão (redes e internet), deu início a mutações na lógica da comunicação, trazendo uma nova formulação de “concepção global”, de complementariedade entre os meios e a sociedade e dos meios entre si, capazes de gerar no seu entorno uma cultura “invisível” que possibilita e condiciona comportamentos, relações, formas de pensar e de perceber, algo semelhante à lógica de um ecossistema. Esta teoria sugere que qualquer modificação em um dos fatores que compõe o ambiente interfere no todo e impacta também cada uma das partes que o constitui, ou seja, enquanto moldamos instrumentos de comunicação, os instrumentos também nos remodelam sem que estejamos conscientes disso. Sendo assim, o conjunto de interfaces midiáticas também se comporta como um sistema vivo, um ecossistema: novas técnicas e metodologias surgem, outras são deixadas de lado, as produções se ajustam ao sabor da preferência do público, mercados são conquistados, enquanto outros são perdidos... Entendemos, indo ao encontro das proposições de Scolari (2015), que a crescente “plataformização” das sociedades (graças ao desenvolvimento tecnológico e a aceleração das trocas e fluxos culturais entre os países) alterou drasticamente o ecossistema midiático ao corroer a distinção entre mercado interno e mercado externo (MARTEL, 2012), removendo as barreiras geográficas (NEGROPONTE, 2002) e impactando parte significativa

das atividades humanas (CASTELLS, 2001). Deuze (2007) complementa que devido à proliferação mundial da internet, a mídia passou a fazer parte de todos os aspectos cotidianos da vida, e que “as inovações aceleradas nas novas tecnologias de informação e comunicação que, por sua vez, se desenvolvem como um reflexo de novas demandas de consumo e produção” (DEUZE, 2007, p. 12-13). Hoje, já é banal termos

[...] anúncios de criativos no Soho que trabalham com produtores de vídeo em Milão, jogadores sul-coreanos que jogam *online* com amigos em Iowa, programadores de *software* indianos que trabalham com engenheiros de computação na Alemanha. A infraestrutura física da internet seria uma excelente representação de tais redes, onde as pessoas estão ao mesmo tempo conectadas a outras em todo o mundo e, ao mesmo tempo, funcionam em crescente isolamento social (DEUZE, 2007, p. 16).

Por conta de tais características de flexibilização do espaço antecipadas, em 2002, por Negroponte e reiterada por Castells (2003), Deuze (2007) e Scolari (2015), a utilização das redes se tornou, mais do que a computação gráfica em si, fator determinante para o rápido escalonamento das atividades ligadas aos serviços e à produção cultural, isto é, as atividades do trabalho imaterial⁴⁵, como no caso das produções audiovisuais e, principalmente, a de desenhos animados. Martel (2012) discorre com clareza a diferença entre os modelos de produção hollywoodianos, conforme o avanço das tecnologias digitais:

De certa forma, todos trabalhavam numa linha de montagem, pois o cinema era antes de mais nada uma indústria. Com o desmoronamento que sobreveio em 1948, quando a Suprema Corte dos Estados Unidos proibiu a concentração, os estúdios perderam o monopólio, suas salas de cinema (obrigatoriamente vendidas), e foram obrigados a limitar-se à produção. A partir de meados da década de 1950, o sistema industrial e centralizado de Hollywood desapareceu, evoluindo para um modelo mais fluido. Hoje, na nova Hollywood, um filme é financiado por um estúdio que lhe dá o “*green light*” (que o endossa), mas não o faz. O produto é entregue, sob permanente controle de agências de talento remuneradas com um percentual sobre todas as transações, a milhares de produtoras, *start-ups* técnicas, pequenas e médias empresas especializadas na escolha de elenco, pós-produção, efeitos especiais e criação de “*trailers*” promocionais. O filme é terceirizado a empresas especializadas na Ásia, artesãos de Los Angeles, agências de comunicação globalizadas e companhias especializadas na distribuição de filmes em determinados países. Todos são independentes, mas ligados por contrato, num sistema infinitamente mais complexo que os estúdios de outros tempos. Estima-se que 115 mil empresas, em sua maioria pequenas e médias, com menos de dez pessoas, participam hoje da economia americana do cinema e da televisão, e que a estas estão diretamente ligados 770 mil assalariados e, indiretamente, 1,7 milhão de empregos [...]. Cada filme, portanto, é um empreendimento autônomo (MARTEL, 2012, p. 87-88).

Presenciamos, deste modo, a obsolescência do antigo modelo industrial de produção cultural, principalmente porque a necessidade de um amplo espaço físico centralizador deixou de ser crucial para o desenvolvimento da atividade. Conforme Martel (2012), o fenômeno de

⁴⁵ "Como a produção de serviços não resulta em bem material e durável, definimos o trabalho envolvido nessa produção como trabalho imaterial – ou seja, trabalho que produz um bem imaterial, como serviço, produto cultural, conhecimento ou comunicação" (HARDT; NEGRI, 2001, p. 311).

descentralização organizacional, proporcionado pela internet, possibilitou o surgimento de estúdios menores, “*glocais*”, dispersos em uma ampla área, pulverizados ao redor do globo, que concentravam em suas sedes físicas os aspectos de gerenciamento criativo e administrativo das produções, enquanto distribuíam, digitalmente e de forma instantânea, as tarefas operacionais para outras empresas, ou mesmo para colaboradores *freelancer*. Torresan Jr. relata como esse novo modo de trabalho está modificando os procedimentos logísticos também em estúdio de primeiro escalão, como é o caso da *DreamWorks*:

[...] existem projetos que são feitos fora do país, são criados aqui e feitos fora do país, e são animados por pessoas do mundo inteiro, como por exemplo esse em que eu estou trabalhando, ele está sendo feito, realizado, a animação está sendo feita toda na Inglaterra, na *Jellyfish*⁴⁶. E esse estúdio, ele contrata animadores do mundo inteiro. Então eu tenho reunião com animadores da Índia, com animadores do Canadá, aqui dos Estados Unidos mesmo, da Inglaterra, da Finlândia, tem gente do mundo inteiro trabalhando na *Jellyfish* (Informação verbal)⁴⁷.

O desenvolvimento das conexões em rede, configuram, portanto, uma nova forma de mediação digital e que passa a ser essencial para a produção comercial de desenhos animados. Em países emergentes, que não possuíam a quantidade necessária de profissionais criativos concentrados em um mesmo local geográfico (FLORIDA, 2011), o uso prematuro das tecnologias de conectividade foi a forma encontrada para viabilizar as modestas produções existentes e ampliar seus mercados para além de suas fronteiras.

1.2 O PROCESSO CONTEMPORÂNEO DE PRODUÇÃO DE ANIMAÇÃO

De acordo com Schneider (2014, p. 131), “as imagens do cinema de animação são técnicas por natureza, resultam necessariamente da relação homem-aparelho”. E, a partir da era digital, como está sendo abordado, essa relação com o aparelho, aqui estendido para os dispositivos tecnológicos, tais como computação gráfica, recursos digitais e de conexão, já se encontra no DNA das produções de animação, influenciando as principais etapas de produção.

Realizar uma produção audiovisual é um processo tanto criativo quanto técnico, dependente, portanto, de “uma complexa mistura de variáveis, algumas financeiras, algumas especulativas, algumas tecnológicas e algumas artísticas” (DEUZE, 2007, p. 191). Barone (2005, p. 33) explica que “o processo de produção de um filme obedece a um padrão universal de procedimentos, cuja complexidade decorre, em grande parte, da especialização e

⁴⁶ Para Saber mais: <https://jellyfishpictures.co.uk/>.

⁴⁷ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

fragmentação de tarefas e do modo descontínuo de realizá-las”⁴⁸. Assim, de acordo com as escolhas técnicas, estéticas e realidades orçamentárias, esses processos podem variar muito em complexidade de execução, fazendo com que as maneiras possíveis de produção e distribuição de conteúdo audiovisual sejam virtualmente ilimitadas. Deste modo, a tentativa de promover uma definição exata de cada um dos processos, bem como a tentativa de criar um modelo de produção de animação que abranja todas as variáveis é quase impossível. Mas, ainda assim, há como caracterizar ao menos uma estrutura básica de procedimentos comuns, que guiam as *pipelines* tanto de superproduções dos grandes estúdios, quanto em realizações experimentais feitas por um único indivíduo, pois todas se espelham de uma forma ou de outra, no centenário sistema criado por Bray-Hurd, aqui já abordado.

Gerbase (2012) divide o processo de realização de uma obra audiovisual em cinco etapas: 1) criação (da história e do universo onde essa narrativa acontece); 2) pré-produção; 3) produção; 4) pós-produção e 5) circulação (distribuição + exibição). Dentro desses grandes grupos, é possível elencar atividades próprias de uma produção em animação como ideia, roteiro, *storyboard*, direção de arte, *animatic*, *layouts*, animação, composição, edição, *foley*, trilha sonora, masterização e distribuição⁴⁹.

O tempo de duração dessas etapas pode variar enormemente dependendo do escopo de cada projeto. Para se ter uma ideia inicial do processo de animar, relato minha experiência: são dedicados em torno de três meses para a pré-produção, com uma equipe de vinte, vinte e cinco pessoas; de dez a doze meses para a etapa mais robusta, de produção, onde se tem uma escalação que oscila entre sessenta e cento e vinte profissionais; na fase de pós-produção, faz-se o desmonte das equipes, juntamente com a etapa de acabamento e “fechamento” das matrizes, com duração de dois meses e com cerca de doze profissionais. Portanto, para a conclusão de um projeto, nesses moldes, são mobilizados aproximadamente cento e cinquenta pessoas ao longo de doze meses⁵⁰. Em projetos mais elaborados, como longas de animação para cinema, esse processo pode se estender para quatro anos e elencar o triplo de profissionais (HAHN,

⁴⁸ Barone (2005, p. 33) explica que “Fragmentação e descontinuidade decorrem de uma característica básica do modo de produção cinematográfico: a ordenação das cenas estabelecida no roteiro de um filme não corresponde à mesma ordem adotada durante as filmagens. Em geral, as cenas são filmadas de forma descontínua, organizadas em um cronograma de acordo com a melhor conveniência para a produção.

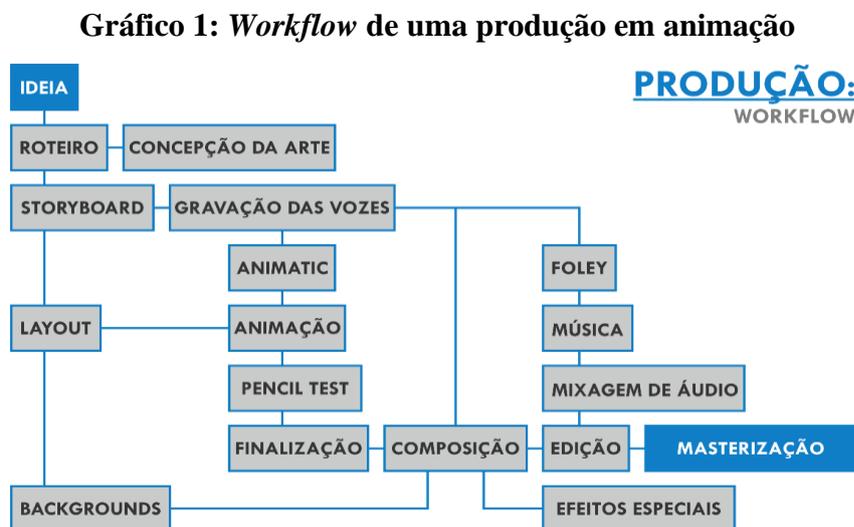
⁴⁹ Atualmente, é comum a dispersão de várias etapas da produção para empresas parceiras e profissionais remotos, porém algumas etapas da produção são mais críticas e costumam ficar centralizadas na sede das produtoras. Etapas criativas como a elaboração do roteiro, direção de arte, e de fechamento, como a composição e a finalização são preferencialmente feitas *in house* onde a equipe criativa e gerencial consegue acompanhar de perto o trabalho realizado, sendo capaz de interferir prontamente quando necessário, mantendo sob seu controle, o padrão de qualidade.

⁵⁰ Cabe ressaltar que esse resultado não é uma simples soma das etapas e profissionais, visto que as etapas podem se sobrepor ao longo do cronograma e há profissionais que se mantêm ao longo de toda a produção.

2008). “Caso fossem computados todos os desenhos realizados em uma única produção⁵¹ (cenários, *sketchs* de produção, *layouts* e *storyboards*), venceríamos facilmente a marca de dois milhões e quinhentos mil desenhos” (THOMAS; JOHNSTON, 1981 p. 317). Jerry Seinfeld, produtor do filme “A história de uma abelha” (*Bee Movie*, de Steve Hickner e Simon J. Scumum, 2007), afirma:

É como se dissessem: Vamos lhe dar uma caixa de areia com a qual você pode fazer qualquer coisa que queira. Pode moldar a areia em qualquer forma ou personagem. Você pode fazer isso de qualquer modo, em qualquer estilo e criar o universo que desejar. Mas, nós iremos te dar apenas um grão de areia por vez e isso vai levar quatro anos (ZAHED, 2014, p. 153).

No fluxograma abaixo (Gráfico 1), é possível visualizar a formatação de uma produção padrão:



Fonte: Autor (2021)

O primeiro passo para qualquer projeto audiovisual é a criação de um conceito inicial ou ideia, que pode ser uma breve linha de texto, um *insight*. A partir dessa primeira concepção, escolhe-se a técnica mais adequada, o canal pelo qual esta ideia chegará ao seu público de destino (cinema, televisão, *streaming*, *webséries*). Deste ponto em diante, caso a produção seja brasileira, começa a maratona de inscrição em editais e busca pela captação dos recursos financeiros através de patrocínios ou leis de incentivo. No caso de outros países, como os Estados Unidos, por exemplo, busca-se vender a ideia para um estúdio ou um financiador privado. Destaca-se, ainda, que no caso americano, a origem do dinheiro para as produções segue caminhos diversos, segundo Martel (2012, p. 89),

[...] uma parte considerável do dinheiro de que o estúdio dispõe sequer lhe pertence. É constituída pelos valores depositados antecipadamente por dezenas de produtores,

⁵¹ Neste caso, Thomas (1981) se refere à produção de um longa-metragem em *full animation*, no estilo tradicional desenvolvido por Walt Disney desde 1937.

pelas pré-vendas de direitos para a televisão, pelos acordos com fabricantes de vídeo games, os acordos antecipados com as companhias de aviação e cadeias de hotel, no caso dos filmes que vão exibir, para não falar das subvenções oficiais dos estados para beneficiar as filmagens em território americano (e elas existem em todos os estados, somando-se ainda os volumosos créditos e reduções fiscais que constituem as formas de subvenção pública mais frequentes no setor cinematográfico americano). Os estúdios também usam os fluxos de caixa liberados por investidores próprios, especialmente os *hedge funds* (fundos multimercado no Brasil – nota minha), os “*equity partners*”, empréstimos bancários e outras formas diversificadas de investimentos, além de aportes financeiros de indivíduos ricos, os chamados “*civilians*”. Os “*civilians*” filantropos americanos, bilionários indianos ou ricos príncipes árabes, atuam na comissão de economia e finanças do filme, menos para investir do que para se misturar um pouco no *glamour* hollywoodiano...

Uma vez de posse de ao menos parte dos recursos financeiros necessários⁵², o projeto recebe seu *green light*, a equipe é reunida e dá-se início à pré-produção. Durante esta etapa, as atividades ligadas à criação atingem seu momento mais intenso. Definem-se os acontecimentos da narrativa (roteiros e *storyboards*), a abordagem visual (direção de arte, *design*) mas também devem ser tomadas importantes decisões técnicas que irão refletir no bom (ou mal) andamento do projeto nas etapas seguintes⁵³.

O primeiro procedimento que se faz ao iniciar uma pré-produção é a criação da linha condutora da história, do roteiro. É preciso ter cuidado com essa etapa escrita, pois como alerta Hahn (2008, p. 26), em “*the alchemy of animation*”, afirma: “o que funciona bem na página escrita, pode não funcionar bem ao ser desenhado”. Hahn (2008) destaca, também, a necessidade de os roteiristas de produções animadas trabalharem próximos ao grupo de diretores (geral, de arte e de animação), para criar situações que funcionem bem visualmente e sejam coerentes com o escopo do projeto. Faz-se necessário um cuidado com cenas muito complexas ou abstratas demais, com explosões, multidões e excessos na movimentação de câmera, que geralmente são complicadas de produzir e, portanto, precisam estar muito bem justificadas.

⁵² Registra-se, com certo pesar, que as indústrias criativas em todo o mundo são extremamente dependentes de seus investidores financeiros e de humores políticos. E, portanto, muito sensíveis às oscilações do mercado.

⁵³ Infelizmente é comum no Brasil, uma cultura de ignorar essa etapa ou fazê-la às pressas para que a produção comece logo, e isso sempre acaba comprometendo o andamento do projeto.

Com o roteiro em mãos e simultaneamente à contratação e ao preparo da equipe, a pré-produção avança com o processo de decupagem do roteiro, com a criação dos *storyboards* e *animatics* e com a definição da direção de arte. A decupagem (ou análise técnica do roteiro) é a tarefa de verificar cada plano⁵⁴ do filme detalhadamente, descrevendo objetos necessários, personagens, figurinos, efeitos especiais, entre outros, para deste modo, “organizar o trabalho da produção e antecipar tudo o que deverá ser feito nas filmagens” (GERBASE, 2012 p. 148). O *storyboard* é a primeira transposição do roteiro para uma linguagem visual. É um trabalho inicial de pensamento e exploração. As ideias começam a tomar forma e são arranjadas de modo que se possa lê-las como a uma história em quadrinhos (HAHN, 2008). É no *storyboard* que são definidos os posicionamentos dos personagens em cena (*staging*), os enquadramentos e ângulos de câmera.

Figura 11: Walt Disney avaliando o *storyboard* de Pinocchio (1940)



Fonte: MIT, 2021.

O *animatic* é o rascunho do filme (CATMULL, 2014). Inicialmente considerado um processo complementar, hoje, o *animatic* ocupa um espaço até mais importante que o próprio *storyboard*, muito por conta das facilidades de sua execução através da mediação digital e de suas qualidades em antecipar elementos cruciais para o sucesso da produção. Nessa etapa, colocam-se as imagens criadas para o *storyboard* numa sequência audiovisual, adicionando músicas e vozes provisórias, a fim de testar o ritmo e a coesão da narrativa, buscando a experiência mais próxima do resultado final pretendido pelos realizadores do projeto. Uma das vantagens de se utilizar o *animatic* para “antever” a obra, é a economia. É muito mais barato (e menos doloroso) corrigir e ajustar o projeto na etapa do *animatic*, do que ter que refazer parte

⁵⁴ De acordo com Gerbase, chamamos de plano (em inglês, “*shot*”) tudo que é mostrado para o espectador de forma contínua, isto é, como uma sucessão de imagens em movimento sem interrupção de qualquer tipo. (Disponível em: <https://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/nocoes-basicas-da-estrutura-de-um-filme/>).

do processo de animação. Numa produção tradicional, “os artistas envolvidos precisam ter a paciência e a persistência de um mineiro”, sugere Hahn (2008, p. 26), que continua: “Uma sequência típica atravessa muitas (e eu quero dizer muitas) correções, redesenhos, reestruturações, descartes e refações até que ela funcione perfeitamente para o diretor”. Se uma sequência não funcionar nesta etapa, certamente não funcionará no filme.

Durante a pré-produção também começa o processo de direção de arte, que no caso de uma animação tradicional, costuma estender-se até o final da etapa de produção. A direção de arte é responsável pelo visual do filme e define os vocabulários de design e paleta de cores. Tudo o que se vê na tela é pensado, debatido e criado, a fim de gerar um mundo coeso, capaz de cativar o espectador e ajudar a contar a história (HAHN, 2008).

Se, conforme comentado anteriormente, a pré-produção é a etapa de maior profusão criativa, a produção, por sua vez, caracteriza-se por englobar a maior parte do trabalho braçal. Nela ocorrem os processos de criação de *layouts*, animação, *lookdev*, efeitos especiais e composição das imagens.

Os *layouts* detêm a responsabilidade de posicionar tanto os elementos cênicos (*set dressing*) quanto os personagens em quadro (*staging*), bem como ajustar o posicionamento da câmera de acordo com as instruções do *animatic*, respeitando as regras de composição cinematográfica, a continuidade e a coerência narrativa. O *layout* “deve falar ao público algo sobre a personalidade do personagem e da história” (HAHN, 2008, p. 80). Os *layouts* analógicos eram desenhos finalizados das telas do *storyboard*, que depois eram separados em cenário e personagens. Os cenários iam para o departamento de arte, a fim de receber as cores e o polimento final, enquanto os desenhos dos personagens eram enviados ao departamento de animação para serem animados. Uma vez finalizados, era muito complicado e oneroso fazer qualquer alteração de *layout*. Com os recursos digitais, principalmente se olharmos para as produções em 3D, percebemos que o *layout* mantém as mesmas funcionalidades de sua contraparte analógica, porém com muito mais liberdade de ajustes e aperfeiçoamentos. Se algum enquadramento não estiver ao agrado do diretor, é possível simplesmente corrigir a câmera, em tempo real, e (teoricamente) com pouco impacto para as etapas seguintes, mesmo num momento mais avançado da produção, quando a animação da cena já tiver sido iniciada, por exemplo.

De posse dos primeiros *layouts*, dá-se início ao processo de animação, que pode ser comparado ao trabalho dos “atores” numa produção em imagem real. Aplicando princípios semelhantes aos que norteiam a expressão do ator durante sua performance e considerando as implicações narrativas da cena em questão, cabe ao animador traduzir, quadro a quadro, todo o

conjunto de emoções atribuídos ao personagem. É sua função ainda manter, ao mesmo tempo, o ritmo e a cadência do movimento, bem como controlar todas as leis físicas que regem o universo de sua história. Noções de peso, gravidade, arrasto, atrito, velocidade, anatomia, ritmo e dinâmica dos movimentos são conceitos elementares para qualquer animador (questões com as quais um ator de carne e osso não precisa se preocupar, uma vez que as exerce empiricamente). Ou seja, “é fato que um bom animador precisa dominar uma série de disciplinas e convenções, aliada a um trabalho metucioso, rigoroso, incessante e demorado” (RIBEIRO, 2018, p. 67).

No entanto, mesmo com os recursos computacionais, o ato de “dar vida” aos desenhos, ainda é um processo artesanal de imensa dedicação e atenção aos detalhes. Um animador experiente leva, por exemplo, um mês inteiro para animar cerca de 30 segundos de *full animation*, no melhor estilo Disney. Apesar deste tempo de produção não ter diminuído tanto, mesmo com o auxílio das tecnologias digitais, o emprego do computador permite que o artista faça escolhas de forma mais eficiente. Além disso, a possibilidade da separação de tarefas num processo que não precisa mais ser linear, aumenta a velocidade da produção como um todo. Com os recursos de computação, é tecnicamente possível que enquanto um animador trabalhe com a animação das expressões faciais de um personagem, outro se ocupe animando o seu corpo, ao mesmo tempo em que uma terceira equipe cuide de suas cores e texturas. Em produções em 3D, a modelagem e o *rigging* dos personagens permitem ao animador se preocupar somente com as mecânicas de movimento e *acting*, ficando livre da tarefa de desenhar o personagem novamente a cada *frame*. O comando de *desfazer ação* (CTRL+Z), e a possibilidade de executar um *play* instantâneo (visualizando de imediato o andamento de uma animação), são recursos considerados triviais, mas que só podiam ser sonhados na era analógica. Hoje, um animador faz *pencil tests* (a fim de testar e corrigir os movimentos nos quais está trabalhando) quando bem entender, em tempo real, simultaneamente ao processo de animar, sem custo extra para a empresa e o que é melhor, aumentando drasticamente a qualidade do material produzido. Para se ter uma ideia na época da animação analógica, feita no papel, qualquer teste de animação deveria ser fotografado, revelado e projetado, função trabalhosa e que interrompia o processo. Criar um *pencil test* em determinadas localidades fora dos grandes centros poderia levar semanas⁵⁵ e a um custo considerável, o que acabava sendo desincentivado pelos produtores e, portanto, os *pencil test*, quando permitidos, eram limitados a apenas alguns planos específicos do projeto.

⁵⁵ Pois os locais onde processos químicos de revelação dos filmes eram feitos, encontravam-se em grandes centros, então além do tempo de execução do processo em si, devemos adicionar o tempo necessário para a logística.

O próximo passo são os processos de *lookdev* e de renderização. *Lookdev* é a etapa onde se obtém o aspecto final do visual do projeto. São ajustadas as cores, luzes, sombras e reflexos, bem como efeitos de desfoque e profundidade de campo, além da aplicação dos efeitos especiais (fogo, fumaça, raios, partículas etc). Hahn (2008, p. 84) ressalta a importância de um estudo cuidadoso das cores e luzes para o entendimento de uma cena:

O balanço de cor, luz e sombra na tela tem que complementar perfeitamente a animação, mantendo a audiência focada no personagem e na história. Onde está o personagem no cenário? Que horas são? A que ponto esta cena aparece no filme? É um momento triste, misterioso ou de celebração?

Os recursos computacionais auxiliam muito o processo de *lookdev*, pois facilitam a realização de inúmeros testes rápidos, ajustes finos de cores e ambientações. Por exemplo, com alguns cliques, uma cena ensolarada, pode ser tornar uma noite densa. Obviamente, a sensibilidade artística para executar esses cliques é fundamental, mas, hoje, os artistas têm a possibilidade de fazer centenas de testes já com o *layout* e a animação definitivos, e, deste modo, chegar num resultado mais sofisticado, antes da computação gráfica, as cores eram decididas na etapa de concepção de arte, no início do projeto e não sofriam correções posteriores.

A renderização é o processo totalmente computacional (geralmente bastante demorado), onde a máquina processa todas informações gráficas presentes em cada frame de um plano (cenários, *props*, animação, posicionamento de câmera, texturas, luzes e demais polimentos feitos no *lookdev*) e “desenha” uma imagem final. Nos moldes analógicos, a renderização equivale à ação mecânica da fotografia feita por uma truca.

É na montagem que se dá a finalização da parte visual do produto. “Colocar todos os elementos de imagem e som juntos é um trabalho bastante difícil, geralmente sendo executado sob uma grande pressão de final de cronograma” (HAHN, 2008, p. 119). São quatro elementos que compõem a montagem cinematográfica: 1) A ordenação dos planos, que é a colocação dos planos brutos em sequência, de forma a constituir significado relacionado ao aspecto narrativo do filme; 2) a escolha do melhor plano (mais aplicável em cinema de imagem real, em que são feitas várias tomadas de um mesmo plano), que são as decisões de como mostrar cada pedaço da história, relacionadas à ênfase do filme; 3) o ajuste da duração dos planos, esboçado no *animatic*, mas definido na montagem, relacionado ao ritmo do filme; e, por fim, 4) o corte, elemento fundamental da montagem e que não existe antes dela. A sucessão dos cortes determina a fluência do filme. Cabe aos profissionais responsáveis pela montagem, juntamente com o diretor, “selecionar e rearranjar as imagens e sons captados durante as filmagens e colocá-los em sua forma definitiva, de acordo com o roteiro e a decupagem” (GERBASE, 2012,

p. 231). Esse processo define a forma final da peça, como se assistirá nas telas. A utilização dos computadores otimizou esse processo, substituindo a mesa de montagem, a moviola, (ferramentas tão essenciais como a câmera na era analógica), por ilhas de edição digitais e *softwares* de montagem que eliminaram a necessidade da manipulação física de metros e mais metros de películas, uma vez que todos os planos do filme chegam digitalizados para o montador. A montagem é um exemplo de eliminação do trabalho braçal, de cortar e manipular rolos e rolos de filme, por intermédio da substituição do suporte. Isso tem um efeito não só no tempo de montagem/finalização ao acelerar os processos, mas também no espaço, uma vez que o material bruto de trabalho (o conteúdo audiovisual impresso nas películas) ao se transformar em uma sequência de *bits*, não ocupa mais um lugar físico considerável.

A etapa final do som numa produção audiovisual é a mixagem. “O processo de coletar centenas de sons organizados em três grupos – diálogos, música e efeitos sonoros – e misturá-los numa trilha sonora que seja adequada para o filme” (HAHN, 2008, p. 125). Depois da conclusão da montagem é feita a edição de som, que: aprimora os diálogos, corrigindo eventuais problemas de volume; o som ambiente, cobrindo vazios e retirando sons inadequados; acrescenta ruídos sincronizados que não foram captados na filmagem; acrescenta a trilha musical. A edição de som é importante para a construção da narrativa, pontuando emocionalmente, ambientando, ou até mesmo servindo como contraponto do que está na tela (GERBASE, 2012). Diferentemente das canções, (que devem ser gravadas antes da produção iniciar, uma vez que o trabalho dos animadores depende dela), a trilha incidental do filme é composta depois da montagem, utilizando o ritmo do filme e a tensão desejada em cada cena para ser criada, visando atingir emocionalmente o espectador.

Sons remetem as pessoas às suas próprias experiências, o que nos abre uma nova e completa gama de símbolos para a comunicação. Sons noturnos, grilos e sapos, rajadas de vento, chuva numa janela ou no teto de um carro, todos trabalham em nossas memórias e estabelecem o clima automaticamente (THOMAS, 1981, p. 77).

Hahn (2008, p. 123) conclui que “o objetivo de uma boa trilha é paradoxal. Pois você quer utilizar cada vantagem musical para apoiar as emoções de um filme, mas não se quer que a audiência perceba de modo consciente a trilha”.

Uma vez gravada e armazenada, a primeira versão do filme passa a se chamar matriz, de onde serão extraídas todas as demais cópias e versões. A matriz deverá ser muito bem protegida, sendo analógica ou digital, jamais deve ser utilizada para exibição.

A partir deste momento, o trabalho será direcionado à circulação (divulgação e distribuição) do filme, contando, geralmente, com o auxílio de um distribuidor, que “vai negociar a exibição e repassar a receita” (GERBASE, 2012, p. 152). É perceptível, nesta etapa,

que a mudança radical dos suportes impactou toda a relação tempo-espaço de distribuição de conteúdo tanto cinematográfico quanto televisivo. Agora, as obras audiovisuais chegam muito mais rápido (praticamente de forma instantânea) a qualquer lugar, digitalmente, sem a necessidade de transporte físico. Na “era analógica”, existia uma cadeia extensa, porém limitada para a distribuição e logística das dezenas de rolos equivalentes a uma única cópia de um filme, multiplicados por “mil” cópias para “mil” salas em diversos países. Isso justificava inclusive o porquê de alguns mercados demorarem meses para conferir os lançamentos. Essa logística do suporte físico acabou. A partir da segunda década do século XXI, os pesados rolos de filmes foram substituídos por cópias digitais padrão DCI. Tais cópias podem ser transmitidas diretamente para o projetor de cinema, de modo instantâneo via “*download*” e ocupando um espaço físico irrisório (o dispositivo de armazenamento de dados, embutido na estrutura física do projetor). Na televisão, esse “*download*” é conhecido como “*streaming*”, pois sua tecnologia permite a visualização do conteúdo parcialmente “baixado” enquanto o restante ainda está sendo transmitido. Deste modo, é tecnicamente possível fazer um lançamento simultâneo em milhares de salas ao redor do globo.

Com o filme pronto, é hora da divulgação do produto junto ao público e quanto mais gente assistir ao filme, melhor. A divulgação pode ser feita de variadas formas, mas é importante que ela seja adequada ao produto. “Cartazes, fotografias, *folders*, *releases* para a imprensa, *trailers*, entrevistas, matérias pagas. Tudo vale para que as pessoas saibam que o filme existe, que tipo de filme ele é, e porque vale a pena pagar um ingresso para assisti-lo” (GERBASE, 2012, p. 153). O sucesso “depende em parte dos méritos do próprio filme, mas é decorrência também da forma como ele chega ao público e da publicidade. Os estúdios norte-americanos investem milhões em *marketing* e têm estratégias agressivas para dominar os mercados” (GERBASE, 2012, p. 237).

2 O CAMPO DO PODER: PANORAMA SOCIOPOLÍTICO E CULTURAL DE UMA CLASSE CRIATIVA E DIGITALMENTE CONECTADA

“A cultura é cada vez mais importante para fazer negócios no mundo contemporâneo, à medida que mais e mais bens se tornam mercadorias culturais - contendo informações que as pessoas usam para identificação, representação, pertencimento e diferença.”
(Mark Deuze)

Segundo o pensamento de Innis (2008), as características de um meio de comunicação têm influência sobre como se dá a condução do poder por uma civilização e seu viés comunicacional molda a cultura, impactando toda a sociedade. O poder seduz pelo discurso e distorce a seu favor, fatores que à primeira vista pareciam conquistas positivas. A partir das aspirações da classe de profissionais criativos como: flexibilização das suas jornadas (FLORIDA, 2011); a busca por ambientes de trabalho leves e inspiradores (DEUZE, 2007); o desejo de trabalhar com projetos e temas com os quais se conectassem emocionalmente (BULUT, 2020); este capítulo discorre sobre a influência das transformações tecnológicas nas relações de poder e nos modelos de trabalho criativo digital e conectado. Com o emprego de tais tecnologias, essas conquistas acabaram por conduzir seus profissionais à perda do controle de suas vidas, à exploração de seu entusiasmo e à precarização das relações de trabalho.

2.1. A FLEXIBILIZAÇÃO DA CLASSE CRIATIVA

Os conceitos de trabalho e produção são ainda hoje, de um modo geral, fortemente atrelados às atividades “tradicionais”, vinculadas ao primeiro e segundo setor (agricultura e produção industrial pesada). Porém, Mark Deuze (2007), em “*Media Work*”, constata que, nos últimos vinte anos, devido à globalização e às inovações tecnológicas, boa parte dos ofícios se afastou desses setores “tradicionais” e passou para serviços ligados ao conhecimento e à informação, mais informais, colaborativos e envoltos a processos criativos. Essa tendência favorece àqueles engajados no que Manuel Castells (2001) concebe como “trabalho informacional” que, segundo o autor, é o trabalho relativo a uma categoria de profissionais bem educados, engenhosos e inovadores, que estão acolhendo em ritmo acelerado as mudanças na vida contemporânea. As pessoas com este perfil pertencem ao que Richard Florida (2011) denominou, em seu estudo de 2002, de “classe criativa”, a qual abrange cientistas e

pesquisadores, engenheiros, designers, arquitetos, educadores, escritores, artistas e produtores profissionais de cultura dentro *das e para* as mídias.

A classe criativa de Florida pode ser vista como a vanguarda de uma classe distintamente individualizada, cujo estilo de trabalho é altamente dependente das tecnologias de informação e comunicação, e que pode ser considerada a personificação de todas as tendências e desenvolvimentos descritos acima: viver uma vida imediata onde trabalho e lazer são um e o mesmo, cuja vida é completamente contingente à natureza inconstante e imprevisível da economia global contemporânea, pela qual se espera que ninguém, exceto eles mesmos, assumam a responsabilidade pessoal (DEUZE, 2007, p. 12)⁵⁶.

Embora o conjunto de profissões englobados pelo conceito de “classe criativa” seja bastante amplo, todas elas são habilitadas, amplificadas e interconectadas por tecnologias de informação e comunicação - principalmente computadores pessoais e internet. Florida (2011) afirma que esse grupo de pessoas constitui quase um terço da força de trabalho em países como os Estados Unidos e sugere que a influência desses grupos acabou por determinar as características econômicas e culturais de “novos corredores urbanos” dentro dos quais ocorre uma troca contínua de trabalho, talento e habilidades entre pessoas e organizações, ao invés de manter a tradicional divisão geográfica ordenada pelos limites das cidades ou países. De acordo com Martel (2012, p. 469), “o conjunto dessas mudanças geopolíticas vem a ser amplificado pela desmaterialização dos conteúdos e a evolução para a era digital”, pois ao se analisar paralelamente os fenômenos da cultura de massa globalizada e o da internet é possível perceber o desaparecimento das fronteiras. Deuze (2007, p. 88-89) afirma:

As consequências desse espaço operacional cada vez mais global dos conglomerados de mídia para os profissionais envolvidos são fundamentais. O sistema de produção das indústrias criativas, assim como o resto da ecologia da mídia, está se tornando mais individualizado e globalmente integrado ao mesmo tempo⁵⁷.

Jenkins (2006) entende a convergência cultural como a configuração padrão para o trabalho na mídia. Profissionais de mídia em todas essas indústrias são exemplos perfeitos de como trabalho, vida e diversão convergiram num novo estilo de trabalho flexível. Tanto Scolari (2020) quanto Bulut (2020) ressaltam que, durante esta reconfiguração do ecossistema

⁵⁶ Do original: “Florida’s creative class can be seen as a vanguard of a distinctly individualized class, whose workstyle is highly dependent on information and communication technologies, and who can be considered to be the embodiment of all the trends and developments as outlined above: living an immediate life where work and play are one and the same, which life is completely contingent with the fickle and unpredictable nature of the contemporary global economy for which risks no one but themselves is expected to take personal responsibility.” (DEUZE, 2007, p. 12). – Tradução do pesquisador.

⁵⁷ Do original: “The consequences of this increasingly global operational space of media conglomerates for the professionals involved are quite fundamental. The creative industries production system, much like the rest of the media ecology, is becoming more individualized and globally integrated at the same time.” (DEUZE, 2007, p. 88-89). – Tradução do pesquisador.

mediático (entre o pesado modelo industrial e o flexível modelo digital), os escritórios deixaram de ser uma extensão das fábricas para se tornarem extensões da casa.

Se a revolução industrial transferiu a força de trabalho do campo para a linha de montagem, a revolução dos serviços transferiu-os da fábrica para os escritórios. [...] Nos últimos anos, as empresas na costa oeste americana têm liderado esta substituição às suas últimas consequências, transformando seus escritórios na “primeira casa” da força de trabalho digital (tendo o *Google* como paradigma de um novo ambiente de trabalho multitarefa e *cool*) (SCOLARI, 2020, p. 1)⁵⁸.

Desde a década de 1970 e, portanto, muito antes do exagerado “modelo *Google*” de local de trabalho, o capital já explorava o trabalho criativo por meio da introdução de ambientes de trabalho flexíveis e locais de trabalho divertidos (BULUT, 2020)⁵⁹, reforçando a tendência latente dos profissionais criativos de eliminar a distinção entre os momentos de trabalho e os momentos de lazer e, por consequência, prolongando a jornada laboral. Por conta disso, alguns autores “apontaram o surgimento de uma nova forma de trabalho - “*playbor*”⁶⁰ - à medida que a distinção entre trabalho e lazer fica confusa na economia da informação” (KÜCKLICH, 2009; WARK, 2007 *apud* BULUT, 2020, p. 10)⁶¹. No final da década de 1990, coincidindo com a chegada do *world wide web*, deu-se início a um novo movimento dos modos de trabalho criativos, que viria a ser a transposição das atividades laborais dos escritórios para dentro das casas destes profissionais (ou para qualquer outro lugar não vinculado à “firma”). Estava nascendo o *home office*.

Destaca-se que a intenção inicial ao se adotar o *home office* como modalidade de trabalho era flexibilizar as relações contratuais e criar oportunidades tanto para a empresa, que reduziria custos operacionais ao mesmo tempo em que teria à disposição uma gama maior de colaboradores acessíveis, quanto para o funcionário que, ao trabalhar no conforto do seu lar (ou em qualquer outro lugar em que se sinta à vontade), não precisaria mais se submeter ao (por vezes) desgastante deslocamento e conseguiria gerenciar melhor seu tempo, abrindo espaço para seu bem-estar físico e emocional, alcançando uma melhor qualidade de vida. Florida (2011) comenta que, os antigos limites industriais que determinavam quando e como fazer as

⁵⁸ Do original: “*Si la revolución industrial movió a la fuerza de trabajo del campo a la línea de montaje, la revolución de los servicios los trasladó de la fábrica a las oficinas. [...] En los últimos años, las corporaciones de la Costa Oeste estadounidense llevaron esta sustitución hasta sus últimas consecuencias, convirtiendo a sus oficinas en el “primer hogar” de la fuerza de trabajo digital (Google como paradigma del nuevo entorno laboral multitasking y cool).*” (Scolari, 2020, p. 1). – Tradução do pesquisador.

⁵⁹ Em entrevista à revista eletrônica Digilabour. (Disponível em: <https://digilabour.com.br/2020/05/10/trabalho-precario-na-industria-de-games-entrevista-com-ergin-bulut/>).

⁶⁰ *Playbor* (*Play + labor*), uma mistura das palavras brincar e trabalho em inglês. Ainda não há tradução precisa para esse termo em português. “Brincaballo”, talvez?

⁶¹ Do original: “*Some have pointed to the emergence of a new form of labor - “playbor” - as the distinction between work and play gets blurred in the information economy (Kücklich 2009; Wark 2007).*” (BULUT, 2020, p. 10). – Tradução do pesquisador.

coisas, nunca fizeram sentido para a classe criativa: “Trabalhamos nas horas de folga e nos divertimos no horário de trabalho. Isso acontece porque a criatividade não pode ser ativada ou desativada quando bem queremos” (FLORIDA, 2011, p. 14). Em consequência disso, essa proposta de flexibilização do trabalho teve uma rápida aceitação entre grande parte dos profissionais criativos, que pela natureza “vanguardista” de suas atividades, almejavam liberdade frente ao “cartão-ponto da firma”, para, assim, serem capazes de exercer sua criatividade no seu próprio ritmo (e convenhamos, a ideia, em teoria, é bastante tentadora, e não só para a classe criativa. Segundo pesquisa realizada pelo Grupo Adecco e publicada em “*El País*”, 77% dos trabalhadores gostariam de combinar trabalho presencial e remoto⁶²). Enquanto nas indústrias criativas dos países desenvolvidos, esse movimento em direção ao *home office* se deu inicialmente pela busca de mais conforto e flexibilidade para as equipes criativas (que deste modo, acreditava-se que produziriam mais e melhor), nos demais países, essa flexibilização mudou completamente o cenário do emprego dentro da indústria criativa. Castells (2003, p. 81) comenta esse fenômeno⁶³:

A forma interconectada dos negócios, o ritmo acelerado da economia global e a capacidade tecnológica para trabalhar *on-line*, para indivíduos e para firmas, levam ao surgimento de um padrão flexível de emprego. A ideia de um padrão de carreira previsível, com trabalho em tempo integral numa firma ou no setor público, por um longo período de tempo, e sob definição contratual, precisa, de direitos e obrigações comuns a toda a força de trabalho, está desaparecendo da prática empresarial.

Uma vez em sua estação de trabalho em casa e percebendo que sua força criativa estava livre das barreiras geográficas (afinal, como cita Negroponte (2002), a confecção de *bits* pode se dar em qualquer lugar e a qualquer tempo), os profissionais criativos oriundos de países subdesenvolvidos viram a possibilidade de trabalhar em projetos para além dos escassos e subvalorizados projetos locais. Tornou-se possível exportar seu talento, suas ideias e seu trabalho para qualquer lugar, sem o inconveniente do deslocamento físico e de sua realocação espacial, que se tornou algo... opcional. Passamos a ter uma Rede de Produção Global, ou GPN (*Global Production Networks*), especializada em todo o tipo de subcontratações das partes voltadas à execução dos produtos elaborados no processo criativo. Deste modo,

[...] (a) sociedade individualizada se mescla com as poderosas forças do projeto capitalista global, uma fusão formal entre as noções de criatividade e comércio que faz todo o sentido. Isso não significa que isso seja necessariamente bom, mas oferece novas maneiras de interpretar e entender como é trabalhar na mídia hoje. Sob condições cada vez mais complexas, o ambiente da mídia global é o *playground* para as interações entre indivíduos empreendedores e corporações globais, criadores de

⁶² Disponível em: <https://brasil.elpais.com/economia/2021-01-07/o-home-office-pode-acabar-com-a-inteligencia-coletiva.html>.

⁶³ Da casa rural, para as fábricas, das fábricas para os escritórios, dos escritórios de volta para as casas... Estaríamos fechando um ciclo?

cultura e lucrativos - uma ecologia em que as pessoas parecem usar todos esses chapéus em um ou outro ponto de sua vida (DEUZE, 2007, p. 236-237)⁶⁴.

A responsabilidade pela organização, busca e manutenção do emprego ficou a cargo do indivíduo e não mais das empresas (DEUZE, 2007) e a oferta de trabalho se estendeu globalmente (CASTELLS, 2003), esses profissionais acabaram procurando oportunidades de trabalho em empresas maiores, mais conhecidas e de reputação sólida. Mas não só isso. Os profissionais criativos visavam sobretudo aquelas empresas responsáveis por produções com as quais eles já possuíam vínculo emocional desde a infância, as quais, muitas vezes, serviram de exemplo e inspiração para que eles dessem os primeiros passos em suas carreiras. Essas empresas, sempre em busca de novas e mais baratas fontes de talento, receberam esses profissionais oriundos digitalmente de todos os pontos do globo, de braços abertos.

2.2. O *SOFT POWER* (CULTURA E O DESEJO DE PERTENCIMENTO)

Cultura é algo que está intrinsecamente conectado à condição humana. Como nos lembra Castells (2003, p. 34), “embora explícita, a cultura é uma construção coletiva que transcende preferências individuais, ao mesmo tempo em que influencia as práticas das pessoas no seu âmbito”. A cultura é tratada, nesta pesquisa, como um conjunto de significados preestabelecidos, compartilhados e internalizados por indivíduos de uma determinada comunidade, ou seja, é um produto derivado da articulação social. Este entendimento vai ao encontro dos estudos do antropólogo Edward T. Hall (1986), para quem, a maneira como pensamos, agimos e mesmo nossa percepção física do mundo é influenciada pela cultura. Ainda conforme o autor, aprendemos certos valores e comportamentos em detrimento de outros, por intermédio da cultura que nos é passada através da nossa interação entre as formas simbólicas com as quais temos contato desde o nascimento, manifestadas na religião, na arte, na ciência e na linguagem, bem como nos elementos casuais da vida cotidiana, como a alimentação, o comportamento, a higiene e, por fim, nos padrões morais, nas leis e regras sociais. Isso é tão poderoso, que molda nossa personalidade, nossos gostos e a forma como vemos o mundo de

⁶⁴ Do original: “*The individualized society meshes with the powerful forces of the global capitalist project, a formal merger between the notions of creativity and commerce makes perfect sense. That does not mean this is necessarily a good thing, but it does offer new ways of interpreting and understanding what it is like to work in the media today. Under progressively more complex conditions the global media environment is the playground for interactions between enterprising individuals and global corporations, culture creators, and business profiteers – an ecology where people seem to wear all those hats at one or other point in their life*” (DEUZE, 2007, p. 236-237). – Tradução do pesquisador.

maneira definitiva e sem que tenhamos, de fato, real consciência disso. Você, por exemplo, consegue entender este texto, porque foi culturalmente condicionado a interpretar os códigos da escrita na língua portuguesa.

A cultura, porém, só pode ser assimilada por meio de sua difusão, que se dá através da comunicação entre os indivíduos. Beltrão (1980, p. 3) define comunicação como “processo mímico, oral, gráfico, tátil e plástico, pelo qual os seres humanos intercambiam ideias, informações e sentimentos, através de signos simbólicos.” Deste modo, a cultura se “materializa” através da comunicação em “bens culturais” para que possa ser transmitida. De fato, como nos lembra Castells (2003 p. 168), “a arte sempre foi uma ferramenta para a construção de pontes entre pessoas de diferentes países, culturas, classes, grupos étnicos, gêneros e posições de poder”. Ortiz (1988, p. 114-116) classifica os “bens culturais” ou “bens simbólicos” como “ofertas de narrativas”, dando como exemplo,

[...] “as peças teatrais, os filmes e os livros”, que envolvem “uma dimensão simbólica que aponta para problemas ideológicos, expressam uma aspiração, um elemento político embutido no próprio produto veiculado”, ou seja, “a cultura envolve uma relação de poder”.

Assim, podemos entender como função primordial da comunicação agir sobre os outros, influenciar, convidar à (re)ação, geralmente tendo como fim a obtenção de algum propósito. Não há, de acordo com Beltrão e Quirino (1986), ato comunicativo desinteressado.

A história da civilização se mescla com a história da “invenção de meios cada vez mais eficientes para a difusão e intercâmbio de informações que permitisse às sociedades estruturadas a obtenção de suas metas” (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 22). Esse é um dos pensamentos centrais de Innis que, em 1951, traçou o conceito de viés (*bias*) da comunicação, no qual, a comunicação tem uma influência importante na disseminação do conhecimento sobre o espaço e o tempo. Para Innis (2008, p. 33):

Um meio de comunicação tem uma influência importante para a disseminação do conhecimento através do espaço e do tempo, o que torna necessário estudar suas características, a fim de avaliar sua influência em seu ambiente cultural. De acordo com suas características, ele pode ser mais adequado para a disseminação do conhecimento sobre o espaço que ao longo do tempo, especialmente se o meio é leve e de fácil transporte. A ênfase em relação a tempo ou espaço implicará uma tendência de significância para a cultura no qual esse meio está inserido⁶⁵.

⁶⁵ Do original: “*A medium of communication has an important influence on the dissemination of knowledge over space and over time and it becomes necessary to study its characteristics in order to appraise its influence in its cultural setting. According to its characteristics it may be better suited to the dissemination of knowledge over space than over time, particularly if the medium is light and easily transported. The relative emphasis on time or space will imply a bias of significance to the culture in which it is imbedded*” (INNIS, 2008, p. 33). – Tradução do pesquisador.

Desde a antiguidade, as sociedades que melhor lidavam com sua comunicação através do espaço e do tempo, foram as que mais prosperaram. Ao difundir, através da comunicação, os seus valores e crenças, sua cultura (bem como, propagandear seu poderio bélico), eles se faziam notar pelos demais povos. Beltrão (2014) afirma que, quanto antes o indivíduo entra em contato com a cultura estrangeira, menos resistência ele tem a se adaptar a ela. Logo, era mais fácil aos filhos dos povos conquistados aderirem às novas culturas do que seus pais e anciões. Essa estratégia, provou-se, com o passar do tempo, mais eficiente do que o belicismo, e se potencializou numa escala inimaginável na era contemporânea, em que a comunicação instantânea através da tecnologia digital de conexão está alastrada ao redor do globo. Graham (2013 *apud* ETZKOWITZ, 2013, p. 58) cita a importância da indústria do conhecimento como setor fundamental da economia dos países contemporâneos:

A indústria do conhecimento em sociedades modernas não é mais uma questão menor governada por uma elite intelectual, uma atividade que pode ser considerada descartável por líderes pragmáticos ela é um empreendimento colossal em pé de igualdade com a indústria pesada, e tão necessária quanto esta ao país no qual está situada.

No final dos anos 1980, nos últimos capítulos da Guerra Fria⁶⁶, o cientista político americano Joseph Nye estava convencido de que o “*hard power*” (poder duro) – conceito que inclui pressão política, sanções econômicas e força militar – não havia permitido que as duas superpotências do século XX realizassem suas promessas de conquista por meio da disputa bélica. O autor cunhou então o termo “*soft power*” (poder suave) para se referir ao tipo de dominação que passou a ser corriqueira nas disputas mundiais por território: não mais nos campos de batalha, mas sim no âmbito da língua, do esporte, da religião e da cultura em geral⁶⁷, buscando cooptar os mais jovens através do entretenimento. A dominação através da imposição da cultura, do *soft power*, é menos violenta do que a dominação bélica, (sofrendo, portanto, menos resistência) mas isso não significa que ela seja menos agressiva:

Nessa guerra pelo *soft power* se opõe forças muito desiguais. É, para começar, uma guerra de posições entre países dominantes, em pequeno número e concentrando a maioria das trocas comerciais; é também uma guerra de conquista entre esses países dominantes e países emergentes, pelo controle das imagens e dos sonhos dos habitantes de muitos países dominados que produzem pouco ou não produzem bens e serviços culturais (MARTEL, 2012, p. 445).

⁶⁶ A Guerra Fria, que teve seu início logo após a Segunda Guerra Mundial (1945) e durou até a extinção da União Soviética (1991), é a designação atribuída ao período histórico de disputas estratégicas e conflitos indiretos entre os Estados Unidos (capitalismo) e a União Soviética (socialismo), disputando a hegemonia política, econômica e militar no mundo. É chamada “fria” porque não houve uma guerra direta entre as superpotências, dada a inviabilidade da vitória em um conflito armado direto, que significaria não só o fim dos dois países, mas possivelmente, da vida em nosso planeta. (Disponível em: <https://www.sohistoria.com.br/ef2/guerrafria/>).

⁶⁷ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/05/soft-power-da-cultura-tambem-e-arma-de-paises-colonizados-diz-autor.shtml>.

Hoje, dentre todos os países, os Estados Unidos são o grande exportador de cultura mundial, muito por conta da americanização cultural do mundo que, conforme Martel (2012), detém, desde a segunda metade do século XX, um crescente monopólio sobre as imagens e os sonhos. Os Estados Unidos são, por consequência, o maior mercado produtor e consumidor de animação. Países como Canadá, Japão, China, França, Inglaterra, Coreia do Sul e Alemanha também ocupam posições de destaque. Podemos entender, ou ao menos quantificar, o poder econômico do *soft power* proporcionado pelas indústrias criativas, se nos voltarmos para o potencial financeiro do mercado de animação, cujas estimativas comerciais, para o ano de 2020, alcançavam US\$270 bilhões mundialmente⁶⁸, valores próximos a 62,5%⁶⁹ do mercado audiovisual como um todo que gera, no mundo US\$400 bilhões/ano, algo próximo a R\$1,7 trilhão. Martel (2012, p. 33) enumera que, “desde o início da década de 1990, as indústrias do entretenimento ocupam o segundo lugar nas exportações americanas, perdendo somente para o setor aeroespacial”. Convém lembrar que de acordo com o mapeamento realizado pelo SEBRAE⁷⁰, no Brasil, o audiovisual alcançou uma taxa de crescimento de 7% ao ano entre 2013 e 2019⁷¹, movimentando mais de R\$20 bilhões anuais, algo equivalente a 1,67% do PIB brasileiro. Deste montante, a produção de animação responde por 25% (R\$4,9 bilhões). Martel (2012, p. 35), no entanto, cita que 80% de todo esse mercado audiovisual, no Brasil e na América Latina, pertence às produções norte-americanas e mesmo dentro dos 20% relativos às produções majoritariamente nacionais e de outros países que não os EUA, é comum existirem coproduções americanas, desequilibrando ainda mais essa balança. Ainda, segundo Martel (2012, p. 35), globalmente, a indústria audiovisual americana supera a marca dos 85% do mercado. Assim, a disseminação da cultura através do entretenimento é uma mercadoria com forte impacto econômico e de escala global, mas não só isso, conforme Deuze (2006, p. 18)⁷², as indústrias de mídia

[...] são de fato um dos principais aceleradores de uma economia global, tanto em termos de sua *glocalização* e de sua crescente imersão nas tecnologias de informação e comunicação em rede. Profissionais de mídia - aqueles empregados em jornalismo, comunicação de marketing, publicidade, relações públicas, *design* de jogos, televisão e indústria do cinema - incorporam em seus estilos de trabalho todos os temas de mudança social nos tempos modernos líquidos.

⁶⁸ Disponível em <http://www.digital-vector.com/>.

⁶⁹ Disponível em Sebrae - <http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/mapeamento.pdf>.

⁷⁰ Disponível em Sebrae - <http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/mapeamento.pdf>.

⁷¹ Disponível em <http://rio2c.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/04/25/a-forca-economica-do-audiovisual/>.

⁷² Do original: “*Media industries are indeed one of the prime accelerators of a global economy, both in terms of its glocalization and its increased immersion in networked information and communication technologies. Media professionals – those employed in journalism, marketing communications, advertising, public relations, game design, television and the movie industry - embody in their work-styles all the themes of social change in liquid modern times*” (DEUZE, 2006, p.18). – Tradução do pesquisador.

O segredo é que os americanos entenderam como vender seus padrões de consumo e hábitos através de espetáculos como o cinema, por exemplo. Um “filme todo é construído, desde a concepção, em função dos mercados internacionais que temos em vista. Nossos produtos precisam ser desejados no mundo inteiro, e esse desejo é preparado, é uma profissão” (MARTEL, 2012, p. 90). Portanto, pode-se dizer que,

[...] desde o início de sua estruturação como indústria, o cinema nos EUA foi compreendido pelo governo norte-americano como setor estratégico para a afirmação de seu poder econômico junto a seus parceiros comerciais, através da veiculação de um *life-style* que estimulava o consumo. Em face disso, esforços integrados na forma de facilidades governamentais e investimento massivo em tecnologia e em *marketing*, favoreceram a difusão do cinema norte-americano pelo mundo (MARQUES, 2014, p. 34).

Muito desse poderio cultural norte-americano se deu através da prática intensiva do *soft power* e pode ser exemplificado através das políticas de boa vizinhança do presidente Franklin Delano Roosevelt, cuja estratégia consistia em divulgar os valores e a cultura dos Estados Unidos na América Latina, a fim de promover o comércio e fortalecer os laços entre os países aliados frente ao eixo nazifascista e do império japonês. Um dos momentos mais conhecidos dessas ações, entre os profissionais da animação, deu-se quando, em 1941, Walt Disney veio ao Brasil e criou o personagem “Zé Carioca”. O contexto da criação do carismático, porém, malandro papagaio, aconteceu mais por uma confluência de fatores políticos e menos por inspiração de Disney que, nessa mesma viagem, desenvolveu o “Gauchito Voador”, para homenagear a Argentina, e o “Galo Panchito”, para o México⁷³. Disney aceitou a missão diplomática de Roosevelt como embaixador da cultura americana, pois apesar do sucesso comercial de “Branca de Neve”, a Segunda Grande Guerra havia paralisado as atividades do estúdio, prejudicando a continuidade de seus próximos filmes. Aliado a isso, Disney amargava uma dívida de US\$ 4,5 milhões, ao mesmo tempo em que enfrentava a icônica greve de seus funcionários. Portanto, a viagem à América Latina foi benéfica tanto para Roosevelt como para Walt Disney, já que o ex-presidente dos Estados Unidos conseguiu a atenção da América do Sul, enquanto Disney pode, ao mesmo tempo, “escapar dos problemas em casa” e encontrar inspirações criativas⁷⁴.

O exemplo da viagem de Disney à América Latina reflete como o *soft power* opera, através de gestos amigáveis que cativam. Essa aproximação busca encantar com as novidades e costumes de um lugar distante, propagandeadas de forma intensiva, para que seu modelo

⁷³ Zé Carioca e Panchito contracenam com o Pato Donald em “Você já foi a Bahia?” (*The three caballeros*, Norman Ferguson, 1944), feito com o intuito de aproximar as culturas norte e sul-americanas (Mas, obviamente, pelo viés estadunidense).

⁷⁴ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/07/cultura/1460044858_011138.html.

cultural seja conhecido, aceito e, por fim, replicado. A política de Roosevelt foi bem-sucedida, pois ficou claro que “a constituição de uma sociedade de consumo nos Estados Unidos dos anos 30 tem traços semelhantes às mudanças que se consolidam no Brasil anos depois” (ORTIZ, 1988, p. 144). Enquanto no Brasil as obras de Disney eram exaltadas, filmes como “Sinfonia Amazônica” (1951), de Anelio Latini (o primeiro longa animado brasileiro com temática nacional e lendas do folclore brasileiro), caíam no esquecimento. Ressalta-se que essa situação perdura até os dias de hoje, explicitada em frases genéricas como “o cinema brasileiro não presta”, que na prática, minam o engajamento popular quanto à produção, à valorização e ao consumo da cultura local. Martel (2012) cita ainda como fatores que abriram espaço para a cultura americana, a falta de diálogo e uma certa rixa entre os países da Europa, da África e da América Latina para com seus vizinhos, que acabou por enfraquecer os mercados regionais. Nota-se, assim, que a aculturação não é um fenômeno de exclusividade brasileira, impactando, inclusive, países com forte consciência de seu poder cultural, como os europeus, onde temos:

Uma cultura nacional fecunda, muitas vezes de qualidade, às vezes popular, mas que não é exportada; e, diante dela, uma cultura americana onipresente que constitui o “resto” da cultura. Não estou falando de arte ou da cultura histórica, muito menos dos valores carreados pela cultura: falo de produtos culturais, da cultura de massa, da cultura dos jovens. Essa cultura europeia comum não existe mais. A única cultura *mainstream* comum aos povos europeus passou a ser a cultura americana (MARTEL, 2012, p. 421).

O *soft power* opera, inclusive, dentro do próprio território americano, fechando o máximo possível a abertura para as culturas de outros países e reforçando entre o seu povo essa questão de superioridade, através de conceitos do “patriotismo” e do “*American way of life*”. Natalia Freitas, animadora e artista de *lookdev* e texturas de filmes como *Moana: Um mar de aventuras* (*Moana*, de Ron Clements, 2016) e *Hotel Transilvânia 3: Férias monstruosas* (*Hotel Transylvania 3: Summer Vacation*, de Genndy Tartakovsky, 2018), relata uma experiência que teve nos Estados Unidos: “Eu lembro que quando eu estava nos Estados Unidos, eu conheci uma mulher e ela perguntou: ‘De onde você é?’ eu falei assim: ‘Ah, eu sou do Brasil.’ E ela: ‘Ah, você é do Brasil, nossa você deve estar muito feliz de estar aqui!’” (Informação verbal)⁷⁵.

Alguns países, no entanto, já começaram a romper com o monopólio cultural norte-americano, como o Japão que, no início da década de 1990, tomou medidas para reafirmar sua identidade asiática quando o seu

Ministério da Economia, do Comércio e da Indústria, reconheceu pela primeira vez a importância das indústrias criativas para a economia do país, principalmente depois do sucesso do jogo *Pokémon*⁷⁶, da Nintendo, e dos filmes *Princesa Mononoke* e *A viagem de Chiriro*, do genial Hayao Miyazaki (MARTEL, 2012, p. 277).

⁷⁵ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

⁷⁶ Para saber mais: <https://www.pokemon.com/br/>.

Os japoneses entenderam que para se afirmar no mercado mundial, era necessário investir nos conteúdos culturais dos meios de comunicação, e não apenas na sua tecnologia eletrônica. Bolaram, então, uma estratégia de “sinergia” entre o *hardware* e o *software* no universo audiovisual, otimizando ainda mais a tecnologia e produzindo conteúdo. Conforme Martel (2012), para consolidar essa estratégia, grandes empresas de tecnologia, como a Sony e a Matsushita, compraram, na década de 1990, os estúdios americanos Colúmbia e Universal Pictures. Ou seja, para produzir cultura, o Japão potencializou sua indústria e não o contrário, como é crença comum em países subdesenvolvidos.

A Índia também está investindo pesado para enfrentar a hegemonia Norte-Americana. Amit Khanna, presidente da Reliance *Entertainment*, uma das grandes produtoras do mercado indiano, fala em entrevista para Martel (2012), sobre seu desejo de desempenhar um papel central, política, econômica, mas também culturalmente dentro deste contexto globalizado. “Acreditamos no mercado global, temos valores a promover, valores indianos. Vamos enfrentar Hollywood em seu próprio terreno. Não apenas para ganhar dinheiro, mas para afirmar nossos valores” (MARTEL, 2012, p. 14).

O Brasil, por sua vez, ainda é muito incipiente em relação às trocas culturais, sendo conhecido principalmente por sua produção de telenovelas (MARTEL, 2012). Também é um país que pouco impacto faz no consumo de bens culturais, uma vez que “o público com poder aquisitivo significativo, aquele que é visado pelos publicitários, é da ordem de apenas 6 milhões de pessoas” (MARTEL, 2012, p. 307).

Mas por enquanto, a hegemonia cultural ainda é americana. Isso acaba influenciando diretamente os profissionais criativos (mas não só eles) no momento da procura por oportunidades de trabalho. Como veremos nos resultados do questionário *online* realizado para este estudo, constata-se que a categoria profissional busca em seus trabalhos não só seu sustento, mas também sua realização pessoal através do desejo de participar da criação de um “produto cultural” com o qual tenha um forte vínculo emocional, com o qual se identifique. Sendo assim, os animadores, trabalhando de modo independente, a partir de estações *online* conectadas com o mundo todo, passaram a oferecer seus serviços para empresas que atendiam a suas demandas financeiras (oferecendo honorários até cinco vezes superiores aos brasileiros, por exemplo) e emocionais (onde percebemos, definitivamente, o êxito das estratégias de dominação cultural estabelecidas através de *soft power*, sendo comum ouvirmos depoimentos como: “Nossa, vou trabalhar numa série com os personagens que eu adorava na minha infância!”). Esse fenômeno acabou afetando também os estúdios locais que sofreram uma grande dificuldade para a manutenção de suas atividades devido à fuga de mão de obra

qualificada. No Brasil, o abandono das posições de trabalho foi massivo (na ordem de 36,2%⁷⁷) e os grandes estúdios internacionais, receberam esses profissionais prontamente. Este acolhimento atende às estratégias do *soft power*, sendo dois os principais motivos: 1) além da economia em se contratar profissionais estrangeiros já capacitados tecnicamente e que iriam trabalhar nas produções a partir de seus países de origem, sem a necessidade de vistos para realocação e por um custo significativamente menor, 2) ao puxar para si talentos importantíssimos de mercados concorrentes, essas indústrias fortalecem os seus quadros, enquanto sabotam os demais, como se pode observar através do depoimento de um exibidor de filmes mexicano:

Essa capacidade para receber talentos estrangeiros representa para Hollywood uma vantagem excepcional frente à concorrência. “Nossos atores e realizadores são contratados nos Estados Unidos. É uma sorte para eles, mas isso seca completamente a criatividade aqui. Desse modo, os *blockbusters* hollywoodianos vão bem na América Latina, mas os cinemas nacionais, privados de seus melhores atores e cineastas, logo ficam fragilizados, quando não desaparecem completamente”, lamenta Alejandro Ramírez Magaña, diretor-geral da principal rede de salas mexicanas, Cinépolis (MARTEL, 2012, p. 207-208).

Paulo Muppet acredita que a situação é semelhante no Brasil, pois hoje,

[...] o que rola nas redes sociais é “como se tornar um funcionário de gringo”, quais os passos para você...O objetivo final é esse. Essa é a conversa que rola e não tem ninguém falando do outro lado. Não tem ninguém trazendo a outra conversa, né. Não tem ninguém falando como construir... Porque eu acho que esse papo não é um papo que tem que chegar só nos animadores, eu acho que esse papo tem que chegar em outras pessoas que tem poder, para fazer alguma diferença. Em pessoas, que sei lá, tem dinheiro, tem posição, tem meios de produção, que tem canais. [...] E eu acho que o único jeito é comunicando. Precisa existir uma força que se opõe e que apresenta argumentos contrários ao discurso que nos é vendido (Informação verbal)⁷⁸.

Muppet cita ainda a importância de termos uma força de resgate dos nossos valores culturais, pois só assim poderemos pensar em uma produção cultural consistente, mas que esse discurso ainda não possui força. E, enquanto essa situação permanecer deste modo, continuaremos a enfraquecer nossa cultura enviando valiosos recursos financeiros e intelectuais para o exterior:

Todo mundo que tá nesse jogo, tá contribuindo para a gente continuar o resto da nossa existência e dos nossos filhos sustentando estilo de vida de países de primeiro mundo, e sonhando em fazer parte desses países de primeiro mundo, né? Pô, mas a vida lá é muito melhor, pô, mas os animadores lá ganham muito mais. É, é verdade, a vida lá é muito melhor e os animadores ganham muito mais, mas não é segredo, né? São países que conseguem exportar a pobreza, né? [...] a gente é consumidor da pobreza dos países de primeiro mundo e vai continuar sendo, porque na verdade, a gente acha legal! (Informação verbal)⁷⁹

⁷⁷ Dado extraído da questão número 6, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 160).

⁷⁸ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

⁷⁹ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

Apesar dos salários maiores e da sensação de realização pessoal, esse movimento de afastamento dos estúdios para uma carreira desvinculada, acredita-se, foi devastador para a produção de cultura local. Além disso, os benefícios profissionais podem ser questionados, uma vez que de acordo com os depoimentos recebidos, a desvinculação os conduziu, na verdade, a uma situação volátil de corrida permanente atrás do próximo projeto, levando à precarização de suas atividades numa rotina constante de buscas e incertezas.

2.3 A PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO – A LUDOPOLÍTICA E A “UBERIZAÇÃO”

Apesar do aumento da oferta de trabalho através da crescente ubiquidade das redes, e pelo processo de profunda reestruturação da economia, agora capaz de funcionar como uma unidade em tempo real, mais flexível e em escala planetária, é preciso ter atenção aos desafios desse novo ecossistema remoto, que já mostra sinais de que sua promessa de flexibilidade trouxe, ao invés de liberdade, distanciamento e novas e mais intensas formas de controle (DEUZE, 2007). A barreira interpessoal criada pelas interfaces e dispositivos digitais⁸⁰ acabou por mudar não só a maneira como se trabalha, mas também teve grande impacto nos vínculos sociais que, assim como as redes, tornaram-se flexíveis e efêmeros. Conforme cita Martino (2014, p. 56):

Nas redes sociais, os vínculos entre os indivíduos tendem a ser fluidos, rápidos, estabelecidos conforme a necessidade em um momento e desmanchado no instante seguinte. A noção de flexibilidade das redes sociais refere-se a essa característica dos laços existentes em uma rede — os vínculos criados podem ser transformados a qualquer momento, de acordo com sua dinâmica e com as características dos participantes. Ao contrário de outros agrupamentos humanos, nos quais existem vínculos duradouros, fundamentados em valores mais ou menos compartilhados, nas redes não existe necessariamente a obrigação de ter um ritmo específico de atividades, assim como não se exigem ligações exclusivas. A flexibilidade de uma rede refere-se também a sua capacidade de mudar de tamanho conforme ganha ou perde participantes em sua dinâmica.

Nos deparamos com as incertezas trazidas pelas novas interfaces deste ecossistema digital. Deuze (2006) mostra como essa fluidez cada vez maior do dia a dia, associada a uma sensação predominante de fluxo permanente, criou as condições para uma “vida líquida” contemporânea, um conceito criado por Zygmunt Bauman (1925-2017) que a descrevia como

⁸⁰ A tecnologia de reuniões a distância via aplicativos de *chat*, ainda não substitui a presença física, nem mesmo com a futura implementação de tecnologias que permitam a conexão dos olhares, como câmeras que filmem por trás da tela dos dispositivos ao invés de por cima dela, tal qual dispomos atualmente. Dertouzos (2011) reitera que os encontros online são apenas uma imagem das forças primitivas que regem as relações humanas. Não existe a sensação de real, uma vez que podemos afastar qualquer “ameaça” ao simplesmente apertar o botão *off* do dispositivo.

“uma vida precária, vivida sob condições de incerteza constante”⁸¹ (DEUZE, 2006, p. 2). Mas o que se entende por precarização?

A precarização vai além do trabalho. Inclui habitação, dívida, instabilidade geral, incapacidade de fazer planos. Podemos falar sobre a subjugação da vida sob o capital, não apenas sobre a subjugação do trabalho sob o capital. A precariedade é um instrumento de controle; é imposta por aqueles que têm poder sobre os impotentes. Não podemos escolher como queremos viver. Isso gera competição na vida social. Isso nos força a uma “luta pela existência” darwiniana em um nível social. A precariedade é a condição básica dos indivíduos na sociedade capitalista. Isso nos divide e limita as oportunidades de estarmos juntos. As pessoas ficam sem poder e as relações sociais são rompidas (DEUZE, 2007, p. 21)⁸².

Essa nova condição de “vida líquida” é acelerada e amplificada no trabalho seguindo os mantras de gestão prevalentes do novo capitalismo, onde estabilidade e solidez até então características de uma empresa saudável, agora são vistas como sinais de fraqueza. Deuze (2007) afirma que nessa nova sociedade líquida, conceitos como liberdade e segurança sempre imaginados como opostos, acabaram por ficar ambíguos e as pessoas tendem a ficar sem ambos. Esse talvez seja

[...] o paradoxo perfeito da vida líquida contemporânea: todas as tendências na vida profissional de hoje sugerem claramente uma rápida desestabilização dos laços sociais, correspondendo a efeitos cada vez mais enfraquecedores de uma economia da informação global de alta tecnologia instável e incerta, ainda que os trabalhadores pegos no epicentro dessa mudança desconcertante também expressam um senso de domínio sobre suas vidas, interpretando sua identidade profissional neste contexto em termos de controle em nível individual e empoderamento (DEUZE, 2007, p. 23-24)⁸³.

O sociólogo Ricardo Antunes⁸⁴ (2018) relata que ao contrário do que esperava Richard Florida (2011) no início do movimento de deslocamento das forças de trabalho para fora das empresas, que era otimista e vislumbrava um novo mundo criativo no trabalho a partir do avanço tecno-informal digital, o que estamos presenciando (e as pesquisas e estudos vêm sistematicamente confirmando) é o seu exato inverso. Antunes (2018) reforça, ainda, que

⁸¹ Do original: “*a precarious life, lived under conditions of constant uncertainty*” (DEUZE, 2006, p. 2). – Tradução do pesquisador.

⁸² Do original: “*Precarity stretches beyond work. It includes housing, debt, general instability, the inability to make plans. We can talk about the subjugation of life under capital, not just the subjugation of labour under capital. Precarity is an instrument of control; it is enforced by those with power upon the powerless. We can't choose how we want to live. It engenders competition in social life. It forces us into a Darwinian “struggle for existence” on a social level. Precarity is the basic condition of individuals in capitalist society. It divides us, and limits opportunities to get together. People are disempowered and social relations break down.*” (DEUZE, 2007, p. 21). – Tradução do pesquisador.

⁸³ Do original: “*It is perhaps the perfect paradox of contemporary liquid life: all the trends in today's work-life quite clearly suggest a rapid destabilization of social bonds corresponding with increasingly disempowering effects of a fickle and uncertain global high-tech information economy, yet those workers caught in the epicenter of this bewildering shift also express a sense of mastery over their lives, interpreting their professional identity in this context in terms of individual-level control and empowering agency*” (DEUZE, 2007, p. 23-24). – Tradução do pesquisador.

⁸⁴ Disponível em: <https://digilabour.com.br/2020/06/14/trabalho-uberizado-e-capitalismo-virotico-entrevista-com-ricardo-antunes/>.

diferentemente de quem trabalha na indústria pesada, os trabalhadores da economia do compartilhamento geralmente recebem pouco ou nenhum aviso prévio sobre as principais mudanças do seu trabalho e não têm uma rede de segurança em relação ao desemprego. Segundo reportagem do *El País*⁸⁵, não devemos considerar o local de trabalho somente como um local de produção, mas também de socialização, identidade e resistência. Sem essa socialização, a resistência é eliminada, ocasionando, deste modo, o enfraquecimento dos laços coletivos, a redução dos direitos e o aumento da desigualdade social. Portanto, a resultante desta complexa combinação entre avanço informacional e expansão das plataformas digitais não conduz a uma melhor condição, mas à precarização do trabalho ou como cita Bulut (2020), a uma condição de “desigualdade oligárquica” ou “neofeudal”.

À medida que o trabalho se torna um modo de vida, a vida cada vez mais exibe todas as características do trabalho contemporâneo, onde temos que enfrentar os desafios e oportunidades de empregos contingentes, trabalho precário e um senso estrutural de insegurança real ou percebida no trabalho (DEUZE, 2006, p. 2)⁸⁶.

Byung-Chul Han, autor de “A sociedade do cansaço” (2019) e de “No enxame” (2018), explica que a era do digital, por ser uma era voltada ao desempenho, borrou os limites das interfaces sociais e por conta de não se ter mais a definição clara entre os tempos do trabalho e do ócio, todo o tempo se transformou em tempo de trabalho. Mesmo as pausas, são consideradas, agora, uma etapa do trabalho. Han (2018, p. 41) afirma que hoje

[...] somos, de fato, livres das máquinas da época industrial, que nos escravizavam e nos exploravam, mas os aparatos digitais produzem uma nova coação, uma nova exploração. Eles nos exploram ainda mais eficientemente na medida em que eles, por causa de sua mobilidade, transformam todo lugar em um local de trabalho e todo o tempo em tempo de trabalho. A liberdade da mobilidade se inverte na coação fatal de ter de trabalhar em todo lugar. Na era das máquinas, o trabalho, simplesmente por causa da imobilidade das máquinas, era delimitável em relação ao não trabalho. O local de trabalho, ao qual era preciso se dirigir por conta própria, se deixava separar claramente dos espaços de não trabalho. Hoje essa delimitação é completamente suprimida em algumas profissões. O aparato digital torna o próprio trabalho móvel. Todos carregam o trabalho consigo como um depósito de trabalho. Assim não podemos mais escapar do trabalho.

Ressalta-se que foram criados vários termos “amigáveis” que visam ilustrar essa nova etapa da relação ser humano e trabalho: trabalho imaterial, trabalho cultural, trabalho criativo, trabalho digital e outros que procuram iluminar as práticas de trabalho dentro e fora das indústrias midiáticas. Um termo em voga atualmente é *gig economy*, que pode ser entendido

⁸⁵ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/economia/2021-01-07/o-home-office-pode-acabar-com-a-inteligencia-coletiva.html>.

⁸⁶ Do original: “*As work becomes a way of life, life increasingly displays all the characteristics of contemporary work, where we have to come to terms with the challenges and opportunities of contingent employment, precarious labour, and a structural sense of real or perceived job insecurity*” (DEUZE, 2006, p. 2). – Tradução do pesquisador.

como a economia de contratação sob demanda, ou colocando de um modo mais coloquial e contemporâneo, a “uberização” do mercado de trabalho. A pesquisadora e socióloga Alexandra Ravenelle, em entrevista para a plataforma Digilabour⁸⁷, comenta que uma das promessas da *gig economy* era dar independência e liberdade aos trabalhadores (agora classificados como “autônomos” ou “empreendedores”), para que eles criassem seus próprios horários e pudessem determinar seus próprios salários. Prega-se, de acordo com Deuze (2006, p. 4)⁸⁸, a destruição das carreiras em troca da flexibilização da força de trabalho, que

[...] se estende tanto ao horário de trabalho quanto ao não-expediente, distinção essa que está confusa para muitas pessoas, senão para a maioria. A adaptação às mudanças nas práticas de gestão, às novas tecnologias e ao cultivo da criatividade e do talento não podem estar necessariamente vinculados a uma jornada de trabalho das nove às cinco, especialmente considerando a falta geral de investimento corporativo no treinamento de funcionários. Com o fim lento do emprego de tempo integral para toda a vida, a busca contínua por empregos, a preparação para empregos futuros em potencial, bem como o gerenciamento de várias carreiras mais ou menos simultaneamente, tornaram-se elementos essenciais do estilo de vida cotidiano de muitos.

Nos estúdios de animação (sejamos francos), a estabilidade do emprego presencial em tempo integral, com pleno desfrute de garantias e direitos sempre foi uma conquista efêmera desde os tempos de Disney. Mesmo assim, é importante ressaltar a força da reunião de indivíduos criativos em um mesmo ambiente, pois isso promove a criação de vínculos interpessoais, contribuindo no engajamento e nas trocas, refletindo significativamente qualidade criativa dos conteúdos, gerando aprendizado, cumplicidade e senso de pertencimento às equipes (sendo que para muitos “criativos”, no que se trata de balizadores de sua satisfação no trabalho, essas características são tão relevantes quanto a remuneração). Aos poucos, porém, parcelas significativas das equipes presenciais foram sendo substituídas por esta “forma de trabalho eletrônico terceirizado, executados por trabalhadores temporários subcontratados mediante acordos individuais e pagos pelo volume de serviço executado em processamento da informação” (CASTELLS, 2001, p. 420). Deste modo, pela ótica dos contratantes, a “uberização” tornou-se conveniente por reduzir o colaborador remoto a um mero “ente *online*”, desprovido de materialidade, invisível. Deuze (2007, p. 68) reflete que “o trabalho imaterial

⁸⁷ Disponível em: <https://digilabour.com.br/2020/01/17/a-gig-economy-e-a-versao-millennial-do-trabalho-precario-entrevista-com-alexandra-ravenelle/>.

⁸⁸ Do original: “*This flexibility stretches out into both work time and non-work time, which distinction has blurred for many, if not most, people. Adapting to changing management practices, new technologies, and cultivating creativity and talent cannot be necessarily tied to a nine-to-five working weekday, especially considering the general lack of corporate investment in employee training. With the slow demise of lifelong full-time employment, continuous searching for jobs, preparing for potential future jobs, as well as managing multiple careers more or less simultaneously have become core elements of everyday lifestyle for many.*” (DEUZE, 2006, p. 4). – Tradução do pesquisador.

serve aos interesses de um tipo de indústria que pretende ser flexível e extremamente versátil ao atender as demandas do mercado global”⁸⁹. Ainda, segundo Deuze (2007, p. 19)⁹⁰:

Enfrentando a necessidade de ser capaz de se adaptar rapidamente às mudanças locais e globais nas tendências de consumo e produção, muitas partes da indústria estão optando por informalizar a mão-de-obra, o que significa que uma parte significativa da força de trabalho de uma empresa hoje consiste em empregos de baixo *status*, mal pagos, inseguros, de curto prazo, com poucos ou nenhum benefício ou oportunidade de promoção.

Marta Machado (2012, p. 8) explica que no caso de uma produção em animação, que envolve uma etapa de intensidade criativa (criação e planejamento) e outra de extenso uso de mão de obra, o cenário é de forte concorrência mundial nessa segunda etapa. Isso se dá porque as etapas de produção envolvem menos processos criativos e são mais técnicas, podendo, de acordo com Barone (2005), serem fragmentadas. Deste modo, tarefas como, *layout*, animação, colorização, trilha sonora e *foley* (que foram abordadas na capítulo 1) são passíveis de serem delegadas para empresas parceiras ou profissionais *freelancer*, num processo conhecido como *outsourcing*⁹¹, que está sendo considerado como uma estratégia viável para qualquer indústria de serviços com viés digital. De acordo com Tshang (2004), as principais razões para a utilização do modelo de *outsourcing* são frequentemente relacionadas à redução de custos (mesmo que isso comprometa a qualidade das produções), ou ainda, à necessidade de reforços do quadro de funcionários devido à falta de talentos locais (tanto em níveis quantitativos quanto em expertise técnica/criativa).

Segundo Arnaud Janvier, diretor de animação francês entrevistado para esta pesquisa, por conta de altos custos e taxas aplicadas para se produzir animação nos países de primeiro mundo, grandes empresas do ramo (Arnaud cita MPC, *OnAnimation*, Disney, *DreamWorks* e

⁸⁹ Do original: “*This immaterial labor ultimately serves the interests of a type of industry that aims to be flexible, reflexive, and extremely versatile when it comes to answering the demands of a global marketplace*” (DEUZE, 2007, p. 68). – Tradução do pesquisador.

⁹⁰ Do original: “*Facing the need to be able to adapt quickly to local as well as global shifts in consumption and production trends, many parts of the industry are choosing to casualize labor, which means that a significant part of a company’s workforce today consists of underpaid, insecure, low-status, short-term jobs with little or no benefits or opportunities for promotion*” (DEUZE, 2007, p. 19). – Tradução do pesquisador.

⁹¹ *Outsourcing* não deve ser confundido com terceirização, que é a contratação de terceiros para serviços e atividades essenciais ao funcionamento de uma empresa, mas que necessariamente não precisam ser gerenciadas por ela. Normalmente, os serviços prestados por terceirizados são limpeza, segurança, jardinagem, manutenção em ar-condicionado e outras de natureza mais prática, não relacionadas às atividades fim da empresa. Basicamente, a terceirização tem como finalidade a redução de custos, especialmente com encargos trabalhistas. *Outsourcing*, por sua vez, é a utilização estratégica, por parte de uma empresa, de mão de obra e profissionais advindos de fontes externas para a realização das mesmas atividades fins da empresa contratante. Isto é, quando uma empresa de fora assume um setor de uma outra organização e passa a atuar de maneira estratégica dentro dela. A empresa contratada, nesse caso, deve ter um conhecimento aprofundado da área em que ela atua e seu papel tem uma importância significativa no desempenho da contratante. (Disponível em: <https://www.monitoratec.com.br/blog/afinal-qual-e-a-diferenca-entre-outsourcing-e-terceirizacao/>).

Pixar)⁹² estão buscando mão de obra em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, criando braços oficiais na Índia e na China, por exemplo. Além disso, Janvier expõe que a prática de *outsourcing* é bastante comum, e apesar da menor qualidade técnica das obras, a diferença de custo e a redução dos impostos é um atrativo para as empresas. Na Índia, os profissionais e estúdios menores são muito numerosos e extremamente baratos. Yoon (2008) relata que a indústria de animação gasta entre US\$250 mil e US\$400 mil para fazer uma animação de meia hora nos EUA ou no Canadá, mas, na Índia, é possível se fazer essa mesma meia hora de animação com cerca de US\$60 mil. Janvier conta, com pesar, que, na Índia, um artista recebe, apenas, algo em torno de US\$125 mensais (cerca de R\$690,00). Lá, “os computadores são mais caros que os seres humanos” (Informação verbal)⁹³, lamenta. Mas trabalhar com uma mão de obra tão barata e de uma cultura tão distinta acarreta muitos problemas. Os indianos costumam dizer “sim” para todas as solicitações da produção, mas não entendem de fato as sutilezas e nuances culturais que precisam ser transmitidos nas obras animadas. No caso da série *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir (Miraculous: As aventuras de Ladybug, 2015)*, a produção estava tão atrasada e a comunicação estava tão complicada que Janvier e o diretor Thomas Astruc precisaram viajar para a Índia a fim de supervisionar pessoalmente o projeto. Diferentemente de países como a Coreia, que possui grande qualidade artística, mas maior rigidez nas negociações e no trato com os funcionários, que não aceitavam refazer o trabalho mais de uma vez, na Índia é possível solicitar tantos *retakes* quanto necessários, sem ônus extra para o contratante. “Solicitávamos milhares de *retakes* e toda a vez, eles diziam sim” (Informação verbal)⁹⁴. Apesar dos entraves culturais, produzir no exterior “era como uma balança que pendia sempre para os indianos. Mesmo que fosse difícil trabalhar com eles e tudo o mais, no final, o produtor ganhava mais dinheiro com o show ao produzi-lo na Índia”, finaliza (Informação verbal)⁹⁵.

Deste modo, com a flexibilização das metas, mas também da sua remuneração, e portanto a “uberização” da produção, faz com que os colaboradores remotos que trabalham para essas empresas de *outsourcing*, ou mesmo aqueles que atuam de modo independente como *freelancers*, acabem por enfrentar jornadas diárias extenuantes, frequentemente superiores a 12 horas (em casos extremos, chegando próximo a 20 horas diárias), incorporando demandas sempre crescentes (além de, não raro, agregar outras atividades ao seu fluxo de trabalho, com

⁹² Para saber mais: <https://www.moving-picture.com/>; <https://onanimation.com/>.

⁹³ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

⁹⁴ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021

⁹⁵ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021

o intuito de complementar sua renda). Uma das demandas usuais a que estes profissionais precisam se submeter é o “*Crunch time*”, que é basicamente a correria final para o cumprimento dos *deadlines* do projeto. No caso dos animadores remotos, como sua remuneração é por secundagem produzida e não por hora trabalhada, não há compensação extra por esse sacrifício. Deuze (2007, p. 229) relata que, na pesquisa que fez para “*Media Work*”, 35% dos profissionais de um estúdio de jogos trabalharam entre 65 a 80 horas semanais e 13% relataram semanas críticas médias de mais de 80 horas, nesses finais de projeto. Apesar de gostar do que fazem, esses profissionais têm queixas sobre o excesso de trabalho, que parece, às vezes, não ter fim. Um colaborador reclama para Bulut (2020, p. 25-26)⁹⁶ que “é impossível manter esse ritmo de 100 horas semanais para sempre, a equipe se desgasta rápido demais”. Eduardo Conter, animador radicado no Canadá, comenta que o excesso de trabalho é algo inerente à área, apesar de claramente não concordar com essa prática, acaba submetido a ela por pressão dos colegas e supervisores, muitas vezes sob ameaça de entrar na “lista dos maus profissionais”, compartilhada de modo extraoficial entre os estúdios do Canadá. “O *overtime* não é mandatário, mas é altamente incentivado”, relata Conter (Informação verbal)⁹⁷.

Alguns olham esse quesito do *overtiming*, como um mal necessário da área, que tu precisa para tu produzir aquilo o que tu ama, só que, eu vejo muita gente passando por isso, muita gente que chegou aqui, e por exemplo, tem um animador que em um ano de trabalho, o cara fez tanto *overtiming* que ele não viu a filha dele o tempo inteiro. Ele chegava em casa, a filha já estava dormindo. Uma coisa que aconteceu comigo, eu estava tão dessensibilizado que no *Cats*, por exemplo, eu fiz cinco meses de *overtiming* intenso e eu fiz um mês inteiro que foi tipo, 86 horas, 81 horas, 96 horas e 91 horas (semanais) (Informação verbal)⁹⁸.

Esse cenário de excesso de trabalho é possível devido à força jovem que compõe os quadros dessas empresas (geralmente, conforme Deuze (2007) e Bulut (2020), homens na faixa dos 20, 30 anos e sem filhos). Janvier lembra que muitos produtores veem uma oportunidade de negócio nisso, pois ao contratar pessoas mais novas, conseguem profissionais que saíram recentemente das escolas, muito mais baratos, atualizados tecnicamente e ainda com grande disposição para sacrifícios em nome do trabalho. Deuze (2007) explica que pelos excessos exigidos pela atividade, aqueles que pretendem constituir família ou mesmo não aceitam dedicar tanto tempo de suas vidas ao trabalho, são paulatinamente excluídos do mercado. Em entrevista a Bulut (2020), uma colaboradora desabafa:

É irritante pra caralho e estúpido da nossa parte. Só porque você pode estar disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, não significa que deva. [...] Como você pode chamar de fim de semana quando a semana nunca termina? Como são as férias se

⁹⁶ Do original: “*But then they get burnt out quickly. You can’t do this forever; you can’t work 100 hours a week forever*” (BULUT, 2020, p. 25-26). – Tradução do pesquisador.

⁹⁷ Fala de Eduardo Luiz Conter, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

⁹⁸ Fala de Eduardo Luiz Conter, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

“você está de plantão? [...] Em vez de libertar o trabalhador, trabalhar em casa parece ter vazado paixão para fora do ambiente de trabalho, colonizando os espaços mais íntimos da vida dessas famílias. Devido às práticas de conexão ubíquas, a alienação agora define não apenas as relações de trabalho, mas também as relações íntimas (BULUT, 2020, p. 115)⁹⁹.”

Esta situação é bastante comum nas indústrias criativas, em que a maioria dos profissionais, ao sonhar com liberdade e flexibilidade, acabaram presos em uma perpétua maratona, vivendo em um estado de fluxo constante e incerteza (DEUZE, 2007). E, ainda conforme Deuze (2007), as carreiras se tornaram uma sequência de trampolins ao longo da vida, onde os trabalhadores, como indivíduos e organizações, como coletivos, não se comprometem uns com os outros por muito mais do que a meta de curto prazo, o projeto atual, o talento necessário naquele instante. Conter expõe a grande rotatividade nas empresas de animação canadenses, justamente por causa da contratação a curto prazo, por projeto. Segundo Conter, quando o projeto acaba “eles olham assim: “bom, a gente não tem mais uso pra ti, tchau!” (Informação verbal)¹⁰⁰.”

Em paralelo à “uberização”, fatores como a exploração da “paixão” sentida pelos profissionais a exercer suas atividades, bem como a infantilização do trabalho através da ludopolítica, também surgem como formas de controle e precarização. Mas enquanto a “uberização” é sentida pelos profissionais mais braçais, das linhas de produção, a ludopolítica funciona melhor entre os profissionais atuantes nas etapas criativas do processo, um grupo mais seletivo e experiente que, de modo geral, segue trabalhando dentro dos estúdios.

A ludopolítica “materializa as condições de alienação de uma classe de trabalho privilegiada, que prefere se imaginar como uma classe criativa ao invés de trabalhadores”, confronta Bulut (2020, p. 35)¹⁰¹. Conforme já discutido, a ludopolítica utiliza estímulos positivos no ambiente de trabalho, como paixão, diversão e gamificação. “O trabalho não é mais uma questão de labuta ou abstinência. Envolve participação, excesso, alegria e até vício, na medida em que não se consegue mais parar de trabalhar tão facilmente” (WEEKS, 2011

⁹⁹ Do original: “*It’s annoying as fuck and stupid on our part. Just because you can be available 24/7 doesn’t mean you should. ... How can you call it a weekend when the week never ends? How is it a vacation if you’re on call?*” she said. *Rather than liberating the worker, working from home seems to have leaked passion outside the workplace, colonizing the most intimate spaces in the lives of these families. Due to the ubiquitous connection practices, alienation now defines not only work relations but also intimate relations*” (BULUT, 2020, p. 115). – Tradução do pesquisador.

¹⁰⁰ Fala de Eduardo Luiz Conter, em entrevista concedida via Skype ao pesquisador em 21 jan. 2021.

¹⁰¹ Do original: “*At the studio level, ludopolitics materializes the conditions of alienation of a privileged labor force that prefers to imagine itself as a creative class rather than workers*” (BULUT, 2020, p. 35). – Tradução do pesquisador.

apud BULUT, 2020, p. 175-176)¹⁰². Bulut (2020, p. 17)¹⁰³ descreve com detalhes a implementação do aspecto lúdico no ambiente de trabalho de um estúdio de produção de jogos, que, para não revelar a fonte, acabou por chamar de “*Desire*”:

Este é o objetivo principal das bibliotecas de livros, filmes e jogos no estúdio: ajudar os desenvolvedores a fugir por um momento ou buscar inspiração. Os livros nas prateleiras cobrem um conjunto diversificado de tópicos, incluindo manufatura enxuta, consumidores, linguagem de programação C, arquitetura no mundo islâmico, armas e espadas, Photoshop, arte gótica e cultura de marca. A biblioteca de jogos cobre muitos videogames produzidos tanto pela *Digital Creatives* e por seus rivais. Não é incomum ver desenvolvedores jogando videogames ou jogos de tabuleiro em uma área designada próxima às bibliotecas. Se você gosta de jogar fliperamas, *Desire* os tem. Fora do horário normal de trabalho, os desenvolvedores interessados organizam o que chamam de noite de “filme terrível” e assistem a um filme terrível no estúdio. O estúdio às vezes também leva os desenvolvedores ao cinema para manter o espírito de equipe. Em suma, *Desire* é um local de trabalho em que você deseja viver, mas esse local de trabalho lúdico é possibilitado por práticas intensas de trabalho comunicativo.

Descrição que poderia ser de “N” produtoras da atual indústria criativa, desde empresas ligadas à economia de rede, bem como empresas ligadas às atividades culturais como publicidade, *videogames* e, claro, produtoras de animação. Neste sistema lúdico de produção, o talento e o amor se tornam fatores autoexplicativos para o sucesso, ao mesmo tempo que, não se divertir no ambiente de trabalho, corresponde a um fracasso. Deste modo, tanto Deuze (2007, p. 208-209) como Bulut (2020) nos mostram que a cultura anticorporativa e os mantras do “*playbor*” de “trabalhar como diversão”, “trabalhar com o que se ama” conseguem ao mesmo tempo convencer os trabalhadores de que eles são realmente privilegiados e livres, auxilia tanto no recrutamento quanto na retenção dos colaboradores (com o argumento de que as pessoas “querem” trabalhar lá por que o estúdio é “maneiro”), além de facilitar mecanismos disciplinares sutis mas eficazes, os quais mantêm as pessoas trabalhando o tempo todo.

¹⁰² Do original: “*Work is no more about toil or abstinence. It involves participation, excess, joy, and even addiction in that one cannot stop working that easily anymore.*” (WEEKS, 2011 apud BULUT, 2020, p. 175-176). – Tradução do pesquisador.

¹⁰³ Do original: “*This is the primary goal of the book, film, and game libraries at the studio: to help developers escape for a moment or look for inspiration. The books on the shelves cover a diverse set of topics, including lean manufacturing, consumers, programming language C, architecture in the Islamic world, weapons and swords, Photoshop, gothic art, and brand culture. The game library covers many video games produced by both Digital Creatives and its rivals. It is not uncommon to see developers playing video games or board games in a designated area next to the libraries. If you fancy playing arcades, Desire has them. Outside the regular work hours, interested developers organize what they call a “terrible movie” night and watch a terrible movie at the studio. The studio also at times takes the developers to the movies to sustain team spirit. In sum, Desire is a workplace you want to live in, but this playful workplace is enabled by intense practices of communicative labor*” (BULUT, 2020, p. 17). – Tradução do pesquisador.

No entanto, como explica Bulut (2020, p. 162)¹⁰⁴:

A associação do trabalho com o amor banaliza a dimensão mental e corporal da paixão. A criatividade e o amor, na verdade, podem ser muito destrutivos, mesmo quando se encontra o amor no trabalho. Como revela a história de *Desire*, o amor é exigente e explorador. É exaustivo, tanto física quanto mentalmente. Há um custo biológico em resolver problemas constantemente, comunicar-se e estar atento aos detalhes em um processo de trabalho de quase duzentas pessoas. Afinal, os corpos dos desenvolvedores têm limites físicos, não importa o quanto eles amem seu trabalho.

Há, mesmo entre os profissionais altamente capacitados e considerados bem-sucedidos, a sensação de que eles se encontram no limite do controle de suas vidas (DEUZE, 2007). Portanto, a precariedade pode ser produtora de subjetividades, como aponta Bulut (2020, p. 6), especialmente por estar envolvida em sentimentos como o “amor”. No caso das produções criativas, ela não existe pela carência de empregos, muito pelo contrário, pois a demanda é alta. Ela existe pelas promessas de liberdade, diversão e pelo apelo aos vínculos emocionais. Neste cenário digital e conectado, os mercados induzem a eficiência através da responsabilização do colaborador, disfarçam a sobrecarga de trabalho com o mantra do “amor pelo que se faz” e eliminam a sindicalização pela pulverização espacial dos indivíduos através do *home office*.

¹⁰⁴ Do original: “*The association of labor with love trivializes the mental and bodily dimension of passion. Creativity and love in fact can be very destructive even when one finds love at work. As Desire’s story reveals, love is demanding and exploitative. It is exhausting, both physically and mentally. There is a biological cost to constantly solving problems, communicating, and being attentive to details in a labor process comprised of almost two hundred people. After all, developers’ bodies have physical limits no matter how much they love their job*” (BULUT, 2020, p. 162). – Tradução do pesquisador.

3 O CAMPO DO HUMANO: O PERFIL DO PROFISSIONAL DE ANIMAÇÃO

Após esquadrihar o que é a produção de animação, sua estruturação tecnológica, suas peculiaridades técnicas, dinâmicas e o conjunto de realidades econômicas, sociais e políticas nas quais seu mercado está inserido e de haver contextualizado o mercado de produção de animação conectado digitalmente e seu impacto nas produções; será traçado o perfil do profissional da animação (quem são hoje esses profissionais mediados pelas tecnologias digitais?). Simplificando: foram vistos a *ferramenta* e o *cenário*. Agora, será apresentado, através do entrelaçamento dos dados obtidos pelo estudo bibliográfico, pelo questionário *online* e pelas entrevistas semiestruturadas realizadas para este estudo, o *agente* que transita por este cenário e faz uso dessas ferramentas.

3.1 METODOLOGIAS DAS COLETAS DE DADOS

Com as tecnologias computacionais, a “indústria” da animação passou por inúmeros processos de otimização e até mesmo automatização de suas etapas. Mesmo assim, são as pessoas e sua capacidade criativa, que de fato, formam o principal ativo dessa economia. Portanto, não é possível conhecer os caminhos desta atividade, sem ouvir com atenção o que os profissionais do mercado têm a dizer sobre o seu campo, para, inclusive, entender seu comportamento, suas necessidades e aspirações enquanto inseridas neste mercado, mesmo que atuando remotamente, através de meios digitais. Portanto, a fim de legitimar os argumentos propostos nesta pesquisa, fez-se necessária a aplicação de um questionário *online* e de entrevistas científicas semiestruturadas.

Entre os dias 21 e 31 de janeiro de 2021, após parecer favorável do CEP da PUCRS¹⁰⁵, ficou disponibilizado através de um *link* da plataforma de criação de enquetes *Google Forms*, um *questionário digital*¹⁰⁶, de preenchimento anônimo e composto por 15 questões de múltipla escolha e uma descritiva para comentários espontâneos. As perguntas procuraram levantar respostas sobre o perfil médio dos animadores brasileiros, suas condições gerais de trabalho, a influência da conectividade digital e seu grau de satisfação na área, bem como, suas expectativas frente ao trabalho nos mercados nacional e internacional de animação. Esse

¹⁰⁵ O parecer favorável a esta pesquisa foi emitido pela coordenadora do CEP Denise Cantarelli Machado, no dia 20 de janeiro de 2021 e está sob o número 4.504.909.

¹⁰⁶ O questionário pode ser acessado pelo link: <https://forms.gle/fuNFyNjgHmZAgGa8>.

questionário foi enviado para grupos de profissionais brasileiros de animação localizados em plataformas sociais como, por exemplo, *LinkedIn*, *Facebook*, *WhatsApp* e *Discord*, alcançando um retorno bem acima do esperado, com 102 formulários preenchidos (embora a quantidade de respostas para cada questão varie entre 100 e 102). Os dados obtidos nesse questionário buscam um entendimento mais amplo das novas dinâmicas deste mercado através de uma visão geral, quantitativa, da opinião dos colaboradores. Estes dados, com seus respectivos gráficos e indicadores, encontram-se na íntegra, no Anexo 1 desta pesquisa.

Figura 12: Tela de apresentação do questionário online



Fonte: Autor, 2021.

As entrevistas semiestruturadas com questionário aberto foram realizadas com representantes de produtoras e colaboradores cujas atuações profissionais já tenham ocorrido tanto no mercado interno quanto no externo. O convite para as entrevistas, assim como as explicações acerca da pesquisa, aconteceu ao longo do segundo semestre de 2020 e as entrevistas foram realizadas no final do mês de janeiro de 2021, (realizadas, assim como o questionário *online*, após parecer favorável do comitê de ética (CEP) da universidade). Como forma de equalização (e para que as comparações e contrapontos fossem justas e apropriadas), houve a preocupação de entrevistar profissionais cuja produção em animação seja majoritariamente de conteúdo original, não publicitário e se dê, ao menos parcialmente, através da utilização das tecnologias digitais e redes de conectividade. As entrevistas foram realizadas através de dispositivos de comunicação *online* que propiciaram videochamadas em tempo real (*Skype*, *WhatsApp*, *Hangout*...) e foram gravadas em mais de um dispositivo para eventuais *backups* e seus áudios podem ser solicitados ao pesquisador. Por questões de cuidado em relação à saúde dos entrevistados frente a pandemia, mesmo entrevistas que poderiam ter sido

feitas presencialmente, foram feitas a distância, através dos recursos de conectividade digital acima descritos.

Numa entrevista semiestruturada combinam-se perguntas abertas com perguntas fechadas, dando ao entrevistado a possibilidade de discorrer mais livremente sobre o tema proposto. O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente elaboradas, mas as coloca em pauta num contexto semelhante ao de uma conversa informal. Sendo assim, o papel do pesquisador é o de dirigir a discussão para o assunto que lhe interessa, podendo fazer perguntas adicionais a fim de esclarecer pontos dúbios, ou mesmo para ajudar a recompor o contexto da entrevista, caso o entrevistado tenha “fugido” ao tema ou manifeste dificuldades com ele. Por fim, a interação entre o entrevistador e o entrevistado proporciona respostas espontâneas, que aliadas a uma maior liberdade e flexibilidade na condução da entrevista, favorecem o surgimento de tópicos inesperados.

As perguntas propostas para estas entrevistas semiestruturadas serviram como roteiro para a condução das entrevistas e buscaram estar relacionadas apenas aos processos de produção e práticas de gestão da indústria da animação. Em nenhum momento a intenção foi extrair informações sigilosas ou pessoais dos entrevistados (apesar de isso ter ocorrido de modo espontâneo por parte dos entrevistados), atuando deste modo apenas como forma de coleta de dados e informações para posterior comparação. As questões buscavam conhecer o perfil profissional dos entrevistados e tratavam sobre: 1) como e quando foi seu primeiro contato profissional com a animação; 2) quais os motivos de estar atuando na área; 3) quais as funções que exerceu ao longo da carreira e o que faz atualmente; 4) quais os critérios para a escolha dos projetos de que participa; 5) onde está morando hoje, para qual mercado trabalha e por que; 6) como é o mercado de animação no seu entorno profissional; 7) o que as empresas buscam num colaborador e o que os colaboradores buscam nas empresas; 8) quais são as estratégias para a retenção dos talentos nas suas equipes; 9) quais são as principais mudanças geradas pelas tecnologias digitais para a produção de animação; 10) o que espera do mercado para a próxima década.

A entrevista foi conduzida com uma introdução ao tema da pesquisa e a partir desse momento, o entrevistado pode discorrer livremente. Ao todo, foram nove entrevistados: **André Dias**, animador *freelance*, residente em Belo Horizonte, que trabalha majoritariamente para o exterior, principalmente para um estúdio em Los Angeles, o *State Design*; **Arnaud Janvier**, um cineasta francês que atua como animador, ilustrador, *storyboarder*, diretor de arte e diretor para anúncios publicitários, séries de televisão, clipes musicais, longas e curtas-metragens. Possui grande experiência internacional no mercado de animação, cujos projetos o levou a atuar

presencialmente em países como Estados Unidos, Índia e Brasil; **Conrado Testa**, animador sênior, radicado no Canadá, onde prestou serviços para a Sony; **Cristiano Figueiredo**, CG *supervisor*, que saiu do Brasil para trabalhar na sede da *Brown Bag Animation* em Dublin; **Eduardo Conter**, animador júnior, que foi para Montreal, trabalhando primeiramente no ramo de efeitos especiais para cinema de imagem real, dentro do grupo *Technicolor* e hoje é animador para jogos mobile na *Ludia*; **Ennio Torresan Jr.**, radicado há mais de vinte anos em Los Angeles, trabalhou como *storyboard artist* para a *Nickelodeon* e atualmente é codiretor de longas-metragens na *DreamWorks Animation*; **Michel Denis da Silva**, animador *freelancer*, que mora no interior de São Paulo (em Boituva) e faz exclusivamente trabalhos para o exterior, principalmente em captura de movimento para jogos; **Natalia Freitas**, animadora e artista de *lookdev* e texturas, trabalhou para a Disney em Los Angeles, para a Sony em Vancouver e agora atua como *surfacing artist* na DNEG; e **Paulo “Muppet” de Souza**, proprietário, produtor executivo e diretor criativo do estúdio brasileiro Birdo, em São Paulo, que entre outros projetos, criou os personagens Vinícius e Tom, mascotes das Olimpíadas realizadas no Brasil em 2016. Uma vez que o volume de entrevistas é significativo, suas transcrições integrais não serão disponibilizadas dentro deste volume. No entanto, elas podem ser solicitadas ao pesquisador.

3.2 O PERFIL DO PROFISSIONAL

“O trabalho é tão espetacular que nem parece trabalho. É divertido, dinâmico e parece diferente do trabalho industrial com suas hierarquias, tédio e sujeira.”
- Ergin Bulut

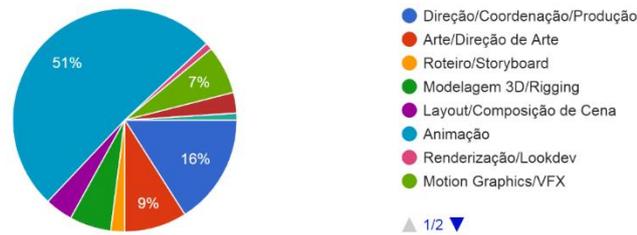
Mas o que leva alguém a querer ser um animador?

Antes de iniciar a análise, convém ressaltar que, por mais que o termo “profissionais da animação” ou “animadores” seja utilizado na maior parte de nossa argumentação ao longo de todo o texto, pelo caráter inerente da atividade, que é coletiva de criação e produção com várias etapas e processos, ela possui inúmeras especializações e áreas de atuação e esses termos pretendem englobar a todas elas. No entanto, os profissionais que atuam diretamente com animação, ainda constituem maioria, perfazendo 58%¹⁰⁷ dos entrevistados. Como é possível verificar no Gráfico 2, abaixo:

¹⁰⁷ 51% de animadores + 7% de *motion graphics* e VFX (tarefa que também é majoritariamente executada por animadores). Dado extraído da questão número 4, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 160).

Gráfico 2: Pergunta 4 do questionário *online*

4. Em que setor da produção de animação você atua majoritariamente?
100 responses



Fonte: Autor (2021)

Como já dito, eu soube que minha vida profissional seria dedicada à animação, quando assisti, em folhas de papel, a um personagem meu adquirindo “vida” em uma caminhada. Cristiano Figueiredo, *CG supervisor* radicado na Irlanda, decidiu pela carreira de animação, também enquanto aprendia a animar, em um curso de 3D. Figueiredo relata que, na época, estava à procura de coisas diferentes e de conhecer pessoas, ou seja: a motivação que o levou ao curso não era, especificamente, ser um animador. “Fui fazer e me apaixonei, e foi aí que eu decidi”, afirma Figueiredo (Informação verbal)¹⁰⁸. A animadora Natália Freitas conta que sempre “gostou” de desenhos animados, atribuindo a eles um poder quase terapêutico, e, justifica, ressaltando uma data extremamente dolorosa de sua infância, que, após perder os pais, levada pra casa de um tio, tv sintonizada: “e durante 20 minutos, assistindo *Speed Racer*¹⁰⁹ eu esqueci o que aconteceu. Porque eu fiquei assistindo ao desenho animado ali e durante aquele tempo eu esqueci, né, de que eu havia perdido meus pais” (Informação verbal)¹¹⁰. Então, Freitas já nutria uma paixão pela animação, porém a decisão de seguir a profissão só aconteceu na faculdade de cinema de animação e artes digitais da UFMG, por intermédio de um professor:

Eu fiquei maravilhada, assim, não só com a animação, mas também pela trajetória do meu professor, o “Toninho”¹¹¹. [...] ele sempre trazia para a gente alguns frames, ou o *Spirit*¹¹², a animação do cavalo, e explicava para a gente como ele fez toda aquela animação, e eu fiquei encantada com aquele universo e eu falei: “gente, é isso que eu quero fazer da minha vida, eu quero fazer filmes, eu quero alcançar uma audiência, eu quero poder entreter outras pessoas”. Porque para mim, a animação sempre foi uma forma de... uma terapia, né? (Informação verbal)¹¹³

Entre os demais profissionais do nosso grupo de entrevistados, André Dias conta que descobriu o prazer de animar durante a faculdade, ao participar de um projeto de extensão que

¹⁰⁸ Fala de Cristiano Rasesa Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

¹⁰⁹ *Mahha GoGoGo* (*Speed Racer*, de Tatsuo Yoshida, 1967).

¹¹⁰ Fala de Natália Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

¹¹¹ Natália Freitas refere-se ao experiente animador Antônio Fialho.

¹¹² *Spirit: O corcel indomável* (*Spirit: The stallion of the Cimarron*, de Kelly Asbury e Lorna Cook, 2002).

¹¹³ Fala de Natália Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

envolvia *stopmotion*; Conrado Testa, já na época do ensino fundamental, ensaiava desenhos e *flipbooks* nos rodapés dos livros didáticos; Eduardo Conter, entusiasta da cultura pop e do entretenimento desde pequeno, buscou acesso profissional a este universo em um curso de 3D, onde percebeu ser possível trabalhar com animação; Ennio Torresan Jr. sempre desenhava e pintava, o que o levou à graduação em belas artes, com a intenção de se tornar um professor. Mas, para dar aulas, foi solicitado que aprendesse animação, e, num curso sobre o tema, descobriu a vocação para animar, abandonando o magistério; Michel Dênis da Silva decidiu trabalhar com animação na adolescência, ao ver o *making of* de uma série que gostava, mas só pôde entrar no mercado mais de uma década depois, quando teve condições financeiras para pagar um curso. Paulo Muppet conta que seu primeiro trabalho foi como professor de computação e robótica, mas que depois passou para uma produtora de vídeos, onde aprendeu animação de forma autodidata, percorrendo as bibliotecas de São Paulo.

Em “Atelier de Cinema de Animação” (1982), Robi Engler relata a paixão de certo modo obsessiva que o atingiu quando descobriu a animação, creditando esse modo apaixonado a todo *hall* de profissionais da área. Para Engler (1982), o primeiro sinal de que alguém está irremediavelmente ligado ao mundo da produção de animação manifesta-se quando há perda da noção do tempo, quando se é capaz de ficar trabalhando madrugada fora para animar algo que sonhou e simplesmente não consegue dormir até terminar de desenhar o último frame.

Para 87,12%¹¹⁴ dos entrevistados, é “importante” e “extremamente importante” trabalhar com algo que os satisfaça, e 80,2%¹¹⁵ dos profissionais afirmam buscar avidamente por projetos que tenham algum significado emocional para além do trabalho em si. Chamo atenção para o fato que a opção “Nem um pouco importante” recebeu zero respostas, o que indica que a relevância em trabalhar com algo com que se identifiquem impacta todos os profissionais do mercado de animação. Em entrevista à Marta Machado (2012), o colaborador de um estúdio deixa o seguinte testemunho:

Para mim, a satisfação seria estar fazendo um projeto legal, trabalhando com bons profissionais e tendo uma remuneração boa, que me satisfaça e cubra as minhas necessidades. Se tivesse que botar numa ordem de prioridade, o trabalho em si, o que eu faço e minhas atribuições vêm em primeiro lugar, o projeto depois disso, e depois, o dinheiro (Colaborador “B2”. [Entrevista concedida a] MACHADO, 2012, p. 116).

¹¹⁴ Dado extraído da questão número 9.1, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 162).

¹¹⁵ Dado extraído da questão número 9.8, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 162).

Bulut (2020, p. 91)¹¹⁶ comenta que a “tensão de participar de tal processo de trabalho emocional, envolvendo trabalhadores apaixonados e, às vezes, obstinados, é parcialmente aliviada pela realidade de que os desenvolvedores estão unidos pela materialidade compartilhada de uma força: o amor”. A “paixão” faz sentido justamente por remeter a algo reconhecível através de memórias felizes, de nostalgia. Percebemos, assim, de modo prático, a força do “*soft power*” que atrai os profissionais para estúdios que trabalham com franquias e personagens com os quais cresceram e, também, por isso, adquirem memórias importantes.

Trabalhar na indústria de animação, além da identificação emocional com a atividade, também é visto como um desafio e uma eterna busca por aperfeiçoamento, para 85,15%¹¹⁷ dos profissionais entrevistados, que responderam que esperam melhorar suas habilidades a cada projeto, seguidos de 81%¹¹⁸, que consideram fundamental a presença de profissionais com mais experiência nas equipes, dispostos a contribuir com seu desenvolvimento profissional. O animador Eduardo Conter explicita a importância do aprendizado constante junto à paixão de trabalhar em animação:

[...] eu olho para a equipe, se tu sente que a equipe tem essa sinergia, que tem o carinho de tratar o próximo, de ensinar o próximo, é uma coisa para mim, essencial, sem isso não existe nada. E o projeto em si [...] tem que olhar para mim e ele tem que me dizer: “Não, aqui tu vai fazer miséria, aqui tu vai aprender.” Para mim é isso, sabe, acima do prazer de estar fazendo o que eu amo, eu tenho que aprender (Informação verbal)¹¹⁹.

Para além da importância em se ter bons professores, aponta-se que 62,4%¹²⁰ dos profissionais trabalham com animação há menos de cinco anos, o que pode ser a justificativa para a segurança encontrada na presença de um profissional mais experiente que esteja atuando

¹¹⁶ Do original: “*The tension of participating in such an emotional labor process, involving passionate and at times opinionated workers, is partly alleviated by the reality that developers are united by the shared materiality of one force: love.*” (BULUT, 2020, p. 91). – Tradução do pesquisador.

¹¹⁷ Dado extraído da questão número 9.7, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 162).

¹¹⁸ Dado extraído da questão número 10.3, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 163).

¹¹⁹ Fala de Eduardo Luiz Conter, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

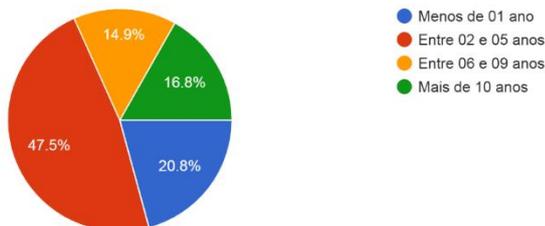
¹²⁰ Dado extraído da questão número 5, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 160).

no mesmo projeto, assim como a existência de certa idealização de se trabalhar com animação *versus* a realidade encontrada na profissão, conforme pode ser analisado no Gráfico 3:

Gráfico 3: Pergunta 5 do questionário *online*

5. Há quanto tempo trabalha com produção de animação?

101 responses



Fonte: Autor, 2021.

Após a entrada no mercado de trabalho, 78,2% dos profissionais relataram que desejam permanecer se dedicando integralmente à animação ao menos pelos próximos cinco anos e 20,8% esperam mesclar a animação com outras atividades. Apenas 1% dos entrevistados afirmou estar pensando em abandonar a atividade antes desse prazo¹²¹. Muito desse desejo em permanecer na área pode ser relacionado tanto com a paixão em se fazer animação bem como com a busca por significação no trabalho, já amplamente demonstrados. Mas apesar deste desejo latente entre os animadores, Arnaud Janvier pondera que após certo tempo, “muitas pessoas mudam completamente de área de atuação, em busca de empregos mais estáveis e com maior remuneração, capazes de sustentar melhor suas famílias” (Informação verbal)¹²². Deuze (2007, p. 199)¹²³ ressalta que algumas das características dos trabalhos midiáticos como “longas jornadas, incerteza no trabalho, falta de estabilidade de renda, alto nível de estresse, intenso trabalho em equipe, afetam diretamente a qualidade de vida dos profissionais”, acabando, de acordo com o autor, por engajar com mais facilidade pessoas solteiras ou casais sem filhos. Por volta dos seus trinta anos de idade, Janvier questionou:

Onde estão os mais velhos? Onde estão os artistas maduros da indústria da animação? Então me dei conta, que todos tinham minha idade. Eu era o mais velho... Os poucos mais velhos do que eu, estavam alocados nas grandes empresas, pois encontravam lá alguma segurança, mas nem nas grandes companhias, essa segurança existe mais (Informação verbal)¹²⁴.

¹²¹ Dados extraídos da questão número 13, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 165).

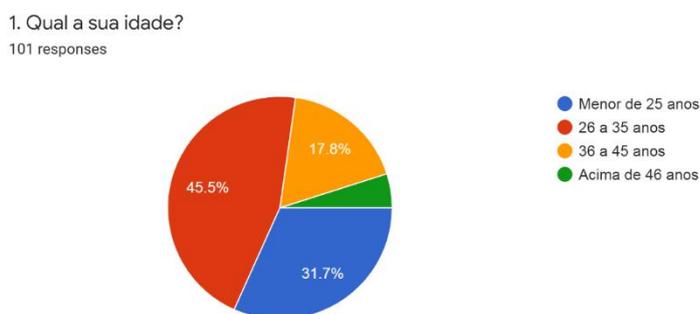
¹²² Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

¹²³ Do original: “*The characteristics of the culture of work in the media – long hours, job uncertainty, lack of income stability, high stress levels, intense teamwork – have direct consequences for the work – life balance of the professionals involved*” (DEUZE, 2007, p. 199). – Tradução do pesquisador.

¹²⁴ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

Janvier alerta que a faixa etária média entre os profissionais é baixa no mundo todo. Segundo ele, na França, é de trinta e cinco anos. A informação fornecida por Arnauld Janvier está em concordância com os resultados do questionário *online* (Gráfico 4), pois nele, 77,2%¹²⁵ dos profissionais brasileiros que atuam no setor afirmam ter menos de trinta e cinco anos.

Gráfico 4: Pergunta 1 do questionário *online*



Fonte: Autor, 2021.

Martel (2012, p. 417) demonstra que do outro lado do mundo, em Xangai, a situação também é similar, quando descreve um estúdio de animação e *games* ao qual visitou que,

[...] em cada sala, cada andar, engenheiros, técnicos, roteiristas, desenhistas, criadores de imagens desenham, colorem, criam. Parecem apaixonados, entusiastas. De jeans e tênis Nike, têm todos menos de 30 anos. Cada um em seu “cubículo”, ao mesmo tempo com os outros em “espaço aberto” e em sua própria bolha.

Bulut (2020, p. 155) alerta para o fato de que “o amor pelo ofício, salários razoáveis¹²⁶ e vantagens no local de trabalho negaram a possibilidade de exploração nas mentes destes profissionais”¹²⁷. Isso ajuda a compreender também a importância estratégica dos ambientes lúdicos e divertidos. Complementando Bulut, Deuze (2007, p. 230)¹²⁸ expõe que

[...] inicialmente deliciados por seus empregos no estilo “brincar e trabalhar”, os trabalhadores geralmente descobrem que os mesmos fatores que pareciam ser tão atrativos no início – autonomia, flexibilidade, um ambiente corporativo “maneiro” ou mesmo uma cultura anticorporativa distinta – podem ser também vistas como uma cortina de fumaça para esconder a exploração do entusiasmo dos jovens.

Para atrair os jovens profissionais “descolados e criativos”, muitas empresas anunciam suas vagas de trabalho ofertando “oportunidades únicas”, “chance de participar de um projeto

¹²⁵ Dado extraído da questão número 1, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 159).

¹²⁶ Aqui, Bulut (2020) está se referindo à indústria de jogos eletrônicos, com salários bastante superiores ao campo da animação.

¹²⁷ Do original: “*In sum, love of the job, relatively good salaries, and workplace perks negated the possibility of exploitation in the minds of the developers*” (BULUT, 2020, p. 155). – Tradução do pesquisador.

¹²⁸ Do original: “*...initially delighted by their “work as play” jobs, often found that the very factors that first appear so attractive – individual autonomy, flexibility, a “cool” corporate context or even a distinctly anti-corporate culture – can be also seen as a smokescreen to hide the exploitation of the enthusiasm of young game workers/game fans*” (DEUZE, 2007, p. 230). – Tradução do pesquisador.

altamente criativo”, “oportunidade de ver seu trabalho divulgado internacionalmente”, “equipe incrível”, “mesa de pingue-pongue e fliperama na empresa”. Toda essa diversão tem um preço, no entanto, geralmente pago pela precarização do trabalho dos profissionais que exercem as atividades braçais dentro desses moldes. Bulut (2020, p. 159-160)¹²⁹, novamente, refere-se à situação da “*Desire*”, empresa de jogos que foi seu estudo de caso em “*A precarious game*”:

Eles gostavam muito de regalias como consumo de álcool ou lutas de armas *Nerf* no trabalho, mas sua prática laboral divertida e apaixonada tinha um custo, pago por seus parceiros, cujo trabalho não remunerado, legitimado por meio do discurso e da prática do amor, possibilitou o sucesso da *Desire*.

Mesmo com esse conhecimento prévio, 78,2%¹³⁰ gostariam de trabalhar nestes ambientes divertidos e inspiradores. Este resultado é interessante ao ser comparado com o alto percentual de trabalhadores remotos que se obteve na pesquisa: 66%¹³¹ que, teoricamente, não tem contato ou acesso contínuo aos ambientes lúdicos dos estúdios. Esses dados sugerem duas conclusões: 1) a promessa dos ambientes “lúdicos, criativos e colaborativos” realmente seduz os profissionais, e 2) a atuação de forma remota é algo mais circunstancial, relativa às dinâmicas atuais do mercado de produção, não um desejo dos profissionais. Isso vai ao encontro dos conceitos da classe criativa citados por Bulut (2020) e Florida (2011, p. 40), quando este afirma que:

Pessoas criativas possuem um forte desejo de trabalhar e viver em ambientes que as permitam ser criativas, que valorizem suas contribuições, as desafiem, tenham meios de mobilizar recursos e sejam receptivos tanto a pequenas mudanças quanto a uma eventual grande ideia.

Entretanto, a noção de liberdade criativa das equipes se mostra mais diluída entre os profissionais: 41,5 % acreditam ter liberdade criativa, 46,8% acreditam possuir uma liberdade razoável, e 11,7% afirmam ter pouca ou nenhuma liberdade criativa¹³². Apesar disso, 28% não acham relevante contribuir criativamente, pois estar envolvido na produção já seria o suficiente, 32% trocariam contribuir criativamente por conta de demais vantagens; 33% tentariam participar criativamente de alguma forma e 7% não entrariam no projeto se não pudessem

¹²⁹ Do original: “*They thoroughly enjoyed such perks as alcohol consumption or Nerf gun fights at work, but their playful and passionate labor practice had a cost, paid by their partners, whose unpaid labor, legitimized through the discourse and practice of love, enabled Desire’s success*” (BULUT, 2020, p. 159-160). – Tradução do pesquisador.

¹³⁰ Dado extraído da questão número 9.6, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 162).

¹³¹ (45% + 21%) Dado extraído da questão número 7, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 161).

¹³² Dados extraídos da questão número 12.2, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 164).

contribuir com ideias¹³³. O animador *freelance* André Dias conta que já abandonou uma profissão com ganhos maiores, para poder exercer sua criatividade:

(Eu) comecei a trabalhar com *motion graphics*, fazendo umas vinhetas, fazendo esse tipo de trabalho assim, mais rápido, com uma saída mais rápida e... para ser bem sincero assim, eu não me sentia muito realizado fazendo o que eu fazia assim em termos de trabalho. [...] Diferente do primeiro emprego para um animador, que trabalha com série e esse tipo de coisa, era um salário bom, mas não supria essa minha necessidade de um trabalho criativo, de fazer uma coisa assim que, sei lá, exercesse uma criatividade num nível de desenho, de *storytelling*, desse tipo de coisa, e eu comecei a repensar minha carreira naquele momento (Informação verbal)¹³⁴.

Paulo Muppet é mais incisivo no seu comentário. Ele, que é diretor, acha fundamental trabalhar de forma criativa, mesmo assim, considera que entre

[...] você ter pouca contribuição criativa trabalhando no Brasil, e você ter pouca contribuição criativa ganhando cinco vezes mais para qualquer outro estúdio do mundo, você vai escolher o quê? Eu vou ter pouca contribuição criativa e ganhar mais dinheiro, ué (Informação verbal)¹³⁵.

Talvez, o relato de Muppet seja ressonante ao número de indivíduos que não fazem questão de ter suas ideias no projeto, que soma 60% (28% + 32%)¹³⁶, que é um número próximo ao universo de profissionais que trabalham em atividades da etapa de produção (72%, composto por animadores, editores, modeladores)¹³⁷. É um possível indicador do fato destes profissionais realmente se sentirem confortáveis em executar mais tarefas “braçais” enquanto as demais áreas, por exemplo, direção, roteiro, tendem a ocupar posições mais criativas. São essas posições operacionais dos processos de produção, que tem mais facilidade de execução e contratação através de regimes remotos de trabalho, com amplo acesso ao mercado externo.

Como já esclarecido, produzir animação é uma tarefa de esforço tanto individual quanto coletivo, por consequência, “a produção de cultura nas indústrias criativas não pode mais ser separada do trabalho dos indivíduos, em particular nos termos do que o trabalho com a mídia significa para as identidades profissionais e estilos de trabalho das pessoas que contribuem diretamente para o processo criativo” (DEUZE, 2007, p. 90)¹³⁸. Por isso, também é comum encontrar, nesses ambientes, um sentimento de irmandade e “parceria” articulando

¹³³ Dados extraídos da questão número 10.1, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 163).

¹³⁴ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

¹³⁵ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

¹³⁶ Dados extraídos da questão número 10.1, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 163).

¹³⁷ Dado extraído da questão número 4, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 160).

¹³⁸ Do original: “*The production of culture in the creative industries cannot be separated anymore from the work of individuals, in particular in terms of what media work means to the professional identities and workstyles of the people directly contributing to the creative process*” (DEUZE, 2007, p. 90). – Tradução do pesquisador.

todo um processo social onde a criatividade é valorizada por meio da colaboração e da comunicação responsável. Um designer de jogos¹³⁹ explica para Bulut (2020) a importância do trabalho em equipe, pois uma vez que todos estão integralmente conectados e com tarefas que são interdependentes, não há como não cumprir a sua parte. Deste modo, percebemos que “a comunicação é fundamental para a manutenção do espírito de equipe e a produção de um jogo coeso” (BULUT, 2020, p. 18)¹⁴⁰. Para além do grupo de colaboradores presente em cada estúdio, o universo de profissionais que atua na área é pequeno, há a sensação de que “todo mundo se conhece”. Deste modo, através das mídias sociais e plataformas de comunicação, são comuns a formação de grupos onde diversos profissionais realizam trocas de experiências, indicações de filmes, ajuda com questões técnicas, *feedbacks* e o compartilhamento de oportunidades de trabalho. Conforme Dias:

[...] ao invés de sei lá, virar a noite, esse tipo de coisa [...] Eu prefiro dividir assim, terceirizar com colegas. Tanto para manter um estilo de vida mais saudável, quanto que também pra levar os amigos para dentro, assim, dos *freelas*, das oportunidades... (Informação verbal)¹⁴¹.

No entanto, mesmo a “parceria” pode vir a ser um fator de precarização, pois a cobrança de resultados não vem só dos líderes, mas também dos pares. Deste modo, pode ocorrer um número excessivo de *overtimes* nas produções. Essa constatação tem lastro no percentual de 40,4% dos profissionais que julgam a jornada de trabalho nas produções nacionais exaustivas e desequilibradas. É comum o relato de noites viradas para o cumprimento de um *deadline*, bem como de jornadas superiores a 60 horas semanais. Janvier pontua que para obter resultados melhores, é preciso acabar com a sobrecarga e os prazos apertados:

Se você dá responsabilidades demais para seus colaboradores assim, num estalar de dedos, não será possível. Eles se sentirão totalmente perdidos, amedrontados, estressados e a produção nunca atingirá a qualidade necessária. Geralmente a boa qualidade tem a ver com tempo e liberdade de espírito e tudo o mais. Nós não somos objetos, somos artistas. Somos seres humanos com muita sensibilidade e é isso que é necessário entender. Produtores normalmente pensam sobre dinheiro, tempo, projetos: “Precisamos crescer, precisamos disso rápido, agora! Agora!” Não, vamos lá! Você está lidando com seres humanos e precisa entender melhor as relações que você tem na empresa (Informação verbal)¹⁴².

Notadamente, atuar nesta profissão requer uma certa dose de sacrifícios. Os profissionais que moram no exterior também enfrentam esses momentos de correria, lá

¹³⁹ Embora estes relatos de Bulut estejam diretamente relacionados à indústria de *videogames*, o contexto cultural, tecnológico e processual é bastante similar ao encontrado nas produtoras de animação e merece ser referenciado.

¹⁴⁰ Do original: “*Communication is crucial for the maintenance of team spirit and the production of a cohesive game*” (BULUT, 2020, p. 18). – Tradução do pesquisador.

¹⁴¹ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

¹⁴² Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

chamados de períodos de “*crunch*”, como articulou a produtora associada “Margaret” em entrevista ao professor Ergin Bulut (2020, p. 155)¹⁴³: “Você não está nesta indústria se não for um *workaholic* até certo ponto”. Ao menos no Canadá, esses períodos extras possuem compensações financeiras, conforme os depoimentos do animador Conrado Testa:

[...] essa é uma grande diferença, quando tu faz um contrato tu sabe quanto tu tá valendo “a hora”, então, o fato de tu tá valendo em alguma “hora”, quer dizer que se tu passar mais uma ou duas horas do teu trabalho, tu tá perdendo, como funcionário, tu tá perdendo dinheiro. Então, os estúdios eles sabem disso, os funcionários sabem disso, então tu tem assim, trabalhos de hora extra aqui, valem uma hora e meia a mais, então se tu vai fazer hora extra, tu vai valer uma hora e meia a mais. Se tu vai trabalhar no fim de semana, cada hora do teu trabalho são duas horas. Então, os estúdios - eles meio que evitam tu fazer isso (Informação verbal)¹⁴⁴.

Com exceção dos estúdios no Canadá, que adotam o sistema de horas trabalhadas para todos os colaboradores, conforme narrou Testa, nos demais mercados, principalmente para a remuneração de animadores em regime de trabalho remoto, a carga de trabalho não é medida em horas de trabalho, mas em segundos de animação produzidos (portanto, o *overtime* não é remunerado). Deste modo, os ganhos mensais são variáveis, baseados num fator *segundos produzidos x valor estabelecido por segundo*. É possível entender melhor essa forma de remuneração ao se supor que, se numa produção o valor da *segundagem* é de R\$100,00 e o animador realizou 20 segundos ao longo do mês, sua remuneração será de R\$2.000,00. A capacidade de produção mensal de um animador varia com técnica de animação escolhida e a complexidade do projeto (que interfere diretamente no valor do segundo também), mas oscila entre 30 segundos e 2 minutos mensais. Um relato anônimo expõe as dificuldades desse formato:

Este ano estou trabalhando como *freelancer* e estou bastante decepcionado com o mercado nacional, confesso que pensei em desistir, mas meu amor pela animação é maior. Penso em rever meus planos para minha carreira no futuro, mas que trabalhar de *freelancer* é impossível e você não tem nenhum retorno considerável. (Depoimento anônimo, recolhido no questionário *online*)

Importante observar que os profissionais estão bastante insatisfeitos com sua remuneração, apesar de ela consumir cerca de 75% do orçamento total dos projetos no Brasil (MACHADO, 2012). Por exemplo, 66,6% dos profissionais consideram a remuneração praticada no Brasil insuficiente, enquanto apenas 5,2% consideram a remuneração adequada¹⁴⁵. Como já descrito ao longo da pesquisa, a baixa remuneração praticada no Brasil é um dos principais fatores que fazem com que os animadores busquem outros mercados. E não é para

¹⁴³ Do original: “*You’re not in this industry if you’re not a workaholic to some extent*” (BULUT, 2020, p. 155). – Tradução do pesquisador.

¹⁴⁴ Fala de Conrado Smania Testa, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 25 jan. 2021.

¹⁴⁵ Dados extraídos da questão número 12.5, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 164).

menos, os relatos dos entrevistados falam de valores exercidos no mercado internacional muito superiores aos brasileiros. Como afirma o animador *freelancer* Michel Denis, quando nos conta sobre “dois ou três estúdios entre África do Sul, Inglaterra e Estados Unidos, que vão começar a fazer um longa, e vão contratar pessoas remotas. Vão pagar menos (do que ele costuma receber), mas ainda assim é o triplo do que uma produção brasileira pagaria por dia” (Informação verbal)¹⁴⁶. Dias complementa: “Quando eu vi o orçamento [americano] eu fiquei: “Meu Deus, cara!... Em dois meses, assim, eu ganharia o que eu demoraria, tipo, um ano em algum outro estúdio (brasileiro)” (Informação verbal)¹⁴⁷.

Na Tabela 1, podemos ver uma faixa média de valores de secundagem praticados para os mais diferentes tipos de animação. É perceptível a diferença de remuneração entre a produção de conteúdo nacional, a publicidade (três vezes maior) e a produção de conteúdo internacional, que chega a pagar cinco vezes mais que o mercado local pelo mesmo trabalho.

Tabela 1: Valores de remuneração para os animadores

Valores médios em USD/segundo	MERCADO: PRÁTICAS E VALORES	
	Animação Tradicional:	Animação Econômica:
Produção de Conteúdo (Brasil)	20	7,5
Publicidade(Brasil)	60	25
Produção de Conteúdo (Europa/EUA)	100	50

Fonte: AnimaTOP/André Dias, 2021.

Essas remunerações baixas praticadas pelo mercado, podem ser, em parte, responsabilidade também dos jovens profissionais, que com o propósito de entrar na área e participar dos projetos, aceitam qualquer salário “para começar” e, acabam, deste modo, boicotando o ecossistema de produção, inclusive para aqueles mais experientes. Cabe retomar aqui a fala de Janvier, que lembra que muitos produtores veem uma oportunidade de negócio nisso, pois ao contratar pessoas mais novas, conseguem profissionais que saíram recentemente das escolas, muito mais baratos, atualizados tecnicamente e ainda com grande disposição para sacrifícios em nome do trabalho. Novamente, isso é um fator que ocorre no mundo todo. Na

¹⁴⁶ Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

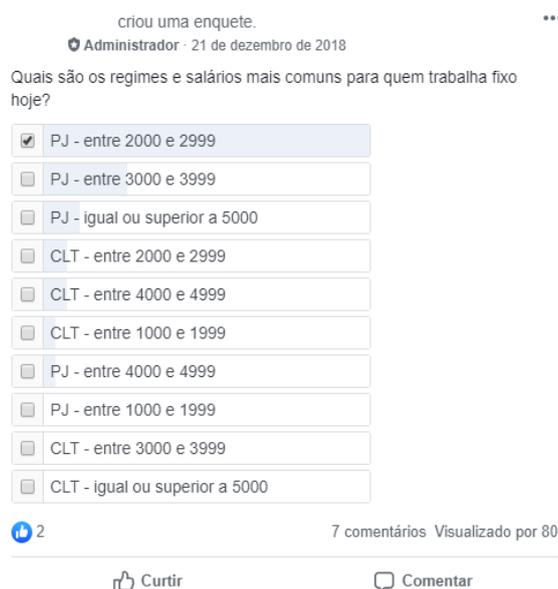
¹⁴⁷ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

faculdade que cursou na Alemanha, segundo Freitas, os alunos eram aconselhados por um orientador sensato a não agir desta maneira:

Um orientador foi lá e falou assim olha: “Quando vocês saírem daqui, não cobrem menos do que duzentos euros por dia como *freelance*, porque se vocês cobrarem menos, vocês vão destruir o mercado, vocês vão obrigar outras pessoas a baixarem o preço delas, então mantenha esse limite de duzentos euros por dia.” Então, eu fiquei fazendo *freelance* lá, a duzentos e cinquenta euros por dia... (Informação verbal)¹⁴⁸.

Existem, também, os profissionais que são contratados para atuarem de forma contínua dentro das empresas, geralmente, aqueles responsáveis pelas etapas criativas e de gestão. Mas, em sua maioria, eles precisam manter ativas suas MEI ou ME, visto que o contrato sob o regime de CLT não é uma realidade comum na produção de animação. De acordo com uma pesquisa feita no grupo do *Facebook* UNA (União Nacional dos Animadores), em dezembro de 2018, e demonstrada no Gráfico 5, a média salarial de um profissional que trabalha com animação no mercado nacional era de R\$2.500,00 mensais, valor considerado muito baixo pela categoria, se levado em conta todo o estudo e conhecimento técnico e artístico necessários para se atuar na área.

Gráfico 5: Regimes de salário para os animadores



Fonte: UNA, 2018.

Apesar da precarização do trabalho em si, pelas jornadas extenuantes e baixa remuneração, esse grupo de profissionais entende a ética profissional e as boas condutas como fator crucial no momento de escolher um projeto, independentemente de seu modelo: presencial, *online* ou híbrido.

¹⁴⁸ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

As boas condutas são compreendidas também como atitudes “éticas” das empresas, tais como: movimentos inclusivos, de respeito, cuidado e equiparação salarial para com minorias étnicas e de gênero; medidas preventivas frente à importunação sexual; transparência frente aos resultados obtidos pela empresa; e abertura para o diálogo. Um massivo resultado de 81 entrevistados disse preferir abandonar o projeto caso condutas éticas e respeitadas não fossem atendidas, e 96% colocam como fator prioritário manter as boas práticas profissionais¹⁴⁹. Os profissionais, no entanto, tendem a não culpar exclusivamente as produtoras por eventuais abusos. Ao serem questionados sobre a postura profissional dos estúdios brasileiros, 38,3% acham que essa postura é razoavelmente profissional, 43,6% acham que os estúdios adotam uma boa postura profissional, e 17% acreditam esse não ser o caso¹⁵⁰. Isso reflete o entendimento, apontado por Paulo Muppet, que muito dos problemas que acontecem em nosso mercado, não são responsabilidade direta dos estúdios ou produtoras, mas de todo um sistema cultural, político e financeiro nos quais este mercado está inserido. Situação essa, que já é recorrente no Brasil desde muito tempo, o que fez Ennio Torresan Jr. desistir por várias vezes de regressar ao Brasil e construir seu próprio estúdio:

Minha intenção era de aprender como se trabalhava num longa, porque a oportunidade era para trabalhar num longa, na Inglaterra e trazer para o Brasil essa tecnologia e montar um estúdio no Brasil, no Rio. Essa que era a minha intenção. [...] E quando eu terminei o terceiro filme, acabei recebendo uma proposta para ir para Los Angeles. [...] Aí eu resolvi adiar mais um pouco o meu projeto de montar um estúdio no Brasil, no Rio. E fui para Los Angeles. Muito também porque o mercado no Brasil tava muito ruim, o Collor tinha acabado de ser eleito, em 89 e resolveu destruir com a Embrafilme e destruir todos os financiamentos para cinema, e eu vi que realmente começar um estúdio naquela época ia ser muito difícil (Informação verbal)¹⁵¹.

Quanto à estabilidade dos empregos, 63%¹⁵² a consideram um quesito importante, mas 70,5%¹⁵³ discordam de que o mercado brasileiro possui estabilidade e benefícios profissionais. Janvier chama a atenção que “aqui no Brasil, percebo que vocês não têm segurança, vocês não têm isso, um governo que ajude vocês” (Informação verbal)¹⁵⁴. Machado (2012) aponta também que a produção de conteúdo original de animação no Brasil depende grandemente de incentivos governamentais, mas que “os recursos que vêm destas fontes sofrem problemas de previsão de desembolso, comprometendo sobremaneira a organização interna destas empresas”

¹⁴⁹ Dados extraídos da questão número 10.7, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 163).

¹⁵⁰ Dados extraídos da questão número 12.3, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 164).

¹⁵¹ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

¹⁵² Dado extraído da questão número 10.6, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 163).

¹⁵³ Dado extraído da questão número 12.6, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 164).

¹⁵⁴ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

(MACHADO, 2012, p. 117-118). Destaca-se que, caso a Ancine não tivesse paralisado por completo suas atividades, encontraríamos a mesma situação.

Janvier (2021) pontua que para criar segurança no ambiente de negócios, é preciso, sempre, saber negociar com o governo. Na França, há um subsídio conhecido como *Espetáculo Intermitente*, que é voltado somente para a classe artística. Por esse subsídio, que funciona como uma espécie de seguro desemprego, o artista que está em período de entressafra de projetos ganha um percentual de seu salário declarado, se houver trabalhado ao menos 507 horas nos últimos 12 meses¹⁵⁵. Janvier (2021) traz outros exemplos de boas políticas para o setor audiovisual, como a do Canadá, que isenta as produtoras do pagamento de impostos por dez anos, além de proporcionar um dos melhores salários do mundo para a atividade. Janvier (2021) lembra também que para realizar as duas sequências de *Avatar* (2009), o diretor James Cameron negociou com o governo neozelandês para receber um desconto maior no percentual dos impostos pagos na ilha, a fim de ajudar a cobrir o elevado orçamento necessário para a produção dos filmes, mas, em contrapartida, precisaria empregar um percentual de neozelandeses no filme. Cristiano Figueiredo contribui com exemplos de medidas governamentais que impulsionam a produção de animação:

No resto da Europa acontece, todos os países têm. [...] Eu sei que Tenerife agora está tendo uma grande ajuda fiscal do governo para migrar estúdios de animação para lá. Eles estão tentando construir um polo de animação. [...] Na Malásia está tendo muito incentivo do governo pros estúdios de animação lá, eles levam pessoas de qualquer lugar do país para morar dentro de uma escola lá, ensinar para eles tudo sobre animação, e agora existem dois ou três grandes estúdios lá que trabalham comigo também, e eles me contam que o incentivo do governo é imenso (Informação verbal)¹⁵⁶.

Em muitos lugares do mundo, conforme as experiências de Janvier e de Figueiredo, o governo tem grande responsabilidade pelo fomento do setor audiovisual. É importante que o governo entenda o modo de operar da classe artística e o poder e a influência que a arte e o cinema têm nas questões políticas, pondera Janvier. “Aqui no Brasil, vocês já não têm um bom salário, e quando o projeto acaba vocês ficam sem nada. Como vocês conseguem sobreviver assim? É muito difícil” (Informação verbal)¹⁵⁷.

Com a profissionalização dos trabalhos dentro dos estúdios, impulsionada pelas tecnologias digitais, as carreiras começaram a se especializar e a se subdividir. Assim, a produção de animação passou do modelo de “guerrilha”, que era um sistema onde não havia tarefas e hierarquias definidas, onde cada um fazia um pouco de tudo e de tudo um pouco, a um

¹⁵⁵ Para mais informações: https://pt.wikipedia.org/wiki/Intermitentes_do_espet%C3%A1culo.

¹⁵⁶ Fala de Cristiano Raser Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

¹⁵⁷ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

sistema de hierarquias e cargos definidos. Por exemplo, na atividade de animação propriamente dita, o padrão atual orienta subdividir os profissionais em: animadores *juniores* (iniciantes), *plenos* (intermediários), *seniores* (experientes) e *leads* (experientes, com responsabilidades de comando de equipes). Estes profissionais ainda se ocupam das tarefas inerentes ao ato de animar. Depois, é possível direcionar a carreira para posições mais ligadas à criação e administração dos processos e projetos, onde temos, via de regra, os cargos de: supervisor de animação (revisa e aponta inconsistências nas animações); coordenador de produção (cuidar dos insumos, cronogramas e *pipelines*); diretor de animação (coordena as equipes chefiadas pelos *leads*, buscando unidade de estilo da animação) e diretor (responsável pelas principais diretrizes conceituais do projeto). A mudança de rumo costuma acontecer quando o profissional já experiente opta ou por ser um *lead* (que continua animando) ou um *supervisor*, (já abraçando tarefas mais administrativas, entrando para o grupo de profissionais com maiores salários e estabilidade dentro de uma produtora).

No entanto, a ambição pelas tarefas de gerenciamento não se mostra muito evidente no grupo estudado, pois, 57%¹⁵⁸ demonstram pouco ou nenhum interesse em galgar posições hierárquicas maiores dentro do processo. Este dado aponta novamente para uma maioria de profissionais mais jovens, ainda em fase de aprendizado e construção de carreira, que ainda preferem a flexibilidade a cargos que lhes force vínculos mais duradouros, como os cargos da parte criativa e de gestão dos projetos. Devido a estas características, muitos dos profissionais da animação adentram em um projeto já pensando de forma estratégica, nas oportunidades que poderão surgir em decorrência de sua participação no trabalho corrente. Por isso, 88,12%¹⁵⁹ dos profissionais consideram importante ou extremamente importante a construção de um portfólio com a adição de trechos de seus projetos atuais e 72,3%¹⁶⁰, por projetos que lhes garantam visibilidade profissional, fato mais uma vez atrelado à busca por melhores oportunidades. Este resultado reforça a grande preocupação deste público com a condução de suas carreiras através da criação de material de divulgação próprio (portfólios e *demoreels*, muito mais valiosos que os currículos neste mercado). Deuze (2007) afirma que neste estilo de vida “portfólio”, as carreiras são uma sequência de trabalhos onde os profissionais são indivíduos a serviço de uma organização que os utiliza apenas em curto prazo, sendo seu talento requerido no “aqui e agora”.

¹⁵⁸ Dado extraído da questão número 10.5, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 163).

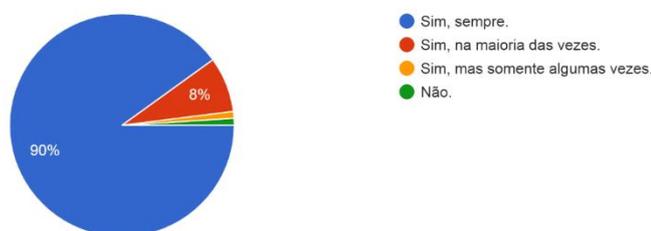
¹⁵⁹ Dado extraído da questão número 9.2, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 162).

¹⁶⁰ Dado extraído da questão número 9.5, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 162).

Pelo fato de conduzirem suas carreiras neste estilo de vida “portfólio” citado por Deuze (2007), 61,4%¹⁶¹ dos entrevistados julgam ser fundamentais horários de trabalho flexíveis, dado que vai ao encontro da estimativa de 66%¹⁶² dos profissionais que adotam um estilo de trabalho remoto ou híbrido, portanto, mais flexível. Essa flexibilidade os ajuda a organizar suas agendas de trabalho em variados projetos, aumentando suas entradas financeiras, mas por outro lado, pode ser fator de desequilíbrio entre a vida profissional e pessoal. O emprego de tecnologias digitais e de conexão são características quase onipresentes na área (98%¹⁶³ do total das respostas, conforme o Gráfico 6).

Gráfico 6: Pergunta 8 do questionário *online*

8. Você utiliza tecnologias digitais e conexão de rede para realizar seus trabalhos?
100 responses



Fonte: Autor, 2021.

Isso reflete o argumento de Castells (2001, p. 50) de que a revolução da tecnologia da informação é

[...] no mínimo, um evento histórico da mesma importância da Revolução Industrial no séc XVIII, induzindo um padrão de descontinuidade nas bases materiais da economia, sociedade e cultura. O registro histórico das revoluções tecnológicas, conforme foi compilado por Melvin Kranzberg e Carroll Pursell, mostra que todas são caracterizadas por sua penetrabilidade, ou seja, por sua penetração em todos os domínios da atividade humana, não como fonte exógena de impacto, mas como tecido em que essa atividade é exercida.

O trabalho remoto já era exercido por 45% dos profissionais que afirmam trabalhar deste modo antes mesmo das imposições causadas pela pandemia, enquanto 21% adotavam um esquema de trabalho híbrido, mas já familiarizado com o trabalho de forma remota. Somente 31% alegam que precisaram migrar dos estúdios para uma forma de trabalho remota por conta da pandemia¹⁶⁴. Isso comprova os argumentos de que o setor já estava preparado tecnicamente

¹⁶¹ Dado extraído da questão número 9.4, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 162).

¹⁶² (45% + 21%) Dado extraído da questão número 7, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 161).

¹⁶³ Dado extraído da questão número 8, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 161).

¹⁶⁴ Dados extraídos da questão número 7, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 161).

e, por conta disso, precisou enfrentar menos adaptações ao confrontar o isolamento social imposto pelas circunstâncias. E, portanto, teve menos dificuldades e até mesmo se destacou no setor audiovisual, conforme já discutido neste texto. A grande quantidade de trabalho remoto antes da pandemia (45%¹⁶⁵) indica também um estilo de trabalho *freelance*, independente, desvinculado aos estúdios, o que é um número relativamente próximo aos 36,2%¹⁶⁶ (mais de um terço) dos profissionais que alegam buscar seu sustento em produções internacionais.

Apesar de haver declaradamente o interesse de muitos profissionais brasileiros em atuarem em projetos no exterior, a quase totalidade dos profissionais que responderam ao questionário ainda se encontra em solo nacional (97%). A parcela dos profissionais que migraram para outros países é de apenas 3%, (2% estão na América do Norte e 1% na Europa)¹⁶⁷ podendo ser um indício de que o êxodo em busca de melhores condições de trabalho e de vida ainda é um movimento complicado e proibitivo à realidade brasileira. Freitas comenta que o sonho de ir para fora do Brasil só foi possível graças a uma conversa com seu professor universitário, que mencionou uma bolsa de estudos internacional:

“Olha, eu não tenho nem como, nem dinheiro, nada.” E ele: “Procura uma bolsa de estudos, procura uma *scholarship*. E foi a primeira vez na minha vida que alguém falou a palavra *scholarship* ou bolsa de estudos, né. Porque na minha família, tinha a minha vó, que estudou até a quarta série, e um tio que nunca estudou. Eu morava com a minha vó e um tio que era deficiente físico e ele nunca foi para a escola e nem nada. Então ninguém nunca conversou comigo sobre essas possibilidades de sair do país para estudar nem nada. Então esse professor abriu minha mente e eu fiquei com isso na cabeça. (...) eu tentei uma bolsa de estudos pela DAAD, o *Deutscher Akademischer Austauschdienst*, que é o serviço alemão de intercâmbio acadêmico¹⁶⁸ (Informação verbal)¹⁶⁹.”

Outro ponto que é um fator importante a ser analisado acerca da migração, são os laços familiares. Para entender a importância desses vínculos, perguntou-se quantos teriam a iniciativa de deixar suas famílias para trás em busca de sua realização profissional. Em troca de uma oportunidade ímpar de trabalho 36% aceitariam deixar a família, enquanto 42% buscariam uma solução alternativa. No entanto, 21% dos entrevistados não aceitariam trabalho algum em troca da privação da convivência com a família¹⁷⁰. Há um resultado bastante equilibrado aqui, mostrando que existem profissionais que têm um maior desprendimento, como Natalia Freitas:

¹⁶⁵ Dado extraído da questão número 7, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 161).

¹⁶⁶ Dado extraído da questão número 6, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 160).

¹⁶⁷ Dados extraídos da questão número 3, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 159).

¹⁶⁸ Para saber mais: <https://www.daad.org.br/pt/category/bolsas-de-estudos/>.

¹⁶⁹ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

¹⁷⁰ Dados extraídos da questão número 10.2, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 163).

[...] parece legal, né, ah, que eu vivo viajando por aí... mas pra mim é fácil porque primeiro, eu não tenho mais meus vínculos, né. Eu acho que pai e mãe são as nossas principais raízes. Os irmãos são ramificações dessas raízes, né? Mas tipo, eu tenho uma irmã que mora em Torres, aí no Rio Grande do Sul, outro que mora em Criciúma em Santa Catarina, outro que mora em Minas Gerais, então está todo mundo separado, todo mundo seguindo sua própria vida. Então eu não tenho um vínculo familiar muito forte no Brasil que me faça ... Sabe? Eu não sou casada, não tenho filhos ainda, então pra mim fica mais flexível, né? Ir onde as oportunidades estão... (Informação verbal)¹⁷¹.

Mas também existe o universo de profissionais que não abandonariam suas famílias como relatam os animadores Michel Denis da Silva, “é que a minha família, a minha esposa, ela não gostaria de morar para fora, né?” (Informação verbal)¹⁷², e André Dias: “existe esse ponto também, que eu tô construindo a minha vida aqui, né? Minha mãe mora aqui no meu bairro, minha mãe já é idosa, então eu gosto de estar perto aqui, se precisar de alguma assistência...” (Informação verbal)¹⁷³.

Destaca-se que há um comprovado descontentamento com o mercado nacional de animação de um modo geral. Conforme apontado no Gráfico 7, o mercado é razoável para 56% dos entrevistados, enquanto 35% estão entre os que estão bastante descontentes com o mercado. Apenas 9% veem o mercado de forma satisfatória¹⁷⁴. Mais uma vez, vemos o reflexo daquilo que Deuze (2007) chama, a partir do conceito de Bauman, de sociedade líquida, onde as relações de trabalho se tornam ágeis e fluidas, com a perda de direitos e benefícios. Essas condições são reforçadas, de acordo com Castells (2001), pelo trabalho remoto e a conectividade digital. Esses números ajudam a entender a insatisfação com o nosso mercado como um motivo relevante para o êxodo profissional, conforme Figueiredo relata:

[...] o que eu faço aqui hoje é basicamente o que eu fazia no Brasil, pros mesmos clientes, o mesmo tipo de produto, não mudou o nicho de mercado que eu trabalho, mas estando no Brasil, a gente sempre vive aquela dúvida de se a gente está fazendo do melhor jeito, do jeito mais certo, do jeito mais fácil, porque a gente sabe das limitações que a gente tem no Brasil financeiras e tecnológicas às vezes. Tudo vem do problema financeiro, né. A gente (no Brasil) não pode comprar o equipamento que a gente gostaria. Tudo é em dólar e em euro, né, os *softwares*... Então no Brasil a gente tem essa coisa de não saber onde a gente está pisando, fica muito mais uma “aventura” né, cumprir os projetos aí no Brasil do que aqui (na Irlanda) (Informação verbal)¹⁷⁵.

¹⁷¹ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

¹⁷² Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

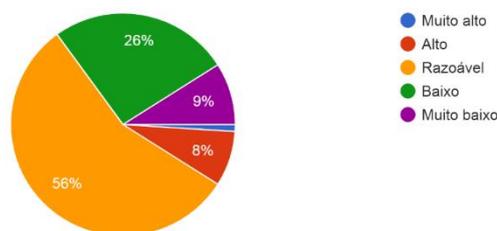
¹⁷³ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

¹⁷⁴ Dados extraídos da questão número 11, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 161).

¹⁷⁵ Fala de Cristiano Rasera Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

Gráfico 7: Pergunta 11 do questionário *online*

11. Qual seu nível de satisfação com o mercado brasileiro de animação?
100 responses



Fonte: Autor, 2021.

A situação do mercado brasileiro de animação é vista com pessimismo também entre os profissionais que tiveram a experiência de trabalhar no exterior, mas que por algum motivo, tiveram que regressar ao País. Como é o caso de Antônio Fialho, professor de Freitas, quando indagado por ela sobre o que fazer para ter sucesso na área: “Daí eu perguntei pra ele assim: ‘olha, o que que você fez?’ Aí ele me disse: ‘olha, Natália, se você quer trabalhar com cinema, eu só tenho uma coisa para te dizer, sai daqui’” (Informação verbal)¹⁷⁶.

Antes de seguir o conselho de seu professor, Natalia Freitas acabou vivenciando uma experiência, no mínimo, desastrosa dentro do mercado nacional. Experiência que segundo ela, a convenceu da necessidade de abandonar o Brasil se quisesse continuar animando:

Finalmente consegui [...], né? Mas que infelizmente durou só três meses, porque não só todo mundo foi obrigado a tirar “férias forçadas”, né? Foi uma época que acabou a verba do filme, e para mim aquilo foi muito frustrante, porque eu estava superempolgada, foi a primeira vez na minha vida que eu trabalhei num computador! [...] Então foi ótima a experiência, mas infelizmente quando eu estava lá (na produtora), tinha... eu acho que tinha um mês de experiência, depois no outro mês para eu fazer uma cena e no terceiro mês, veio meu pagamento. E eu fiquei tão chocada, porque eu não sei qual foi o cálculo que eles fizeram, mas em três meses, eu ganhei R\$170,00... [...] foi um absurdo. Porque eu tinha meu aluguel para pagar, eu estava endividada, e eu fui (ao diretor) chorando. Eu falei assim: “Olha, não tem como! Isso não faz sentido algum”. Aí eles falaram assim: “ah não, porque eu tenho uma matemática aqui e a gente te paga por frame e essa sua cena tem o peso tal, e é (personagem) secundário e não sei o quê, e fazendo a matemática toda, deu isso”. Aí eu fiquei desesperada, e tipo, foi quando eles avisaram todo mundo que teriam que tirar férias forçadas...aí eu tive que trabalhar fazendo um monte de “bico”, sabe? E no fim, chegou o final do ano, eu falei: “Gente, eu não tenho nem como sobreviver aqui, eu tava... eu tinha dinheiro para fazer uma refeição só no dia, então estava muito difícil assim, sobreviver... (Informação verbal)¹⁷⁷.

Silva aponta que uma das coisas que mais sente falta nos estúdios brasileiros é uma postura profissional não só em relação aos colaboradores, mas, sobretudo, na hora de fazer negócio. Falta o conhecimento de venda, pondera. De acordo com Silva, por medo de perder os

¹⁷⁶ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

¹⁷⁷ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

trabalhos, os estúdios abaixam os preços para um valor menor do que os custos de produção, muitas vezes, sem negociar:

Então eu acredito que o mercado brasileiro precisa se especializar, né? Tipo um Sebrae da vida, né? Que acabe ensinando alguns donos de empresa a fazer negócio? Eu acho que os donos de estúdio precisariam de alguma maneira estudar um pouco melhor o nicho e tentar melhorar as margens. Porque há espaço (Informação verbal)¹⁷⁸.

Mais de um depoimento anônimo, encontrados no questionário *online*, reforçam essas realidades apontadas por Freitas e por Silva, onde apesar da diversidade artística, criatividade e talento dos profissionais brasileiros, eles não são bem acolhidos dentro das produções nacionais. São citados pelos entrevistados, fatores já amplamente discutidos aqui, como o excesso de trabalho e as baixas remunerações, que de acordo com os depoimentos, adoecem os profissionais. Constata-se também em alguns destes depoimentos, a crença de que a fuga para o mercado externo é a melhor opção.

Não é à toa que 96,9% dos profissionais entrevistados acreditam que ainda há muito o que ser melhorado no setor de produção de desenhos animados brasileiros (deste montante, 76,8% acreditam que as mudanças deveriam ser drásticas), enquanto 3,1% acreditam que o setor pode ser melhorado em alguns aspectos. Ressalta-se que nenhum dos entrevistados afirmou que o setor de animação está bem e não precise de ajustes e melhorias¹⁷⁹. Mesmo que estes dados possam ser interpretados como uma vontade em se manter no Brasil e ajudar este mercado a prosperar, Janvier (que acompanha nosso mercado há cerca de oito anos, por ver nele muitas semelhanças com o mercado francês de animação), acha curioso e surpreendente que uma animação com a qualidade da brasileira consiga crescer sozinha, num ambiente tão hostil para os negócios. Freitas conta o que acha da atual situação brasileira:

Muito triste, mas eu espero que vá mudar. De verdade. Eu espero muito que isso seja passageiro, que algum dia a gente vá ver produções maravilhosas acontecendo, porque, como eu disse, brasileiro é criativo, a gente tem várias coisas aí pra... Tem que parar, o Brasil tem que começar a absorver mais as pessoas, né? (Informação verbal)¹⁸⁰

Apesar de todos os entraves, os animadores ainda veem tanto o mercado internacional quanto o nacional com bons olhos. Eles esperam melhorias e apesar de serem praticamente unânimes a respeito das oportunidades futuras no mercado internacional, com 98% de respostas entre “promissor” e “bastante promissor”¹⁸¹, os animadores também demonstram esperança

¹⁷⁸ Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

¹⁷⁹ Dados extraídos da questão número 12.7, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 164).

¹⁸⁰ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

¹⁸¹ Dado extraído da questão número 14, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 165).

ante o mercado nacional, apesar de termos um volume maior de respostas pessimistas, 73% dos entrevistados dizem acreditar neste mercado¹⁸².

3.2.1 O êxodo

A saída de um lugar à procura de melhores condições é presente desde nossos primeiros ancestrais primitivos, que cruzaram o estreito de Bering da Ásia para a América do Norte. O Brasil também é um amálgama cultural composto por imigrantes das mais diversas etnias, que saíram de seus países, em busca da terra prometida. Quando as condições deixam de ser favoráveis, o êxodo é iminente. O mercado de trabalho no Brasil, não só na área da animação, é bastante desigual, o que estimula o êxodo àqueles com condições fazê-lo e uma vez que as empresas não dão sinais de que vão se desenvolver ou adotar medidas de retenção de talentos, os profissionais começam a ir embora. Natalia Freitas conta que grande parte dos bolsistas que foram para a Alemanha com ela, acabaram não regressando ao Brasil:

A maioria das pessoas que faz o Ciência sem Fronteiras acaba ficando (no exterior), porque conseguem mais dinheiro. É, fazendo um estágio fora eles ganham mais dinheiro do que como se fosse um trabalhador com carteira (assinada) no Brasil, sabe? Infelizmente, o Brasil não consegue segurar os profissionais que se especializam fora, né? Infelizmente (Informação verbal)¹⁸³.

Arnaud Janvier diz entender o orgulho que os profissionais brasileiros da animação sentem pelo que fazem, mas destaca a insegurança presente na atividade, o que faz com que muitos profissionais queiram ir embora do País. Para além dos salários mais atrativos, o mercado externo possui mais oportunidades de emprego. Não são raras as situações como a de um relato anônimo do questionário online, onde um colaborador afirma conhecer profissionais talentosos na área da animação que receberam ótimas propostas no exterior enquanto, aqui no Brasil, eles tinham dificuldades em encontrar trabalho. De fato, no Brasil, trabalhar com animação é algo que ainda causa estranhamento na maioria das pessoas, pois se trata de uma profissão pouco difundida, de nicho. Conforme amplamente citado nesta pesquisa, é preciso investir em equipamentos e em muito estudo para começar na área. Tais investimentos podem até saciar a “paixão” pela animação, mas não se convertem em retorno financeiro proporcional aqui no Brasil. Deste modo, as pessoas que se aventuram nesse mercado, são pessoas que podem contar com uma estrutura de apoio, pois, segundo Paulo Muppet, a animação é um trabalho de

¹⁸² Dado extraído da questão número 15, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 165).

¹⁸³ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

classe média, o que infelizmente acaba limitando o acesso à área. Os animadores que Muppet contratou para seu estúdio, geralmente...

[...] são pessoas que estudaram em escolas boas, sabem falar uma segunda língua, muitos fizeram intercâmbio... É quase natural essa pessoa acabar trabalhando para fora do Brasil. Ela foi criada para isso, né? [...] acho que muito pouco dessas pessoas que são confrontadas com a possibilidade de trabalhar ou no Brasil ou fora do Brasil e escolhem ficar no Brasil (Informação verbal)¹⁸⁴.

De acordo com Muppet, o desejo de trabalhar para os mercados internacionais, (resultado das políticas de *soft power*), vai muito além da área da animação, condicionando o conhecimento e moldando o mercado de trabalho desde muito cedo, já na escola:

Você tem filho pequeno também, você vai procurar escola. A escola já está falando que seu filho vai aprender inglês e sei lá o quê, e que no décimo ano vai ter a chance de fazer um intercâmbio, e tipo, a escola do seu filho, lá atrás, já coloca como objetivo trabalhar para gringo (Informação verbal)¹⁸⁵.

Para além das escolas de ensino fundamental, percebemos o discurso favorável ao êxodo também nas escolas de animação existentes no País, que divulgam abertamente o sonho de se trabalhar fora do Brasil, como fica claro através do slogan de uma delas: “a realidade de uma carreira internacional em animação”¹⁸⁶. No entanto, o êxodo não é característica somente brasileira. Segundo Jonh J. Lee, o diretor da escola indiana de cinema *Whistling Woods International School*, em entrevista para Martel (2012), afirma que o sonho da maioria dos estudantes indianos é estudar nos Estados Unidos. Apesar da escola se concentrar em mercados emergentes e globalizados e garantir emprego imediato a 76% de seus alunos, “a atração pelos Estados Unidos continua sendo irresistível” (MARTEL, 2012, p. 204). Ravi Gupta (*apud* MARTEL, 2012, p. 205), o presidente desta mesma escola de cinema, continua:

Todos nossos cursos são em inglês. É a única língua realmente comum aos indianos. Além disso, queremos preparar nossos alunos para serem competitivos nos mercados asiáticos, em Cingapura, Hong Kong, no Japão e na China – e a língua comum é o Inglês. Mas se continuamos tão centrados no inglês é sobretudo porque as técnicas de cinema, o vocabulário, os programas de informática, as ferramentas digitais, tudo isso é americano.

Germain Djel (*apud* MARTEL, 2012, p. 205), do centro cultural *Boulevard des Arts*, no Camarões, também relata o forte vínculo da cultura americanizada com o êxodo dos jovens profissionais:

A gente pensava que a cultura era um meio de conter o êxodo rural, mas na verdade a coisa se volta contra nós. A cultura e sobretudo o entretenimento contribuem para o êxodo. Quando se revelam brilhantes e têm algum sucesso, os jovens africanos querem partir para novos mundos. Querem antes de mais nada ir para as capitais, Douala e Yaoundê, e depois Dacar, Paris ou Londres. E no fundo, naturalmente, estão sempre visando os Estados Unidos.

¹⁸⁴ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

¹⁸⁵ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

¹⁸⁶ Confira em: <http://onfire.com.br/animation-school/>.

Segundo Janvier, mesmo em países desenvolvidos como a França, o problema é semelhante. Existem no país muitas escolas de animação, porém poucos estúdios para absorver os profissionais formados por estas escolas. Janvier ressalta, no entanto, que esse movimento tem um tempo, e que os profissionais, assim que ganham experiência suficiente, tendem a retornar:

Quando você é jovem, você não liga para onde for, porque você quer viajar, quer trabalhar com os melhores e quer ganhar muito dinheiro. E é por isso que as pessoas vão embora (da França). Mas elas voltam. Há um grande retorno, por conta da família e porque há segurança na França. Mesmo que não tenhamos muito dinheiro, no fim das contas, há a família e a segurança. Então, geralmente esses profissionais retornam após, oito ou dez anos de experiência fora do país (Informação verbal)¹⁸⁷.

A Alemanha também sofre com a fuga de profissionais, mas diferentemente do que é relatado por Janvier, há menos incidência de retorno. Bulut (2020) pontua que o problema do êxodo, é que geralmente são as pessoas mais experientes que abandonam suas equipes. “É um talento *sênior* que se vai e repor um talento *sênior* é um grande desafio” (para as empresas) (BULUT, 2020, p. 152)¹⁸⁸. Além do talento que se vai, Bulut (2020) alerta para a perda de moral da equipe remanescente, pois ver colegas, amigos, e mentores partirem pode ser muito difícil, devido aos vínculos criados durante a produção dos trabalhos. O que resta em comum aos alemães, mexicanos, indianos, africanos e brasileiros que seguem trabalhando em seus países, é o sentimento dúbio entre a alegria do êxito profissional de um colega, e a tristeza pela perda de mais um talento nacional. Freitas narra a reação que seu professor teve, quando ela anunciou que iria embora da Alemanha:

Eu falei com ele: “Ah, eu estou indo pra Disney!” A reação dele foi: “Não. Não vai, a gente precisa de vocês aqui no nosso mercado.” Ele falou: “Olha, eu estou feliz por você, mas chateado também, porque a gente está exportando nossos talentos. A gente não está mantendo ninguém aqui (Informação verbal)¹⁸⁹.

Hoje, os Estados Unidos contam com um número impressionante de imigrantes, de acordo com dados levantados por Martel (2012), cerca de 45 milhões de hispânicos legais (entre os quais 29 milhões de mexicanos), 37 milhões de africanos e 12 milhões de asiáticos (entre eles, 3 milhões de chineses, 2,6 milhões de indianos, 2,4 milhões de filipinos, 1,5 milhão de vietnamitas, 1,3 milhão de coreanos e 800 mil japoneses). Ainda, segundo o autor, “é graças a diversidade cultural interna e externa que os Estados Unidos conseguem se renovar” (MARTEL, 2012, p. 206). Entre esses imigrantes, aqueles que chegam para trabalhar nas

¹⁸⁷ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

¹⁸⁸ Do original: “*the problem is, most of the people who are leaving are the really talented people. And they are not going to small studios. So it was senior talent that was leaving, and replacing senior talent was a major problem*” (BULUT, 2020, p. 152). – Tradução do pesquisador.

¹⁸⁹ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

indústrias criativas recebem um visto especial, chamado “O-1”, limitado a 44 mil emissões por ano. Mas isso é apenas o primeiro passo para prosperar fora de seu país natal. De acordo com Martel (2012), há um forte protecionismo do mercado de trabalho interno, “que torna o sucesso raro e ainda mais aleatório para os candidatos ao exílio” (MARTEL, 2012, p. 207-208). Ainda segundo o autor:

Todo o sistema cultural dos Estados Unidos, com efeito, é construído sobre a proteção dos empregos americanos, em particular através da filiação a sindicatos de atores e sociedades de realizadores e roteiristas. São necessários assim, muita perseverança e muito talento para ter êxito em solo americano (MARTEL, 2012, p. 207-208).

O depoimento de Ennio Torresan Jr. confirma as colocações de Martel (2012) sobre a dificuldade de se receber um visto de trabalho americano, mas afirma ser ainda mais difícil conseguir entrar no mercado de trabalho de Hollywood:

Os estúdios, eles têm uma estrutura muito forte em termos de sindicato, né? Para você trabalhar nessa posição aqui, você tem que fazer parte do sindicato, para fazer parte do sindicato, você tem que morar em Los Angeles. Se você estiver fora de Los Angeles, o sindicato não tem jurisdição. E dessa forma, você não pode ser contratado para trabalhar no estúdio. Com os estúdios que assinam com os sindicatos, que aceitam isso. Aí então é um sistema que defende o trabalhador que mora aqui (Informação verbal)¹⁹⁰.

Esse protecionismo de um mercado já naturalmente competitivo é evidenciado pelo fato de ser comum aos profissionais que migram serem obrigados a fazer um *downgrade* de suas posições e carreiras. Como é o caso de Conrado Testa, que abandonou uma posição de liderança, sendo supervisor de animação no Brasil, para se tornar animador no Canadá. Os estúdios buscam, nos imigrantes, a força braçal para a realização das produções, enquanto a parte criativa e as cadeias de comando são reservadas aos profissionais nativos. São raros os exemplos nesses estúdios, de diretores ou cargos mais elevados ocupados por estrangeiros. Mesmo o entrevistado Ennio Torresan Jr., hoje diretor de longas animados da *DreamWorks*, levou em torno de vinte anos para galgar essa posição.

Apesar de uma política mais amigável, aceitando e facilitando a entrada de profissionais de todo o mundo, o Canadá tem regras bastante rígidas sobre o trabalho dos imigrantes. Lá, os vistos de trabalho são inicialmente atrelados às empresas contratantes e os profissionais só podem trabalhar exclusivamente para aquelas empresas e por determinado período de tempo. Caso o profissional deixe de trabalhar para aquela empresa, por qualquer motivo, mesmo que por demissão, ele fica proibido de trabalhar em qualquer outro lugar, antes de receber novo visto.

¹⁹⁰ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

Isso é um complicador para os profissionais da animação, uma vez que, de acordo com os depoimentos dos animadores Conrado Testa e Eduardo Conter, é prática comum dos estúdios demitir as equipes ao final de cada projeto. Testa conta que a expectativa de trabalhar por dois anos para a Sony *Animation* acabou não se concretizando, pois mesmo com um visto de trabalho exclusivo para a empresa por este período, o projeto em que ele estava trabalhando acabou em oito meses, quando ele e boa parte da equipe foram demitidos. Ironicamente, por conta das limitações do visto, Testa precisou trabalhar remotamente do Canadá para produções brasileiras (!!), enquanto esperava sair um novo visto, mais “aberto”. Trabalhar remotamente para o Brasil tornou-se um problema por conta da variação cambial completamente desfavorável, o que acabou sobrecarregando o profissional, que justamente havia saído do Brasil em busca de uma vida mais equilibrada. Conter confirma o depoimento de Testa e alega que, em caso de desemprego, é possível obter ganhos somente do seu país de origem, mas também que existe um subsídio do governo, um “seguro desemprego” baseado na média dos ganhos durante o período de contribuição.

Nos Estados Unidos, é menos comum a prática de demitir os funcionários ao final dos projetos, mas isso eventualmente ocorre caso as produções não se alinhem conforme o esperado, e novamente, são os profissionais que estão na parte de produção dos projetos, que são os primeiros a irem embora. Freitas conta, num tom agridoce, como foi sua experiência nos Estúdios Disney em Burbank:

Trabalhar na Disney pra mim foi um sonho, né? Porque ah, gente, aquilo... Eu sempre gostei de comprar DVD de filmes, com *making of*. E eu via aquelas pessoas que eu via no *making of* todas ali, perto de mim, e aquilo foi mágico, sabe? Foi muito incrível. É muito mágico lá. É uma experiência muito única, que eu nunca vou esquecer. Eu espero algum dia voltar! Mas infelizmente, essa indústria, eles te contratam por contrato, né? Então você fica naquela ansiedade, né? O filme tá prestes a terminar e você fica: “Ai, será que eles vão estender meu contrato?” Ai, gente, o que que vai acontecer depois?” E foi isso que aconteceu também quando a gente estava terminando o Moana¹⁹¹. Eles estavam produzindo um filme chamado *Gigantic*, já estava sendo anunciado e tal, já estava em pré-produção, já tinha várias coisas prontas para o filme, mas daí eles decidiram cancelar o filme, porque o roteiro não estava muito “fechadinho”. [...] Então todos os departamentos foram reduzidos. E nessa redução, as pessoas que precisavam de visto foram, infelizmente, retiradas, porque não compensa pagar um visto para uma pessoa se não tem uma demanda de trabalho. (Informação verbal)¹⁹².

Ficou claro, com o depoimento dos entrevistados, que essa rotatividade dos estúdios atinge os profissionais que atuam na área de produção, mais braçais. Profissionais responsáveis pelo desenvolvimento criativo dos projetos são costumeiramente poupados quando o assunto é rotatividade dos quadros. O depoimento de Ennio Torresan Jr. se contrapõe ao de Freitas, mas

¹⁹¹ Moana: Um mar de aventuras (Moana, de Ron Clements, 2016).

¹⁹² Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

isso se dá, possivelmente, por Torresan Jr., bem como sua equipe direta, já terem conquistado uma posição criativa e privilegiada dentro das produções:

Como existem muitos projetos acontecendo no estúdio, então as pessoas têm sempre lugar para ir, o que é ótimo. Essa que é a vantagem de um estúdio grande, né? Você é contratado e você não perde o emprego depois que teu projeto termina, você vai para um outro projeto. A experiência que essa pessoa teve no nosso projeto, essa informação é passada para esse departamento, que contrata essas pessoas, que entra em contato, que expõe essas pessoas aos outros filmes, e esse departamento tem um *logging* das qualidades e dos talentos desses artistas, e transmitem isso pros projetos adequados. Eles acabam indo para os projetos que tem mais a ver com o estilo deles, com o estilo natural deles (Informação verbal)¹⁹³.

Mesmo com a instabilidade sentida na atuação das empresas para com a maioria dos profissionais imigrantes, os entrevistados afirmam que morar no exterior tem diversas vantagens. Por mais de uma vez, os entrevistados comentaram sobre aspectos como segurança, infraestrutura, a educação geral das pessoas e, claro, as conquistas econômicas. No exterior, mesmo em situação desvantajosa em relação aos profissionais locais, ainda assim, eles são capazes de adquirir bens e experiências que eram proibitivos na realidade brasileira. Os discursos dos entrevistados Conter, Freitas e Testa, são bem resumidos numa fala de Cristiano Figueiredo:

Eu sempre costumei dizer aí no Brasil que o estúdio onde eu trabalhava não era problema, o trabalho não era problema. Eu sempre amei aquilo. Tipo, eu sinto saudades até hoje do trabalho, do estúdio e tudo o que eu fazia aí no Brasil. [...] A frustração sempre vem mais do país, de não poder ter tudo aquilo que a gente quer, de não poder tirar umas férias decentes, não poder morar num lugar decente, não poder sair na rua com o celular na mão, senão vai ser assaltado, então são vários outros problemas sociais do país, que geram uma frustração muito maior do que eu poderia ter com a minha profissão. Então, até acredito que as pessoas assim que... que desejam sair do país, eu acho que geralmente o problema não é o trabalho em si, mas todo esse entorno que existe, né? (Informação verbal)¹⁹⁴

Testa exemplifica essa realidade ao relatar que no Canadá, ao contrário do que acontece no Brasil, a disparidade entre os salários de diferentes profissões é muito pequena:

[...] aqui em Vancouver, o pessoal que trabalha por exemplo em cafeteria, essas coisas, Starbucks e tal, é tudo 55¹⁹⁵ mil, 60 mil... Um animador aqui é 70, 80 mil por ano. [...] a diferença dum médico para alguém que trabalha numa cafeteria [...] é muito pequena aqui (Informação verbal)¹⁹⁶.

Há muitas diferenças também, no modo em como a animação é produzida. Testa cita, em primeiro lugar, seu espanto pelo fato de a animação não ser contabilizada por secundagem, mas por horas trabalhadas. De acordo com o entendimento de Testa, isso dá mais coerência

¹⁹³ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

¹⁹⁴ Fala de Cristiano Rasesa Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

¹⁹⁵ Os valores citados por Conrado estão em dólares canadenses, geralmente com cotação próxima a 75% do valor do dólar americano.

¹⁹⁶ Fala de Conrado Smania Testa, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 25 jan. 2021.

para que os estúdios consigam calcular com maior precisão, o tempo de produção e controlar a qualidade dos processos. A especialização em uma tarefa específica do processo também é apontada por Testa como uma grande diferença entre as produções canadenses e as brasileiras. Enquanto no Brasil, os profissionais precisam se defender e fazer de tudo um pouco, no Canadá, um animador será responsável somente por animar. Nada de checar a funcionalidade dos *riggs*, ou de ajudar no *layout* ou qualquer outra demanda. Testa ressalta também, que apesar dos times serem muito maiores, há mais organização, pois há também um número maior de profissionais de gestão nas equipes, cada um responsável apenas por uma pequena quantidade de funcionários. Conforme Testa:

[...] é uma coisa daqui, porque cada supervisor, tem por exemplo, dez animadores. É muito menos do que no Brasil, em que um supervisor, no meu caso lá, que eu tinha, oitenta (risos). Nem me lembro mais quantos animadores a gente tinha, mas era uma quantidade enorme, exorbitante assim. E aqui não, aqui eles cuidam de dez, oito... (Informação verbal)¹⁹⁷

Mesmo assim, nem sempre os empregos são mais tranquilos do que no Brasil. Eduardo Conter fala que apesar do sonho realizado e uma melhora significativa no ambiente em que passou a viver (segundo o entrevistado, Montreal é extremamente segura e apesar das temperaturas chegarem a 30 graus negativos, ele afirma que passa menos frio do que em Porto Alegre), a experiência de trabalhar com animação no Canadá foi bastante diferente do que ele esperava. Mesmo com certas garantias proporcionadas pelo governo, as pressões do mercado para com os funcionários são muito grandes. Conter relata a precarização do seu trabalho através da exigência de *overtimes* constantes e durante muitas semanas seguidas, nas produções de efeitos visuais onde ele se colocou num primeiro momento. Durante sua passagem pelos VFX, Conter trabalhou em filmes como “O Predador” (*The Predator*, Shane Black, 2018), “Shazam!” (*Shazam!*, David F. Sandberg, 2019) e (segundo o próprio entrevistado) o “terror” do “*Cats*” (*Cats*, Tom Hooper, 2019). Conter precisou ficar no VFX mesmo não gostando muito, pois era o único modo de manter seu visto de trabalho ativo enquanto buscava novas oportunidades. Conter aponta que apesar de não haver preconceito direto para com os trabalhadores brasileiros, profissionais imigrantes de países desenvolvidos como a França e Estados Unidos, recebiam salários 50% maiores estando na mesma posição que ele. Conter admite, no entanto, que isso possa ter ocorrido por sua inexperiência, por não ter negociado melhor suas condições de trabalho. Recentemente, Conter trocou o ramo de VFX pelo trabalho de animação dentro de uma produtora de jogos, e comenta uma realidade totalmente distinta:

¹⁹⁷ Fala de Conrado Smania Testa, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 25 jan. 2021.

Eles chegaram assim: “Edu a gente vai te pagar teu visto de trabalho, aulas de Francês, se tu fizer residência permanente a gente vai pagar. Tu tens acesso desde já à nossa academia da empresa, tu tens acesso ao *personal trainer*, tu tens seguro de saúde, seguro de vida e teu salário é tanto. Tá bom pra ti, ou tu quer mais? [...] se tu tiver qualquer problema em casa no Brasil, tu tens direito pelo contrato a ir, resolver os teus problemas e tu não vai gastar o teu tempo de férias. É um retorno à humanização que eu te falei antes (Informação verbal)¹⁹⁸.”

Essa empresa se vangloria de as pessoas ficarem ali num tempo médio de 5 anos e que eles investem muito no crescimento profissional e pessoal do colaborador para que a empresa também cresça por consequência, narra Conter. Aponta também, como ponto alto da empresa, a transparência exercida por seus executivos que demonstram mensalmente para todos os funcionários, os *status* dos projetos, os ganhos financeiros da empresa e como se dará a divisão dos lucros e resultados.

Em relação à percepção de como é visto o profissional brasileiro nestes mercados internacionais, os entrevistados foram unânimes em destacar a criatividade e o engajamento como fatores que mais surpreendem os contratantes. Figueiredo ressalta o talento artístico brasileiro, “esse jogo de cintura, essa coisa de ser prático, de ser rápido, de ser direto ao ponto que a gente constrói aí (no Brasil), com certeza chama a atenção deles” (Informação verbal)¹⁹⁹. Justamente pelas características das produções nacionais, onde costumeiramente os profissionais tendem a exercer mais de uma atividade e precisam ser criativos frente as limitações técnicas e orçamentárias dos projetos, é o que destaca o profissional brasileiro frente aos demais, pois de acordo com Testa, os profissionais no Canadá nunca precisaram enfrentar esse tipo de desorganização. Cristiano Figueiredo relata um cenário semelhante na Europa:

Porque toda essa dificuldade do Brasil criou na gente uma metodologia e um jeito de pensar, uma coisa assim que cara, a gente facilmente atropela um europeu que faz a mesma coisa que a gente, sabe? Porque eles são muito mais engessados nos *workflows* e *pipelines* deles, né, tem aquela coisa mais estabelecida já, e a gente do Brasil tá sempre achando um jeito de fazer com a grana que a gente tem, o tempo que a gente tem. Então tipo, a diferença que eu sinto é muito mais organizacional, financeira e de infraestrutura, todas essas coisas que o dinheiro pode te dar, aqui é muito melhor. Em termos de trabalho, né. Muito melhor que no Brasil. Mas em termos de criatividade, de produzir um produto, eu não diria que aqui é melhor não (Informação verbal)²⁰⁰.

Quando o assunto é regressar ao Brasil, os entrevistados apontam que ao menos por enquanto, essa possibilidade é remota. Mesmo com os desafios inerentes de ser um estrangeiro, da alta rotatividade na indústria, da ausência da família e da eventual sobrecarga de trabalho, as condições gerais das produções e a qualidade de vida são muito melhores em relação ao que era vivenciado no Brasil. Figueiredo, por exemplo, afirma que está tendo a vida que nunca pôde

¹⁹⁸ Fala de Eduardo Luiz Conter, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

¹⁹⁹ Fala de Cristiano Rasera Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

²⁰⁰ Fala de Cristiano Rasera Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

ter no Brasil e que não pensa em retornar. Comenta, ainda, não saber se vai ficar muito tempo na Irlanda, pois existe farta oferta de bons trabalhos mundo afora. Conter também diz que pretende permanecer no Canadá. Por mais que os laços familiares lhe façam falta, ele cita a qualidade de vida, mas também a grande variedade de empresas e tipos de projetos diferentes presentes em Montreal. Segundo Conter, no Canadá, ele pode migrar dos VFX para os *games*, depois para uma série, depois para um *feature* em animação sem muitos problemas. Para além da qualidade de vida, já amplamente citada, Testa não pretende voltar ao Brasil também devido à crise na situação política e cultural no País. Aponta que seria insensato voltar para o Brasil para trabalhar numa produtora que terceiriza o trabalho para o Canadá, fato cada vez mais comum para a sobrevivência das produtoras brasileiras, uma vez que os recursos governamentais para a realização de projetos nacionais em animação foram cortados. Além disso, ressalta que finalmente conseguiu um equilíbrio das horas trabalhadas e consegue “por incrível que pareça” ter folga nos finais de semana. Freitas, assim como Testa, atrela seu retorno a uma melhora das políticas em relação à cultura no Brasil:

Pra mim, enquanto eu estava no Brasil, a minha referência de cinema, de tudo, sempre foi o Otto (Guerra). E o filme, o “Até que a Sbórnia nos Separe”²⁰¹, eu lembro, que começou a produção em 2003 e terminou em 2013. Demorou um “tempasso” dependendo de lei de incentivo, dependendo de patrocínio e tal. E assim, o atual “desgoverno” fez cortes na Ancine, em 2019, [...] uma má gestão em todos os sentidos. [...] Então assim, com que motivação eu volto, gente? Não tem como voltar agora. [...] Eu não me sinto mais bem-vinda no meu próprio país... Se o Brasil, ele mudar, tiver mais espaço para fazer filmes e mais incentivos e tal, aí sim. Mas... (longa pausa) ... é muito triste (Informação verbal)²⁰².

3.2.2 O êxodo digital

O processo de evasão profissional nas produções brasileiras é acelerado pelas transformações decorrentes da mudança na matriz tecnológica dos processos, principalmente pela possibilidade do trabalho remoto através da conectividade de rede. Fato que leva a uma tendência em relação a espaço e tempo (INNIS), que é determinada pelas tecnologias de suporte, uma vez que as tecnologias digitais otimizam os processos (tempo), enquanto são, também, capazes de neutralizar os deslocamentos espaciais. Deste modo, a produção de animação hoje se dá em qualquer lugar e a qualquer tempo. Isso cria facilidades gerais, mas também traz novos problemas e torna mais complexo o ambiente de produção. Uma das

²⁰¹ Até que a Sbórnia nos Separe (de Otto Guerra e Ennio Torresan, 2013)

²⁰² Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

preocupações enfrentadas dentro das produções brasileiras de animação é um possível êxodo digital de profissionais brasileiros para o mercado global. Deuze (2007) afirma que agora, “as pessoas tendem a permanecer firmemente no lugar conforme seu talento migra para preencher parte do *pipeline* de produção (DEUZE, 2007, p. 238)²⁰³, portanto se exporta a força de trabalho, não mais o indivíduo.

A partir dos dados obtidos através do questionário *online*, entendemos a extensão deste fenômeno, pois 99% dos entrevistados afirmam utilizar as tecnologias digitais e de conexão para trabalhar²⁰⁴. Ao perguntarmos em que mercados esses profissionais trabalham (excluindo da equação os 6% que disseram não trabalhar para nenhum mercado e também os 3% que alegam residir fora do país²⁰⁵), obtivemos dados que revelam a atuação dos profissionais residentes no Brasil. Destes, 60,8% trabalham para o mercado nacional, 13,5% trabalham exclusivamente para o mercado internacional, enquanto 22,7% trabalham para ambos mercados. Ou seja, 36,2%, mais de um terço da nossa força de trabalho, voltam-se total ou parcialmente para o mercado externo, deixando uma lacuna significativa no mercado nacional²⁰⁶. Paulo Muppet ressalta, no entanto, que essa fuga para o mercado externo pode não ser definitiva, no entanto, sempre haverá outros mercados fortes competindo com a produção de animação nacional, pois Muppet acredita que o êxodo digital

[...] é um sintoma da “uberização da animação”, onde todos os animadores são empreendedores individuais, trabalhando para companhias semelhantes ao Uber, e migrando de aplicativo em aplicativo, com aquele que paga mais. Então, hoje, pode ser o estúdio gringo, mas amanhã vai ser o estúdio de *game*, depois de amanhã vai ser não sei o que lá... É igual ao Uber (Informação verbal)²⁰⁷.

²⁰³ Do original: “*People tend to remain firmly in place as their talent migrates to fulfill part of the production pipeline.*” (DEUZE, 2007, p. 238). – Tradução do pesquisador.

²⁰⁴ Dado extraído da questão número 8, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 161).

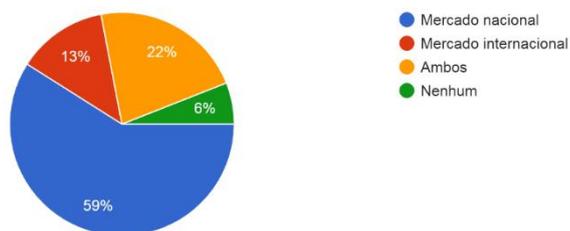
²⁰⁵ Dado extraído da questão número 3, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 159).

²⁰⁶ Dado extraído da questão número 6, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 160).

²⁰⁷ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

Gráfico 8: Pergunta 6 do questionário *online*

6. Para qual mercado você trabalha na maior parte das vezes?
100 responses



Fonte: Autor, 2021.

Entre os profissionais que continuam residindo no Brasil, mas empregam sua força de trabalho em outros mercados, é consenso que a principal vantagem, é a variação cambial, uma vez que a moeda brasileira está bastante desvalorizada em relação ao dólar. O animador Michel Denis da Silva aponta o porquê da decisão de trabalhar remotamente para o exterior:

Existem muitas oportunidades lá fora de estúdios pequenos assim, e aí eu prefiro ficar aqui no Brasil, trabalhando para eles. É mais interessante eu morar aqui no Brasil, recebendo em dólar o valor da diária deles lá que é superalto e usufruir aqui no Brasil, que o custo de vida é mais baixo. Então, assim, eu tenho um poder de aquisição muito maior, ganhando lá fora e usufruindo aqui dentro (Informação verbal)²⁰⁸.

Silva assume que a diferença cambial é algo circunstancial, pois quando começou a trabalhar com animação, em 2014, o dólar estava a R\$2,95, e os projetos no exterior em que ele conseguia oportunidades eram de países que praticavam valores de produção semelhantes aos brasileiros, como a Rússia. Naquela ocasião, os ganhos no exterior estavam bastante próximos aos ganhos no mercado interno. Só que de lá para cá, com o dólar flutuando acima de R\$5,00, as coisas mudaram muito. Além disso, Silva lembra que simultaneamente à alta do dólar, tivemos também a queda de incentivos para a produção de animação no Brasil, o que reduziu drasticamente a quantidade de produções nacionais. No Brasil, de acordo com Silva “só sobrou publicidade, que uma pessoa mais jovem consegue tocar bem, mas uma pessoa que tem família, filho, não dá para ficar trabalhando 24 horas” (Informação verbal)²⁰⁹. Por este motivo, Silva optou por focar exclusivamente em trabalhos remotos para o exterior, em regime *full time* e horários estipulados, conseguindo, de acordo com seu depoimento, obter uma boa qualidade de vida.

André Dias, também animador *freelance*, conta que no início de sua carreira, trabalhou para um estúdio de animação em São Paulo, mas que a experiência não foi das melhores. Dias cita os baixos salários, a incerteza constante em relação à manutenção do emprego, e também

²⁰⁸ Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²⁰⁹ Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

o fato de não ter se adaptado bem à vida na metrópole paulista, como pontos prioritários para que ele mudasse sua estratégia de trabalho na área:

Quando o projeto terminou, assim como é muito comum nos estúdios, se não tem alguma coisa engatilhada, assim, perto, em termos de projeto, a equipe é descontinuada, muita gente é dispensada, né. [...] Eu comecei a pesquisar em outros estúdios salários e oportunidades, conversar com pessoas que trabalhavam em outros estúdios, porque apesar de gostar muito do que eu fazia na época em termos de animação, financeiramente era muito difícil [...] (Informação verbal)²¹⁰.

Foi nesse momento que Dias começou a entrar em contato tanto com estúdios brasileiros quanto com estúdios estrangeiros. Surpreendentemente para ele, era mais comum obter retorno dos estúdios estrangeiros. Segundo Dias, mesmo sem propostas de trabalho concretizadas, os estúdios internacionais se mostravam abertos ao diálogo e eventualmente o chamavam para conversar e conhecer seu perfil profissional. Nenhum estúdio brasileiro adotou essa postura com ele. Desse modo, começaram a surgir, de modo natural, muito mais oportunidades de trabalho no exterior.

Depois que conseguiu um trabalho remoto fixo em um pequeno estúdio de animação de Los Angeles, Dias cogitou em se mudar para lá, a fim de usufruir da infraestrutura e das oportunidades daquela cidade. Mas, ao comparar o custo de vida de Belo Horizonte, onde mora, ao de Los Angeles, preferiu continuar na capital mineira. Na concepção de Dias, viver em Los Angeles com o salário que recebe do atual estúdio o faria viver “de uma forma muito apertada” (Informação verbal)²¹¹, enquanto que os mesmos recursos, no Brasil, lhe dão uma vida mais confortável. Ainda para Dias, Belo Horizonte tem a infraestrutura de uma capital, mas as coisas boas do interior, além disso, a proximidade da família o desestimula a partir para outros locais. Outro motivo para que Dias prefira seguir no regime remoto, é a flexibilidade e a possibilidade de uma maior seleção dos trabalhos que irá fazer. Nos seus planos próximos, estão o aumento da família, com a chegada dos filhos e ele não quer “nesse momento de transição e de família e tudo, estar trabalhando final de semana, trabalhando até tarde e estar trabalhando todas as horas” do seu dia (Informação verbal)²¹².

Um movimento comum, é o de animadores brasileiros que tentam a sorte no exterior e por alguma razão, acabam não se adaptando à realidade internacional e decidem voltar. Entretanto, com os laços profissionais já consolidados no exterior eles passam a trabalhar de forma remota para seus antigos estúdios. Freitas cita o caso de dois animadores brasileiros que eram seus colegas na Disney, mas que se sentiam criativamente “engessados” no estúdio

²¹⁰ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²¹¹ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²¹² Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

americano. Juntamente com a falta de liberdade criativa, suas esposas não conseguiram visto de trabalho nos Estados Unidos e ficaram condicionadas às tarefas domésticas, o que para elas se tornou bastante desconfortável com o passar do tempo. Um último fator que acabou por trazer esses profissionais de volta para o Brasil, foi a família e a necessidade de cuidados para com os pais. Atualmente, esses dois animadores moram no Brasil, trabalham remotamente para empresas estrangeiras e exercem a liberdade criativa trabalhando em projetos autorais. Figueiredo afirma que teria vontade de voltar ao Brasil, mas que não o faz pelas condições sociais do País:

Se não fossem todos esses problemas sociais do Brasil, óbvio, meu Deus do céu! Eu ia preferir mil vezes estar morando no Brasil, na minha terra, com minha família e cara, eu ia estar ficando milionário, né, porque a conversão da moeda é algo surreal. Tem brasileiros que agora moram aí e trabalham aqui pro estúdio. E tem um deles que trabalhou com a gente, [...] ele escolheu voltar para o Brasil. Ele falou: “não eu não quero morar aqui, quero morar no Brasil”, que ele mora num sítio no interior lá de Santa Catarina, e ele tá ficando rico, né? Ele tá ganhando uma grana surreal assim, convertendo os euros em reais (Informação verbal)²¹³.

De fato, os ganhos médios de um animador no exterior, giram em torno de 50 mil dólares anuais, segundo os depoimentos de Figueiredo e Testa. O que são valores razoáveis na realidade dos países desenvolvidos viram verdadeiras fortunas na realidade brasileira. Um animador que consiga trabalhar remotamente nesses moldes, pode ter ganhos que superam a casa dos R\$20.000,00 mensais. Retomando um dado citado anteriormente, lembramos que os animadores que trabalham unicamente com produções nacionais, têm salários quase dez vezes menores (R\$2.500,00 mensais, de acordo com enquête feita pela UNA).

Por isso, Figueiredo acredita que, pelo menos pela próxima década, o número de trabalhadores remotos atuando para outros países só tende a aumentar, principalmente em relação os brasileiros. Acrescenta, ainda, que esse movimento só não é maior hoje, porque muitos países ainda possuem barreiras políticas e entraves burocráticos que limitam a atuação dos profissionais estrangeiros “remotos”. Figueiredo argumenta que ainda é mais fácil, burocraticamente, para os estúdios, trazer um profissional estrangeiro para trabalhar em sua sede, do que contratá-lo de forma remota. Isso se deve a uma ação de protecionismo governamental, que visa impedir a fuga de receita e arrecadação com impostos, o que limita a atuação destes profissionais a estúdios menores, com menor impacto fiscal. Estúdios como Disney, *DreamWorks* e Sony, por exemplo, não contratam diretamente profissionais nestes moldes (apesar de formar parcerias com estúdios que o fazem, principalmente para projetos

²¹³ Fala de Cristiano Rasera Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

menores, como filmes e séries para televisão). Silva fala que essa barreira existe e é ainda mais severa no Canadá:

Eu gostaria de entrar no mercado canadense como *freelance* trabalhando remotamente, mas não consigo. Por que não consigo? Porque todos os estúdios medianos para cima dizem que eles têm incentivos do governo, que eles não podem contratar pessoas que não estejam lá. Porque eles têm preocupação que os impostos, que o dinheiro saia de lá e venha para outro país. Eles querem manter o dinheiro lá dentro (Informação verbal)²¹⁴.

Apesar dos maiores ganhos obtidos através da exportação de sua força de trabalho, os profissionais de um modo geral, gostam dos projetos realizados no Brasil. Para 64,6% dos profissionais, os projetos criados aqui, são interessantes²¹⁵. Cristiano Figueiredo, que já experimentou as duas realidades, relata:

[...] em termos de criatividade, de produzir um produto, eu não diria que aqui (na Irlanda) é melhor não. Acho que as duas coisas são comparáveis e posso até afirmar que, provavelmente, o Brasil tem condições de fazer coisas melhores e tem feito coisas melhores, mesmo com menos grana, menos pessoas, menos tempo (Informação verbal)²¹⁶.

A vontade de trabalhar com produções nacionais é revelada por todos os entrevistados, que citam o exercício da criatividade, a identificação cultural e também a busca de reconhecimento profissional como os fatores que mais fazem falta para eles na execução dos trabalhos remotos internacionais. André Dias, que pretende eventualmente deixar de trabalhar como animador e passar a coordenar equipes, assumindo projetos inteiros, sabe que como *freelancer* remoto, isso não vai acontecer.

Eu não sei se eu quero “animar” assim.... Animação mesmo, sentar a bunda e desenhar zilhões de frames a vida inteira assim, que é uma coisa que apesar de eu gostar muito, é muito satisfatória, mas é muito desgastante também. Mas eu acho que qualquer coisa na nossa área desgasta emocionalmente... (Informação verbal)²¹⁷.

Dias conta que apesar de trabalhar com grandes nomes e marcas junto ao seu estúdio sediado em Los Angeles, ele não sente uma identificação cultural forte e que isso lhe faz falta. Disse ter se sentido aliviado quando esse estúdio não conseguiu um trabalho que estava pleiteando para o governo: “eu não tenho certeza se eu me sentiria confortável, trabalhar animando coisa para o exército americano, sabe?” (Informação verbal)²¹⁸. Dias relata, por fim, sua vontade de retomar as produções brasileiras, mas que por hora, não está valendo a pena:

Eu não abandonei o meu país, profissionalmente, o negócio é que hoje em dia, hoje em dia tem valido a pena eu dar esse gás a mais assim, por causa desse retorno financeiro, mas é uma coisa que eu tenho muita vontade de voltar a pegar coisas

²¹⁴ Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²¹⁵ Dado extraído da questão número 12.1, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 164).

²¹⁶ Fala de Cristiano Rasesa Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

²¹⁷ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²¹⁸ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

brasileiras, coisas com as quais eu me identifico. Pô, tenho o maior orgulho de ter trabalhado no *Papaya Bull*²¹⁹, que é um projeto brasileiro, do folclore brasileiro... (Informação verbal)²²⁰.

Silva também pretende voltar logo para as produções brasileiras. Diz que conhece alguns projetos nacionais prontos para começar, mas que aguardam liberação das verbas governamentais paralisadas neste momento. Assim que algum desses projetos recebessem seu “*green light*” ele aceitaria uma redução salarial significativa para trabalhar nestas produções. Um dos principais motivos citados por Silva é que, segundo ele, aqui no Brasil ele seria capaz de construir um nome, uma reputação. Lá fora, “eu sou só mais um brasileiro animando” (Informação verbal)²²¹, relata. Silva conclui: “O respeito que eu tenho aqui no Brasil, é muito maior, e eu acho que nos próximos dez anos ainda vai ser muito maior do que se eu for para fora. Então, eu realmente prefiro trabalhar aqui no Brasil. E é o que eu quero manter” (Informação verbal)²²².

Torresan Jr., mesmo com lastros fortes em Los Angeles, também pontua que esse amor, essa identificação pela cultura brasileira jamais o abandonou. Esse foi um dos motivos que o levou a uma situação inversa. Codirigiu, de forma remota de Los Angeles para Porto Alegre, o longa-metragem animado “Até que a Sbornia nos Separe” (de Otto Guerra e Ennio Torresan Jr., 2013). Torresan Jr. conta que tem muitos outros projetos brasileiros que gostaria de criar, ao alegar que “(Eu) sempre quis, eu sempre sonhava em manter, sabe, manter um pé no Brasil, porque a maioria das minhas ideias são brasileiras. Muito do que sai de dentro de mim, continua sendo, sendo com tema do Brasil, coisas do Brasil” (Informação verbal)²²³.

O êxodo, mas principalmente o êxodo digital é situacional. Tecnicamente viável, mas totalmente atrelado aos humores e interesses dos mercados. É possível resgatar esses animadores de volta ao cenário nacional, mas conforme Paulo Muppet, “enquanto a gente não tiver uma indústria que possa minimamente competir com as indústrias gringas, eu não sei se tem esperança de manter essas pessoas, sabe?” (Informação verbal)²²⁴.

O sucesso e crescimento do setor de animação no Brasil está diretamente relacionado aos conceitos de inovação, competitividade e estímulo ao empreendedorismo. É inegável, apesar do pouco reconhecimento, a importância da animação como negócio gerador de empregos, como divulgador e perpetuador da cultura, e também como ferramenta de inclusão

²¹⁹ *Papaya Bull* (de Fernando Finamore e Rodrigo Eller, 2017).

²²⁰ Fala de André Filipe de Lemos Dias, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²²¹ Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²²² Fala de Michel Denis da Silva, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 21 jan. 2021.

²²³ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

²²⁴ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

social e identificação cultural. Mas, para isso, faz-se necessário investimentos adequados na área, seja através da iniciativa privada, seja através de ações governamentais. A atual realidade deste mercado é que os valores praticados internamente estão muito defasados e não representam concorrência em relação aos valores ofertados no exterior, cuja abertura para os profissionais brasileiros, através dos meios digitais, acarretou em um esvaziamento de profissionais maduros e qualificados. Infelizmente, a realidade de um Brasil que não valoriza seus artistas e empreendedores, resulta num mercado de animação nacional que forma e depois exporta seus talentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde os primórdios da animação, eram notáveis os esforços para simplificar ou mesmo automatizar o laborioso processo de produção das obras animadas. O sonho de uma ferramenta que tornasse possível delegar à máquina os processos braçais e criativos (por que não?), instigava a imaginação de muitas pessoas. No Brasil, Seth (nome artístico de Álvaro Marins, animador de *O Kaiser*, de 1917) se mostrava cético em relação a essa possibilidade, e comenta o assunto em uma rara entrevista para a revista Cinemarte no ano de 1930²²⁵:

Isto não impede, entretanto, que algumas pessoas me falem às vezes sobre aparelhagens mais praticas de animar desenhos, como dando a entender a possibilidade de inventar-se um aparelho especial para tal fim. Tal absurdo não vale um comentario. Os processos technicos de reprodução, as experiencias de material a empregar, os estudos de luz, os meios de subdivisão e especialização do trabalho entre vários artistas, e, sobretudo, os "trucs" cinematographicos, são elementos, que methodisados, evoluem e, portanto, melhoram e augmentam o trabalho, permittindo ao artista uma producção mais ou menos regular. Mas dar mecanicamente perfeição e alma ao desenho, com o mesmo automatismo e com a relativa rapidez dum aparelho cinematographico, só será possivel quando a sciencia, descobrindo o principio absoluto que anima os organismos vivos, fabricar industrialmente homens artificiaes com intelligencia e espirito... (SETH. [Entrevista concedida a] Cinemarte, 1930, p. 08-09)

Nesse depoimento, Seth alertava para o cuidado que devemos ter ante o fascínio da ferramenta que nada pode fazer sem a intervenção e a criatividade humanas. A animação, conforme demonstrado neste estudo, é atividade de caráter coletivo e colaborativo, na qual, as pessoas são insumo fundamental. Mesmo com o grande avanço das tecnologias computacionais, que otimizaram e revolucionaram muitas tarefas processuais, ainda é necessária a total intervenção humana para que a “ilusão da vida” aconteça. O trabalho de animar demanda, além de uma complexa gama de conhecimentos técnicos, conceitos avançados sobre as sutilezas da linguagem corporal, e apesar da crescente tendência de “glocalização” dos conteúdos, os gestos e movimentos dos personagens animados estão sujeitos a subjetividades culturais, dependendo em que parte do mundo esse conteúdo é feito e para qual parte ele se destina. Talvez, num futuro próximo, com a implementação de redes computacionais neurais e de *machine learning* (a tecnologia mais próxima aos “homens artificiaes” sugeridos por Seth), a animação completamente automatizada se torne uma realidade, mas esse é um assunto que levaria a uma pesquisa completamente diferente.

Resta imaginar a surpresa de Seth, se ele pudesse ver, os rumos que as produções de animação tomaram por conta das evoluções tecnológicas neste espaço de tempo de noventa

²²⁵ Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/162531/per162531_1930_00222.pdf.

anos. O constante aperfeiçoamento das tecnologias de suporte, a evolução dos materiais e, mais recentemente, as tecnologias de mediação digital, otimizaram enormemente os processos de produção de animação, ao facilitar execuções técnicas e acelerar etapas. Apesar disso, é importante ressaltar que, se os processos evoluíram, o modelo de produção ainda se assemelha muito ao esquema industrial concebido na década de 1930. Portanto, a contribuição mais significativa para o campo da animação no primeiro momento da computação, foi a transformação radical ocorrida frente à natureza dos suportes (INNIS, 2008). Tal transformação começou no final dos anos 1970 e levou cerca de 30 anos para se consolidar, substituindo, paulatinamente, o material pesado presente nas produções (papel, mesas de luz, câmeras, moviolas e películas cinematográficas) por material leve (computadores portáteis e dados, estes últimos virtualmente imateriais). Este movimento alterou as dinâmicas do mercado ao possibilitar a ampliação da produção de animação para além dos grandes estúdios (“grandes” tanto em importância comercial quanto em estrutura física). Tornou-se tecnicamente possível, planejar, escrever, desenhar, animar e até mesmo editar trechos de um filme enquanto se espera por um café, numa cafeteria qualquer.

Talvez, a mudança mais expressiva causada pelas tecnologias digitais no mercado de produção de animação ocorreu com o advento e a popularização das redes de conexão digitais. Com a internet, o deslocamento espacial se tornou dispensável para a realização desta atividade, impactando, assim, não só o tempo, mas também o espaço dentro das produções, alterando definitivamente as estratégias para produção de animação a partir da segunda década do século XXI. Analisando as alterações causadas por estas tecnologias em todo o ecossistema referente à produção de desenhos animados, é possível entender, em conformidade com Innis (2008), o impacto que as tecnologias de comunicação trouxeram ao contexto sociocultural no qual atuam.

Innis (2008) afirma que os campos da tecnologia, do poder e do humano são interconectados e os efeitos que causam um no outro são imprevisíveis, pois cada sociedade, cada grupo, cada classe profissional se articula através da organização e das tensões provocadas entre esses elementos. A fim de entender a amplitude destas tensões aferidas por Innis (2008), esta pesquisa buscou analisar cada um dos três campos, e por mais que se tenha dedicado exclusivamente um capítulo para cada um dos campos, percebeu-se que: ao falar de tecnologia, era imprescindível citar as pessoas e os motivos para os avanços; ao falar do poder, não houve como ignorar o impacto das medidas políticas e mercadológicas na vida das pessoas, bem como as tecnologias que possibilitaram essas decisões; e, ao falar do humano, a narrativa só ganhou significado vinculada ao contexto social, influenciado pela política e pela tecnologia.

A análise da tecnologia, do poder e do humano foram cruciais para a elucidação dos questionamentos originais que motivaram este estudo, lembrando: elaborar um perfil do profissional da animação para entender quem são esses profissionais mediados pelas tecnologias digitais e entender o contexto do mercado de produção de animação global, conectado digitalmente e seu impacto nos fluxos de produção no Brasil.

Assim, o perfil típico dos profissionais traçado por este estudo, de acordo com o cruzamento dos dados obtidos nas entrevistas e no questionário *online* juntamente às descrições relatadas por Bulut (2020), Deuze (2007) e Martel (2012), é o seguinte: em geral, homens brancos oriundos da classe média, cuja faixa etária é baixa, em início de carreira, sendo poucos os que acumulam o papel de chefes de família. São conectados e não têm dificuldade com ferramentas tecnológicas. Gostam do universo da cultura *pop*, geralmente misturando (sem traumas) seu cotidiano com o ambiente de trabalho e vice-versa. Possuem ao menos uma graduação (geralmente, mas não restritos à cinema, artes e *design*) e investem tempo à procura de cursos e tutoriais para capacitação contínua. Normalmente, desenvolvem o gosto pela animação e pelo *storytelling* desde cedo, e são influenciados por ele (*soft power*), mas, como trabalhar com animação é algo um tanto “inusitado” para os padrões brasileiros, acabam por decidir seu rumo profissional mais tarde, quando têm algum contato mais concreto com a área, por meio de cursos ou *workshops*. Apesar de todos os desafios técnicos e das dinâmicas de mercado, o entusiasmo em trabalhar e aprender a “arte dos desenhos que se movem” é tema recorrente entre os profissionais da área. Tanto que, “o amor pela animação”, “a chance de aprender coisas novas” e uma “forma de suprir as necessidades criativas” são geralmente listados por esses profissionais como aspectos prioritários em relação à remuneração. Outro aspecto interessante levantado sobre esses profissionais, é o carinho para com a cultura brasileira e a vontade de participar mais ativamente de produções locais, o que não acaba ocorrendo, por conta das problemáticas do mercado nacional, amplamente debatidas.

Apesar de um perfil semelhante, de profissionais jovens e entusiastas, que buscam significação e criatividade na sua atividade laboral, foi possível também, através deste estudo, distinguir, de forma muito clara, dois grandes grupos que permeiam as categorias de trabalhadores no mercado de animação, algo análogo ao apontado por Bulut (2020) em seus relatos. Embora isso não seja uma regra rígida, uma vez que estamos falando de indústrias criativas, esboçou-se o seguinte cenário: O primeiro grupo consiste de um núcleo que costuma participar mais ativamente das partes criativas dos projetos, correspondente aos profissionais ligados à pré-produção e coordenação, que possuem ganhos mensais fixos, geralmente mais robustos (considerando os profissionais de uma mesma empresa) e usufruem da convivência

“divertida” com seus pares nos estúdios, sendo, deste modo, fortemente influenciados pelas ludopolíticas (BULUT, 2020); por outro lado, como ainda é necessário muito “tempo/homem” (MARTEL, 2012) para se produzir animação, existe a necessidade de um grande segundo grupo, periférico, composto por trabalhadores qualificados, envolvidos em tarefas braçais, que acabam por utilizar a criatividade em menor escala, para resolver questões pontuais do processo. São os profissionais que atuam diretamente na etapa de produção dos projetos: animadores, ilustradores, *layouters*... Estes profissionais podem, de um modo geral, exercer suas atividades de maneira remota, e, muitas vezes, optam por se desvincular dos estúdios para atuar como *freelancers*. Deste modo, eles conquistam liberdade e a flexibilidade para alcançar mais e maiores clientes, mas, acabam sendo expostos à precarização (DEUZE, 2007) e à “uberização” de seu trabalho.

Convém ressaltar que a precariedade do emprego na sociedade não atinge somente a classe criativa digital e conectada, mas sim é mal que percorre grande parte das atividades laborais no País, com evidentes exceções a poucos grupos elitizados. O desequilíbrio entre o que se ganha no Brasil e o custo de vida é, infelizmente, algo crônico em nossa história e está muito bem resumido na fala do diretor de animação Arnaud Janvier, que comenta, com pesar, que “no Brasil, ganha-se pouco dinheiro como na Índia, mas o custo de vida é equivalente ao francês” (Informação verbal)²²⁶. Carneiro e Silva (2018, p. 363) apontam que essa situação econômica

[...] contribuiu para relações informais que desmotivam o animador brasileiro, submetido a pagamentos injustos e sem garantias trabalhistas, não equiparados às exigências da atividade criativa deste profissional. A falta de compensação financeira leva esses artistas a vislumbrar o mercado estrangeiro, ainda que lá a maioria continue a trabalhar por contrato temporário, pois é da natureza da indústria dispensar animadores após o término de projetos. No entanto, o salário é justo e há bonificações para horas extras de dedicação e produtividade.

A atual realidade deste mercado é que os valores praticados internamente estão muito defasados e não representam concorrência em relação aos valores ofertados no exterior (em média, cinco vezes superiores, conforme apontado neste estudo), cuja abertura para os profissionais brasileiros através dos meios digitais, acarretou em um esvaziamento de profissionais experientes, em um movimento de êxodo tanto presencial quanto digital, que alcança mais de um terço (36,4%²²⁷) dos profissionais brasileiros. Os animadores que saem do País, o fazem principalmente pela busca de uma melhor qualidade de vida e por maiores ofertas de trabalho, dispondo da infraestrutura e segurança que julgam estar presentes nos países

²²⁶ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

²²⁷ Dado extraído da questão número 6, presente no questionário *online* realizado para esta pesquisa. Para mais informações, consultar o Anexo 1 deste volume (página 160).

desenvolvidos. Esses profissionais costumam ir sozinhos ou com mais uma pessoa, geralmente um companheiro(a). Os profissionais que decidem ficar em solo nacional, trabalhando remotamente para empresas sediadas em outros países, alegam, principalmente, que o fazem para poder se manter próximos à família e aproveitam, com isso, a grande variação cambial (mesmo que cientes da volatilidade dessa situação), o que dá a eles, lucros formidáveis em relação aos seus pares, tanto os que trabalham nas produções nacionais, quanto os que migraram.

Assim, com a conectividade, os *indivíduos* atuantes nas produções de animação nacionais tiveram amplo acesso aos mercados internacionais, enquanto as *empresas brasileiras* deste setor ainda patinam. Percebe-se um grande interesse internacional, portanto, no labor do profissional brasileiro, mas este interesse é mais tímido em relação ao conteúdo que pode ser produzido por equipes nacionais. Conforme aponta Machado (2012), existem ainda outros fatores que geram incertezas quanto ao destino das empresas brasileiras de animação. A imprevisibilidade do mercado é oriunda da inconstância dos incentivos; da sazonalidade dos projetos; e da informalidade nas contratações, que contribuem com a escassez de mão de obra qualificada no mercado brasileiro acabando por dificultar a organização de projetos de maior porte. Machado (2012) cita ainda que reter empregados é a consequência natural de haver sabido atraí-los, desenvolvê-los e motivá-los. Neste cenário, as empresas nacionais conseguem atrair e há o esforço para desenvolver, mesmo sabendo que, assim que maduros o suficiente, esses profissionais voltarão os olhos para melhores oportunidades. Portanto, não temos falta de talentos locais, mas falta de talentos locais *interessados* em trabalhar localmente nas correntes condições do mercado, pois diante dos desafios da área e da economia brasileira, a escolha de uma carreira nacional em animação não se torna atrativa. Freitas cita, como caso típico deste cenário, a animação nacional Lino²²⁸, cuja qualidade de produção atingiu padrões internacionais, similares aos da *DreamWorks*. Ao contrário do que seria lógico esperar, a produtora não cresceu e ampliou seu mercado de modo proporcional ao sucesso do filme²²⁹, mas os animadores sim. Boa parte deles, munidos de seus portfólios com cenas do filme (DEUZE, 2007), foram contratados na Sony, onde Freitas trabalhava na ocasião: “Mesmo que tenha uma produção no Brasil que seja bem feita, (ela) não consegue segurar a galera no país”, lamenta (Informação verbal)²³⁰. Confronta-se, assim, a realidade de um Brasil que não valoriza seus artistas e empreendedores, resultando num mercado de animação nacional que forma, mas

²²⁸ Lino: Uma Aventura de Sete Vidas (de Rafael Ribas, 2017).

²²⁹ Lino 2 está com a pré-produção finalizada, mas não recebe seu *greenlight* por conta dos entraves na Ancine.

²³⁰ Fala de Natalia Freitas, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

depois exporta seus talentos. Por isso, um sentimento comum aos profissionais da área, é que, apesar da história da animação nacional se estender por mais de cem anos, da indústria estar ficando mais velha, há a sensação de que ela não está amadurecendo.

De acordo com os dados obtidos por este estudo, bem como os depoimentos dos entrevistados, há evidências de que o processo de produção de animação no Brasil ainda se dá de forma empírica, caótica e mal organizada. Para começar a estabilizar esse quadro, e retomar o controle dos negócios, é importante que as empresas tracem, em primeiro lugar, uma boa filosofia e uma boa estrutura organizacional, aponta Janvier. Com isso, virá o engajamento dos profissionais e a maturidade do setor:

Existem muitos problemas, mas o maior deles é a organização. Sempre, sempre foi sobre organização e percebo que os produtores não entendem isso. Os artistas precisam ter mais foco e mais tempo para isso. Então o produtor quer mais dinheiro? Certo. Vamos organizar a produção para que os artistas tenham mais tempo e consigam manter a qualidade do seu trabalho. O dinheiro virá como consequência. Os profissionais do setor precisam entender que uma mudança é necessária. Animação antes de tudo é um negócio, e um bom negócio, pois além da obra animada em si, há uma centena de produtos derivados e *merchandising* capazes de gerar muito lucro (Informação verbal)²³¹.

Numa empresa com essas condições, será mais difícil que os profissionais queiram ir embora e uma vez lá fora, sempre considerarão o retorno. “Aqui no exterior eles pagam melhor, mas é frio, eu não estou com minha família e amigos e finalmente, eu era feliz no meu antigo estúdio. Eles eram muito organizados, e eu poderia crescer junto com o meu pessoal, eu era um melhor artista naquelas condições” (Informação verbal)²³², e é deste modo que você conseguirá reter sua equipe, conclui. Mas, os próprios animadores apontam que as empresas não são as únicas responsáveis pela precariedade do setor. A ausência de um mercado equilibrado e apoiado pelo Estado é o que mais atrapalha o desenvolvimento do setor, segundo os resultados obtidos na pesquisa.

De fato, conforme vimos ao longo deste estudo, países como Estados Unidos e a Índia possuem indústrias audiovisuais autossustentáveis, mas contam com isenção de parte dos impostos para atuar em determinados locais, enquanto Canadá e França possuem subsídios governamentais e reservas de mercado que garantem a estabilidade do setor. Figueiredo detalha que na Irlanda, o incentivo Estatal para as empresas do setor de animação foi de 3 bilhões de euros em 2020, e aponta, que além de um grande retorno financeiro, esse incentivo gera muitas premiações e reconhecimento para o país (Informação verbal)²³³. Castells (2001, p. 107) aponta

²³¹ Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

²³² Fala de Arnaud Janvier, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 29 jan. 2021.

²³³ Fala de Cristiano Rasera Figueiredo, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 27 jan. 2021.

a importância estratégica do apoio dos Estados para seu empresariado, pois mediante a integração das economias globais, os interesses políticos específicos de cada nação ficam “diretamente ligados ao destino da concorrência econômica das empresas nacionais ou localizadas em território nacional”. Castells (2001, p. 29) narra, ainda, que uma das consequências possíveis da ausência ou mesmo da ineficiência da atuação do Estado é a “estagnação por causa da esterilização da energia inovadora autônoma da sociedade para criar e aplicar tecnologia”. Martel (2012) cita que os motivos que levam a uma nação a ser fraca culturalmente são os mesmos motivos que a fazem perder relevância (inclusive econômica) no cenário internacional. Para o pesquisador, um Estado que não estimula a abertura da experimentação tecnológica e cultural entre suas universidades e indústrias, que mantém seus grupos de mídia fragilizados, que atua com desconfiança frente à inovação e ao empreendedorismo, acaba naturalmente exportando seus criadores mais inovadores.

O sucesso e crescimento do setor de animação no Brasil está diretamente relacionado aos conceitos de estruturação, inovação, competitividade e estímulo ao empreendedorismo, mas também deve contar com a anuência do Estado para que possa se desenvolver adequadamente, através de medidas coerentes para seu fomento e suporte, a exemplo dos países que fortaleceram o setor audiovisual, através de fomento direto ou incentivos indiretos. Mesmo ao levarmos em conta o período de financiamentos regulares, verificado nos primeiros vinte anos do século XXI, tínhamos, no Brasil, uma (pouco saudável) dependência financeira das produtoras para com os recursos fornecidos através de editais, bem como um descompasso destes agentes com as reais necessidades e custos de produção, o que comprometia o pleno desenvolvimento do setor. Em 2019, o Estado brasileiro voltou as costas para a cultura, e os recursos públicos federais para o audiovisual foram praticamente paralisados, não havendo esperança de retorno destes mecanismos tão cedo²³⁴. Para Paulo Muppet, nos moldes atuais, a produção de animação não pode ser considerada um bom negócio, e de acordo com o diretor, “países sem incentivos fiscais, fecham os seus estúdios” (Informação verbal)²³⁵. Assim, o Brasil vai perdendo sua competitividade no mercado, por não saber construir uma indústria criativa poderosa, e assistirá ao enfraquecimento de sua presença no mapa das trocas culturais.

²³⁴ No ano de 2020, segundo o Ministério Público Federal do Rio de Janeiro, a ANCINE liberou recursos para a produção de apenas um único filme enquanto paralisou mais de 700 produções. (Disponível em: <https://www.omelete.com.br/filmes/crise-cinema-brasileiro-2020-ancine>).

²³⁵ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

Em contrapartida, mesmo em vista de todos os entraves discutidos ao longo deste estudo, percebemos que há na indústria de animação brasileira um mercado com alto potencial para se desenvolver. A produção de animação, através das mediações tecnológicas digitais e conectadas, superou com relativa facilidade os desafios impostos pela pandemia de 2020 em todo o mundo e a tendência para os próximos anos é de um mercado bastante aquecido, impulsionado pelas medidas de isolamento social, que aumentaram o consumo e, por consequência, a demanda de conteúdo audiovisual (via televisão aberta, televisão fechada, canais da internet e *streaming*). Cabe ressaltar, que ainda antes da pandemia, com o crescimento e a consolidação do segmento de *VoD*, o setor de produção audiovisual já dava sinais de expansão. As companhias de *video on demand* como Netflix, *Amazon Prime*, *Hulu* e *Disney+*, têm poderio econômico e de distribuição, mas necessitam da produção de muito conteúdo e conteúdo original, como *Klaus* (2019), do espanhol Sergio Pablo. Uma vez que as produções de imagem real enfrentam dificuldades de execução por conta do isolamento imposto para conter o surto de covid-19, a animação tornou-se a principal alternativa para a realização de projetos audiovisuais ao longo de 2020 e 2021. Portanto, Torresan Jr. comenta que as demandas para o mercado de animação nos próximos anos serão extraordinárias e haverá espaço para profissionais de todos os lugares do mundo:

o *streaming* mudou completamente a forma como se pensa em filme. Não se pensa mais em longa, se pensa em seriados. Eles não querem comprar um longa-metragem, eles querem comprar quinze longas-metragens! Então você tem que ter história pra caramba pra fazer, né. [...] o que eu vejo com isso é que as possibilidades aumentaram (Informação verbal)²³⁶.

Mesmo ante um cenário no qual as produções animadas receberam um maior reconhecimento frente suas viabilidades diante a pandemia, ainda é cedo para dizer quais serão as novas interfaces deste mercado. A pandemia forçou a instalação provisória de um modelo totalmente remoto de trabalho, mas a expectativa é que esse modelo evolua para um sistema híbrido, com a expansão do trabalho remoto para mais setores além dos tradicionalmente “braçais”, mas com a convocação esporádica destes profissionais para encontros presenciais, onde se discutiriam decisões criativas e de produção. O importante, independente do modelo adotado, é buscar reestabelecer as construções coletivas, fundamentais para o desenvolvimento do setor. Paulo Muppet comenta que para evoluir no sentido das construções coletivas e voltar a consolidar as produções de animação no Brasil, é preciso criar o melhor ambiente de trabalho possível para as pessoas. Muppet, no entanto, não se refere aos ambientes “maneiros” da ludopolítica, utilizados como isca para os jovens profissionais criativos. Para o diretor, é preciso

²³⁶ Fala de Ennio Torresan Jr., em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 23 jan. 2021.

“pensar o estúdio em volta das pessoas e não em volta dos projetos. Isso é muito difícil, mas talvez seja um dos caminhos para evitar o êxodo” (Informação verbal)²³⁷.

²³⁷ Fala de Paulo Manuel de Souza, em entrevista concedida via *Skype* ao pesquisador em 01 fev. 2021.

REFERÊNCIAS

- 2001: UMA odisséia no espaço (2001: A space odyssey). Direção de Stanley Kubrik. EUA/Reino Unido: Stanley Kubrik Produções, 1968. 1 DVD (149 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0062622/>. Acesso em: 04 jan. 2021.
- A COREIA do Sul de Jurassic Park ao Oscar de Parasita. **Disparada**, [s. l.], fev. 2020. Disponível em: <https://portaldisparada.com.br/cultura-e-ideologia/coreia-parasita-oscar-bong-joon-ho/>. Acesso em: 17 fev. 2020.
- A DESCOBERTA do stop motion. **A Origem dos Frames - Blogspot**, [s. l.], 11 ago. 2013. Disponível em: <http://aorigemdosframes.blogspot.com/2013/08/a-descoberta-do-stop-motion.html>. Acesso em: 21 abr. 2020.
- ANCINE publica Relatório de Gestão de 2018. **Agência Nacional do Cinema - ANCINE**, Brasília, Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/ancine-publica-relat-rio-de-gest-o-de-2018>. Acesso em: 07 jan. 2020.
- ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2018.
- APESAR de esperado, “Turma da Mônica – Laços” é ultrapassado em estreia. **Veja**, [s. l.], 01 jul. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/apesar-de-esperado-turma-da-monica-lacos-e-ultrapassado-em-estreia/>. Acesso em: 04 jul. 2019.
- A PRINCESA Mononoke (Mononoke-hime). Direção de Hayao Miyazaki. Japão: Toshio Suzuki, 1997. 1 filme (134 min.) [Plataforma de Streaming – Netflix]. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/28630857?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C8b8a7424fbbdb34062ed768fe1de566e0a7ad576%3A3044ec68b03a7ee3a3ce5fd2375df3b2d47fa408%2C8b8a7424fbbdb34062ed768fe1de566e0a7ad576%3A3044ec68b03a7ee3a3ce5fd2375df3b2d47fa408%2C%2C>. Acesso em: 17 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0119698/>. Acesso em: 17 jan. 2021.
- AS AVENTURAS de André e Wally B. (The Adventures of Andre & Wally B.). Direção de Alvy Ray Smith. EUA: Lucasfilm, 1984. 1 DVD (2 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0086855/>. Acesso em: 04 jan. 2021.
- ARAÚJO, Luiz César G. **Gestão de Pessoas – Estratégias e Integração Organizacional**. São Paulo: Atlas, 2006.
- ARNAUD JANVIER. [Site Institucional]. Disponível em: <https://arnaudjanvier.com/work>. Acesso em: 14 fev. 2020.
- AS PERIPÉCIAS do ratinho detetive (The Great Mouse Detective). Direção de Ron Clements, Burny Mattinson, David Michener e John Musker. EUA: Walt Disney Pictures, 1986. 1 filme (74 min.) [Plataforma de Streaming – Disney +]. Disponível em: <https://www.disneyplus.com/pt-br/movies/as-peripicias-do-ratinho-detetive/6IKL5oydEZzl>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0091149/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE OBRAS AUDIOVISUAIS; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Mapeamento e impacto econômico do setor audiovisual no Brasil 2016**: resumo executivo. [S. l.]: APRO, SEBRAE, FDC, 2016. Disponível em: <http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/mapeamento.pdf>. Acesso em: 27 mai. 2020.

ATÉ que a Sbornia nos Separe. Direção de Otto Guerra e Ennio Torresan. Brasil: Otto Desenhos Animados, 2013. 1 DVD (93 min.). <https://www.imdb.com/title/tt2322316/>. Acesso em: 07 fev. 2021.

ATUALIZAÇÃO: Informe ao Mercado Audiovisual. **Agência Nacional do Cinema - ANCINE**, Brasília, 01 abr. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/atualizacao-informe-ao-mercado-audiovisual>. Acesso em: 08 abr. 2019.

AVATAR. Direção de James Cameron. EUA: 20th Century Studios, 2009. 1 filme (162 min.) [Cinema]. <https://www.imdb.com/title/tt0499549/>. Acesso em: 09 fev. 2021.

AVATAR sequels: New Zealand scores three-movie deal worth NZ\$500m. **The Guardian**, 2013. Disponível em: <https://www.theguardian.com/film/2013/dec/16/avatar-nz-scores-three-movies>. Acesso em: 19 fev. 2020.

A VIAGEM de Chiriro (Sen to Chihiro no kamikakushi). Direção de Hayao Miyazaki. Japão: Studio Ghibli, 2001. 1 filme (125 min.) [Plataforma de Streaming – Netflix]. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/60023642?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C7a019d1b066c5a34a5c539a3de09b48de7de719e%3Afa4d5437bb6fa032b070498f38c1b1fc708ff783%2C7a019d1b066c5a34a5c539a3de09b48de7de719e%3Afa4d5437bb6fa032b070498f38c1b1fc708ff783%2C%2C>. Acesso em: 17 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0245429/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

BASTOS, Ercília. O que é o offshoring?. **Portal Gestão**, [s. l.], 07 jan. 2015. Disponível em: <https://www.portal-gestao.com/artigos/7587-o-que-%C3%A9-o-offshoring.html>. Acesso em: 20 jan. 2021.

BEE MOVIE: A história de uma abelha (Bee Movie). Direção de Steve Hickner e Simon J. Smith. EUA: DreamWorks Animation, 2007. 1 DVD (91 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0389790/>. Acesso em 04 jan. 2021.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: A Comunicação dos Marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação**: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

_____. QUIRINO, Newton de Oliveira. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus, 1986.

BECK, Jerry. **Animation Art**: from pencil to pixel, the history of cartoon, anime & CGI. London: Flame Tree Publishing, 2004.

BERGFELD, Kenneth; BERGFELD, Mark. Desenhos animados e luta de classes. **Revista Movimento**, [s. l.], 05 dez. 2017. Disponível em: <https://movimentorevista.com.br/2017/12/desenhos-animados-e-luta-de-classes-disney-greve/>. Acesso em: 02 jan. 2021.

BEZERRA, Juliana. Fordismo. **Toda Matéria**, [s. l.], 24 jul. 2020. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/fordismo/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

BLOOMBERG. Pandemia aquece mercado de séries e filmes de animação para TV. **MoneyTimes**, [s. l.], 23 mai. 2020. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/pandemia-aquece-mercado-de-series-e-filmes-de-animacao-para-tv/>. Acesso em: 23 mai. 2020.

BRANCA de Neve e os sete anões (Snow White and the seven dwarfs). Direção de David Hand. EUA: Walt Disney Animation Studios, 1937. 1 filme (83 min.) [Plataforma de Streaming – Disney +]. Disponível em: <https://www.disneyplus.com/pt-br/movies/branca-de-neve-e-os-sete-anoes/7X592hsrOB4X>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0029583/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

BRANDÃO, Carlos. **Repensando a Pesquisa Participante**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.

BRANDÃO, Jonas. **Split: Caminhos para a Produção de Séries**. [S. l.]: Apresentação, 2017.

BRASIL fecha 2017 com recorde de lançamentos de filmes nacionais. **Agência Nacional do Cinema - ANCINE**, Brasília, 29 jan. 2018. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/brasil-fecha-2017-com-recorde-de-lan-amentos-de-filmes-nacionais>. Acesso em: 03 mai. 2020.

BRITZ, Iafa; BRAGA, Rodrigo S.; LUCA, Luiz G. A. **Film Business\$: O Negócio do Cinema**. Rio de Janeiro: Elsevierer, 2010.

BULUT, Ergin. **A precarious game: The illusion of dream jobs in the video game industry**. Ithaca, NY: ILR Press, 2020.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **In-house**. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/in-house>. Acesso em: 13 abr. 2020.

CAMPOS, Jhonas. Qual a diferença entre série e seriado?. **Tommo**, [s. l.], 23 mai. 2018. Disponível em: <https://tommo.ricmais.com.br/series/diferenca-serie-seriado/>. Acesso em: 04 mar. 2021.

CARLOTA Joaquina, Princesa do Brasil. Direção de Carla Camurati. Brasil: Copacabana Filmes e Produções, 1995. 1 DVD (100 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0109380/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

CARNEIRO, Gabriel; SILVA, Paulo Henrique. **Animação Brasileira: 100 filmes essenciais**. Belo Horizonte: Letramento, 2018.

CASSIOPEIA. Direção de Clóvis Vieira. Brasil: NDR Filmes e Produções, 1996. 1 DVD (80 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0136748/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a Sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

_____. **A Sociedade em Rede**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTELLS, Manuel. Conheça Manuel Castells. **Fronteiras do Pensamento**, [s. l.], 08 jun. 2013. Disponível em: <https://www.frenteiras.com/noticias/conheca-manuel-castells>. Acesso em: 15 jan. 2020.

CATMULL, Ed. **Criatividade S.A.**: Superando as forças invisíveis que ficam no caminho da verdadeira inspiração. 1. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2014.

CATS. Direção de Tom Hooper. EUA/Reino Unido: Working Title Films, Amblin Entertainment, 2019. 1 filme (109 min.) [Plataforma de Streaming – NOW]. Disponível em: <https://www.nowonline.com.br/filme/cats/1401003>. Acesso em: 20 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt5697572/>. Acesso em: 20 jan. 2021.

CINEMA brasileiro superou expectativas e apresentou resultados positivos em 2019. **Agência Nacional do Cinema - ANCINE**, Brasília, 08 jan. 2020. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/cinema-brasileiro-superou-expectativas-e-apresentou-resultados-positivos-em-2019>. Acesso em: 03 mai. 2020.

COMPUTER GRAPHICS ANIMATION SCHOOL. **MoPA – the school**. Disponível em: <http://www.ecole-mopa.fr/en/mopa-animation-school/>. Acesso em: 08 mar. 2020.

CONCEITO DE. **Curta-metragem**. Disponível em: <https://conceito.de/curta-metragem>. Acesso em: 18 jan. 2020.

CONFISCO da Poupança: o que aconteceu em março de 1990. **Rede Jornal Contábil**, [s. l.], 30 mar. 2020. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/confisco-da-poupanca-o-que-aconteceu-em-marco-de-1990/>. Acesso em: 05 jan. 2021.

CORREIA, Donny. ‘Soft Power’ da cultura também é arma de países colonizados, diz autor. **Folha de São Paulo**, [s. l.], 20 mai. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2018/05/soft-power-da-cultura-tambem-e-arma-de-paises-colonizados-diz-autor.shtml>. Acesso em: 29 out. 2020.

D23 - THE OFFICIAL DISNEY FAN CLUB. **Nine old men**. Disponível em: <https://d23.com/a-to-z/nine-old-men/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

DEITCH, Gene. The Early Days at UPA. **Animation World Network**, Van Nuys, CA, 12 jun. 2002. Disponível em: <https://www.awn.com/animationworld/early-days-upa>. Acesso em: 08 mar. 2020.

DERTOUZOS, Michael L. **The Unfinished Revolution**. New York: HarperCollins, 2001.

DEUZE, Mark. **Liquid Life, convergence culture, and media work**. Bloomington, IN: Indiana University, 2006.

_____. **Media Work**: Digital media and society series. Cambridge: Polity Press, 2007.

DIAS, Mariana. Turnover: o que é, como calcular e qual o impacto na empresa. **Gupy**, [s. l.], 27 ago. 2018. Disponível em: <https://www.gupy.io/blog/turnover>. Acesso em: 21 abr. 2020.

DIAS, Tiago. Primeira animação brasileira completa cem anos (mas ninguém viu). **Uol**, São Paulo, 17 fev. 2017. Disponível em: <https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2017/02/17/primeira-animacao-brasileira-completa-100-anos-sem-ninguem-ter-assistido.htm>. Acesso em: 29 jun. 2019.

DICIONÁRIO FINANCEIRO. **Benchmarking**. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/benchmarking/>. Acesso em: 26 jun. 2019.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

EDUCALINGO. **Longa-metragem**. Disponível em: <https://educalingo.com/pt/dic-pt/longa-metragem>. Acesso em: 18 jan. 2020.

ENGLER, Robi. **Atelier de cinéma d'animation**: du mouvement à l'émouvment. Paris: FAVRE, 1982.

EQUIPE MONITORA. Afinal, qual é a diferença entre outsourcing e terceirização?. **Monitora**, [s. l.], 04 set. 2017. Disponível em: <https://www.monitoretec.com.br/blog/afinal-qual-e-a-diferenca-entre-outsourcing-e-terceirizacao/>. Acesso em: 15 nov. 2019.

ETZKOWITZ, Henry. **Hélice Triplice**: Universidade-Indústria-Governo: inovação em movimento. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2013.

FANJUL, Sergio C. O 'home office' pode acabar com a inteligência coletiva?. **El País**, [s. l.], 07 jan. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/economia/2021-01-07/o-home-office-pode-acabar-com-a-inteligencia-coletiva.html>. Acesso em: 09 jan. 2021.

FANTASMAGORIE Émile Cohl, 1908. [S. l.: s. n.], 2010. 1 vídeo (1 min. e 51 s.). Publicado pelo canal phantascience. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o1d28X0lkJ4>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0000682/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

FISCHER, André Luiz. Um resgate conceitual e histórico dos modelos de gestão de pessoas. In: FLEURY, Maria Tereza Leme (org.). **As pessoas na organização**. São Paulo: Editora Gente, 2002.

FLORIDA, Richard. **A Ascensão da Classe Criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

FROZEN II. Direção de Chris Buck e Jennifer Lee. EUA: Walt Disney Animation Studios, 2019. 1 filme (103 min.) [Cinema]. <https://www.imdb.com/title/tt4520988/>. Acesso em: 22 jan. 2021.

FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL. **Introdução**. Disponível em: <https://fsa.ancine.gov.br/?q=o-que-e-fsa/introducao>. Acesso em: 11 jan. 2020.

FURTADO, Renato. Retrospectiva 2018: Conheça os 10 campeões de bilheteria no Brasil. **Adoro Cinema**, [s. l.], 03 jan. 2019. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/slideshows/filmes/slideshow-145446/#page=11>. Acesso em: 01 jul. 2019.

GERBASE, Carlos. **Cinema: Primeiro filme - descobrindo, fazendo, pensando**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2012.

GERTIE, o dinossauro (The Trained Dinossaur). Direção de Winsor McCay. EUA: McCay, Vitagraph Company of America, 1914. 1 vídeo (13 min.). Postado pelo canal Change Before Going Productions. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TGXC8gXOPoU>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0004008/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

GIANNINI, Alessandro. Primeiro desenho animado do país, 'Kaiser' completa 100 anos. **O Globo**, [s. l.], 22 jan. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/primeiro-desenho-animado-do-pais-kaiser-completa-100-anos-20808056>. Acesso em: 15 nov. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDBERG, Matt. All Three AVATAR Sequels Will Be Filmed in New Zealand. **Collider**, [s. l.], 15 dez. 2013. Disponível em: <https://collider.com/avatar-sequels-new-zealand-filming/>. Acesso em: 18/02/2020.

GOMES, Débora. Veja o que é on demand e como esse mercado está nos impactando!. **Samba Tech**, [s. l.], 30 out. 2018. Disponível em: <https://sambatech.com/blog/insights/video-on-demand/>. Acesso em: 21 abr. 2020.

GONÇALVES, Júnior. Introdução à Computação Gráfica. **HyperBites**. Disponível em: <https://hiperbytes.com.br/geral/introducao-a-computacao-grafica/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

GONÇALVES, Márcio Souza. INNIS REVISITADO: epistemologia e delicadeza. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 29., 2020, Campo Grande, MS, **Anais Eletrônicos...** Campo Grande, MS: COMPÓS, 2020. p. 1-18.

GUERRA, Pedro. Hollywood e a Crise de 1929. **Medium**, [s. l.], 09 out. 2013. Disponível em: <https://medium.com/cinema-tv/hollywood-e-a-crise-de-1929-53783f15d7b4>. Acesso em: 25 abr. 2020.

GUIDA. Direção de Rosana Urbes. Brasil: Belisa Proença, 2014. 1 filme (12 min.) [Cinema]. <https://www.imdb.com/title/tt3839970/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

HAHN, Don. **The Alchemy of Animation: making an animated film in the modern age**. New York: Disney Editions, 2008.

HALL, Edward T. **A Dimensão Oculta**. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1986.

HAMANN, Renan. Existe diferença entre vídeo em streaming e on demand"? **TecMundo**, [s. l.], 12 dez. 2016. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/streaming/112641-existe-diferenca-entre-video-streaming-on-demand.htm>. Acesso em: 24 fev. 2020.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

_____. **Sociedade do cansaço**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

HISTÓRIA do Cinema de Animação – Importantes Invenções Técnicas (10ª Parte).

Animação S.A., [s. l.], 24 mai. 2015. Disponível em:

<http://animacaosa.blogspot.com/2015/05/historia-do-cinema-de-animacao.html>. Acesso em: 13 abr. 2020.

HOTEL Transilvânia 3: Férias monstruosas (Hotel Transylvania 3: Summer Vacation).

Direção de Genndy Tartakovsky. EUA/Canadá: Media Rights Capital, Rough Draft Korea, 2018. 1 filme (97 min.) [Cartoon Network]. <https://www.imdb.com/title/tt5220122/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

HUMOROUS Phases of Funny Faces. Direção de James Stuart Blackton. EUA: Vitagraph

Company of America, 1906. 1 vídeo (3 min. e 19 s.). Postado pelo canal Library of Congress. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wGh6maN4l2I>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0000554/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

INDÚSTRIA DA ANIMAÇÃO. Conheça os 12 Princípios da Animação. **Artgeist**, [s. l.], 22 mai. 2018. Disponível em: <https://artgeist.com.br/12-principios-da-animacao/>. Acesso em: 14 mar. 2020.

INNIS, Harold A. **Empire and Communications**. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

INNIS, Harold A. **The Bias of Communication**. 2. ed. Toronto: University of Toronto Press, 2008.

JENKINS, Henry. **Convergence culture: where the old and new media colide**. New York: New York University Press, 2006.

KENSKI, Vani Moreira. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação**. Campinas: Editora Papirus, 2012.

KLAUS. Direção de Sergio Pablo. Espanha/Reino Unido: The SPA Studios, Atresmedia Cine, 2019. 1 filme (96 min.) [Plataforma de Streaming – Netflix]. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/80183187?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C0838bae2e2dd6409cfd0fcb45fe074326732ccf2%3A19aea95bbd976d9d388ec24e68c45f0a286a1c90%2C0838bae2e2dd6409cfd0fcb45fe074326732ccf2%3A19aea95bbd976d9d388ec24e68c45f0a286a1c90%2C%2C>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt4729430/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

LITTLE Nemo. Direção de Winsor McCay. EUA: McCay, 1911. 1 vídeo (10 min. e 37 s.). Postado pelo canal silentfilmhouse. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=K8qow7jTyoM>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://filmow.com/little-nemo-t96257/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

LUCENA JR., Alberto. **Arte da animação: Técnica e estética através da história**. 3. ed. São Paulo: Editora Senac, 2011.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos: do operacional ao estratégico**. 3. ed. São Paulo: Futura, 2000.

MACHADO, Marta Corrêa. **Gestão de pessoas em estúdios de animação: Entendendo as pequenas empresas da indústria criativa brasileira**. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

_____ *et al.* **Pressbook do filme “Até que a Sbornia nos Separe”**, 2014.

MAGALHÃES, Marcos. Novos Caminhos Para a Animação Experimental. **Revista Filmecultura**, Rio de Janeiro, n. 54, p. 47-50, mai. 2011.

MALDONADO, Alberto Efendy. Práxis teórico/metodológica na pesquisa em comunicação: fundamentos, trilhas e saberes. *In*: _____. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. London: The MIT Press, 2000.

MAPEAMENTO DA ANIMAÇÃO NO BRASIL. [Site Institucional]. Disponível em: <http://mapeamentoanimacao.com.br/>. Acesso em: 12 jan. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1982.

MARQUES, Maria Luiza Dias de Almeida. **A transição do modo de produção analógico para o digital nas produtoras de animação publicitária: o impacto da tecnologia no cinema de animação**. 2014. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: A guerra global das mídias e das culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARTINS, Simone. Arte rupestre em Altamira, Espanha. **História das Artes**, [s. l.], 27 fev. 2015. Disponível em: <https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/arte-rupestre-em-altamira-espanha/>. Acesso em: 07 abr. 2020.

MEDEIROS, Jotabê. 2020, o ano em que tentaram matar o cinema brasileiro. **Omelete**, [s. l.], 24 dez. 2020. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/filmes/crise-cinema-brasileiro-2020-ancine>. Acesso em: 08 jan. 2021.

MENA, Isabela. Verbete Draft: o que é gig economy. **Draft**, [s. l.], 04 mai. 2016. Disponível em: <https://www.projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-gig-economy/>. Acesso em: 28 out. 2020.

MELLO, Kátia; TEIXEIRA, Lucas Borges. Descubra o que é revolução digital. **Forbes**, [s. l.], 20 dez. 2018. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2018/12/ descubra-o-que-e-a-revolucao-digital/>. Acesso em: 22 abr. 2020.

MENSAGEM Fim de Ano 2020 – clipe completo. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (2 min). Publicado pelo canal Globo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Rn0qGggTkWM>. Acesso em: 23 jan. 2021.

MIRACULOUS: As aventuras de *Ladybug* (Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir). Direção de Thomas Astruc. França: Morena Films, 2015. 111 episódios [Série exibida por Gloob]. <https://www.imdb.com/title/tt2580046/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

MOANA: Um mar de aventuras (Moana). Direção de Ron Clements e John Musker. EUA: Walt Disney Animation Studios, 2016. 1 filme (107 min.) [Plataforma de Streaming – Disney +]. Disponível em: <https://www.disneyplus.com/pt-br/movies/moana-um-mar-de-aventuras/70GoJHfIlgHH9>. Acesso em: 11 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt3521164/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

MONTEIRO, Thaís. Como o setor de animação foi impactado pela pandemia. **Meio&Mensagem**, [s. l.], 15 set. 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/09/15/como-o-setor-de-animacao-foi-impactado-pela-pandemia.html>. Acesso em: 02 dez. 2020.

MORAIS, Kátia. A Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil e o Lugar da TV. **Revista Eptic**, São Cristóvão, SE, v. 18, n. 2, p. 65-85, mai./ago. 2016.

MUNDO futuro: ano 2003, operação Terra (Futureworld). Direção de Richard T. Heffron. EUA: American International Pictures, Aubrey Company, 1976. 1 trecho (49 s.). Publicado pelo canal corvax79. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QfRAfsK5cvU>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0074559/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

MURARI, Lucas. A Retomada do Cinema Brasileiro. **Cineplayers**, [s. l.], 23 mai. 2007. Disponível em: <https://cineplayers.com/artigos/geral/retomada-cinema-brasileiro>. Acesso em: 11 jan. 2020.

NAKAMURA, Mario. A força econômica do audiovisual. **Meio&Mensagem**, [s. l.], 25 abr. 2019. Disponível em: <http://rio2c.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/04/25/a-forca-economica-do-audiovisual/>. Acesso em: 07 jan. 2020.

NÃO GOSTA de cinema nacional? Entenda o Cinema da Retomada. **Cinema em Cena**, [s. l.], 2011. Disponível em: <http://cinemaemcena.cartacapital.com.br/coluna/ler/764/nao-gosta-de-filme-nacional-entenda-o-cinema-da-retomada>. Acesso em: 26 fev. 2020.

NASSIF, Tamara. Na crise, animadores brasileiros sobrevivem graças à demanda internacional. **Veja**, [s. l.], 19 mai. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/na-crise-animadores-brasileiros-sobrevivem-gracas-a-demanda-internacional/>. Acesso em: 20 mai. 2020.

NEVES, Lucas. Pinóquio: A Magia da Câmera Multiplano na produção do clássico. **Camundongo**, [s. l.], 09 fev. 2017. Disponível em: <https://www.ocamundongo.com.br/pinoquio-camera-multiplano/>. Acesso em: 08 abr. 2020.

NOÇÕES básicas de Plano Cartesiano. **Blog Professor Ferretto**, [s. l.], 25 jul. 2018. Disponível em: <https://blog.professorferretto.com.br/noco-es-basicas-de-plano-cartesiano/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NESTERIUK, Sérgio. **Dramaturgia de Série de Animação**. São Paulo: AnimaTV, 2011.

NOGUEIRA, Amarildo de Souza. **Logística Empresarial: Um guia prático de operações logísticas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

NOVAK, Matt. That Time Animators Brought a Guillotine to the Disney Labor Strike in 1941. **GIZMODO**, [s. l.], 26 nov. 2019. Disponível em: <https://paleofuture.gizmodo.com/that-time-animators-brought-a-guillotine-to-the-disney-1839802702>. Acesso em: 17 dez. 2020.

O CALDEIRÃO mágico (The Black Cauldron). Direção de Ted Berman e Richard Rich. EUA: Walt Disney Pictures, 1985. 1 filme (80 min.) [Plataforma de Streaming – Disney +]. <https://www.disneyplus.com/pt-br/movies/o-caldeirao-magico/58hUfxGKzVno>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0088814/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

O CANTOR de jazz (The Jazz Singer). Direção de Alan Crosland. EUA: Warner Bros, 1927. 1 DVD (88 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0018037/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

O KAISER. Direção de Álvaro Marins (Seth). Brasil, 1917. [Filme perdido]. <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-257387/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

O MÁGICO de Oz (The Wizard of Oz). Direção de Victor Fleming. EUA: Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), 1939. 1 DVD (102 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0032138/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

O MENINO e o mundo. Direção de Alê Abreu. Brasil: Filme de Papel, 2013. 1 filme (80 min.) [Cinema]. <https://www.imdb.com/title/tt3183630/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

O PATO Donald – série animada (Donald Duck Series), primeira temporada. Direção de Ben Sharpsteen. EUA: Walt Disney Studios, 1937. 1 DVD.
<https://www.imdb.com/title/tt0028796/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

O PREDADOR (The Predator). Direção de Shane Black. EUA: Canada Film Capital, 2018. 1 filme (107 min.) [Cinema]. <https://www.imdb.com/title/tt3829266/>. Acesso em: 07 fev. 2021.

ORELLANA, Carlos. Resenha do Livro Vida Digital de Nicholas Negroponte. **Academia**, [s. l.], jun. 2006. Disponível em:
https://www.academia.edu/32078298/Resenha_do_Livro_Vida_Digital_de_Nicholas_Negroponte. Acesso em: 15 jan. 2020.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

O VAPOR Willie (Steamboat Willie). Direção de Ub Iwerks e Walt Disney. EUA: Walt Disney Animation Studios, Walt Disney Productions, 1928. 1 filme (8 min.) [Plataforma de Streaming – Disney +]. Disponível em: <https://www.disneyplus.com/pt-br/movies/o-vapor-willie/1Lh1k4ammOG5>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0019422/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

PAPAYA Bull. Direção de Fernando Finamore e Rodrigo Eller. Brasil: Boutique Filmes, NBC Universal International, 2017. 26 episódios [Série exibida por Nickelodeon]. <https://www.imdb.com/title/tt10004066/>. Acesso em: 08 fev. 2021.

PINÓQUIO (Pinocchio). Direção de Norman Ferguson. EUA: Walt Disney Animation Studios, Walt Disney Productions, 1940. 1 DVD (88 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0032910/>. Acesso em: 10 jan. 2021.

POKÉMON. [Site institucional]. Disponível em: <https://www.pokemon.com/br/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

PRIMEIRO FILME. **Noções básicas da estrutura de um filme**. Disponível em:
<https://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/noco-es-basicas-da-estrutura-de-um-filme/>. Acesso em: 26 nov. 2020.

PROCURANDO Nemo (Finding Nemo). Direção de Andrew Stanton. EUA: Pixar Animation Studios, 2003. 1 DVD (100 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0266543/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

POR CAUSA da pandemia, Globo utiliza animação digital para vinheta de fim de ano. **IstoÉ Gente**, [s. l.], 01 dez. 2020. Disponível em: <https://istoe.com.br/por-causa-da-pandemia-globo-utiliza-animacao-digital-para-vinheta-de-fim-de-ano/>. Acesso em: 02 dez. 2020.

PRODANOV, Cleber. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Leonardo Freitas. **A jornada do Boom da animação brasileira através das vozes dos profissionais integrados ao Campo da Animação e indústria de animação brasileira**. 2018. Tese (Doutorado em Design) - Pontífca Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

RODRÍGUEZ, Andrés. O pai de Mickey visitou a América Latina em busca de ideias durante a Segunda Guerra Mundial. **El País**, Madri, 10 abr. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/07/cultura/1460044858_011138.html. Acesso em: 14 dez. 2020.

SÁ, Fernanda Pires de. **Carlos A. Scolari: ecologia dos meios de comunicação, alfabetização transmídia e redesign das interfaces**. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 129-139, set./dez., 2018.

SAVAGE, Mark. Hanna Barbera's golden age of animation. **BBC News**, [s. l.], 19 dez. 2006. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6193603.stm>. Acesso em: 05 jan. 2021.

SCHNEIDER, Carla. **Decifrando a Caixa Preta do Cinema de Animação**. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

SCOLARI, Carlos. **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Gedisa, 2015.

_____. Nuevas interfaces para um mundo pospandemia. **Hipermediaciones**, [s. l.], 08 ago. 2020. Disponível em: <https://hipermediaciones.com/2020/08/08/las-nuevas-interfaces-pospandemia/>. Acesso em: 18 nov. 2020.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

SHAZAM!. Direção de David F. Sandberg. EUA: DC Comics, DC Entertainment, Warner Bros, 2019. 1 filme (132 min.) [Cinema]. <https://www.imdb.com/title/tt0448115/>. Acesso em: 07 fev. 2021.

SIGNIFICADOS. **Mainstream**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/mainstream/>. Acesso em: 25 jan. 2021.

SIGNIFICADOS. **Underground**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/underground/>. Acesso em: 18 jan. 2020.

SILVA, João Guilherme Barone Reis. **Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos & institucionais do cinema brasileiro na década de 1990**. 2005. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontífca Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

SINFONIA Amazônica. Direção de Anélio Latini. Brasil: Latini Estúdio, 1951. 1 filme (63 min.). Postado pelo canal História do Cinema Brasileiro. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=zJ3R0syPni0>. Acesso em: 17 jan. 2021.
<https://www.imdb.com/title/tt0190006/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

SINFONIAS Tolas (SILLY SIMPHONIES). Direção de Walt Disney. EUA: Walt Disney Productions, 1929. 75 vídeos [DVD]. <https://www.imdb.com/list/ls059249081/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

SÓ HISTÓRIA. **Guerra Fria**. Disponível em: <https://www.sohistoria.com.br/ef2/guerrafria/>. Acesso em 17 jan. 2021.

SPEED Racer (Mahha GoGoGo). Direção de Tatsuo Yoshida. Japão: Tatsunoko Production, Yomiko Advertising, 1967. 52 episódios [Série exibida por Cartoon Network]. <https://www.imdb.com/title/tt0061300>. Acesso em: 11 jan. 2021.

SPIRIT: O corcel indomável (Spirit: Stallion of the Cimarron). Direção de Kelly Asbury e Lorna Cook. EUA: DreamWorks Animation, DreamWorks Pictures, 2002. 1 DVD (83 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0166813/>. Acesso em: 11 jan. 2021.

SUBTIL, Filipa. Harold Innis é traduzido para o Português. **Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 36, n. 1, p. 306, jun. 2013. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-58442013000100016. Acesso em: 17 fev. 2021.

TARTAGLIONE, Nancy. 2020 Worldwide Box Office Slumps 71% To \$12.4B Amid Covid Impact: Strength Of International, Piracy Concerns & Hope Dominate 2021 Chatter – Global Studio Rankings Chart. **Deadline**, [s. l.], 06 jan. 2021. Disponível em: <https://deadline.com/2021/01/hollywood-movie-studio-global-rankings-2020-global-international-box-office-analysis-2021-outlook-1234665561/>. Acesso em: 08 jan. 2021.

TAVARES, Ingrid. Uma breve história do cinema. **Super Interessante**, [s. l.], 22 jan. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/cultura/a-historia-do-cinema/>. Acesso em: 13 jan. 2020.

TEIXEIRA, Elisabeth. **As três metodologias: acadêmica, da ciência e da pesquisa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

THE BLACKLIST Season 7 Finale Gets Animated Due to COVID-19 - Official Clip. [s. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (52s). Publicado pelo canal IGN. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=O0nF4njky94>. Acesso em: 03 dez. 2020.

THINKERS 50. **Richard Florida**. Disponível em: <https://thinkers50.com/biographies/richard-florida/>. Acesso em: 17 fev. 2021.

THOMAS, Frank; JOHNSTON, Ollie. **The Illusion of Life**: Disney animation. New York: Disney Editions, 1981.

TOWNSEND, Anthony M. An Exploratory Study of Administrative Workers in the Arts. **Public Personnel Management**, California, v. 29, n. 3., p. 423-434, 2000.

TOY STORY. Direção de John Lasseter. EUA: Pixar Animation Studios, 1995. 1 filme (81 min.) [Plataforma de Streaming – Disney +]. Disponível em: <https://www.disneyplus.com/pt->

br/movies/toy-story/1Ye1nzUgtF7d. Acesso em: 04 jan. 2021.
<https://www.imdb.com/title/tt0114709/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

TRABALHO precário na indústria de games: entrevista com Ergin Bulut. **Digilabour**, [s. l.], 10 mai. 2020. Disponível em: <https://digilabour.com.br/2020/05/10/trabalho-precario-na-industria-de-games-entrevista-com-ergin-bulut/>. Acesso em: 25 out. 2020.

TRABALHO uberizado e capitalismo virótico: entrevista com Ricardo Antunes. **Digilabour**, [s. l.], 14 jun. 2020. Disponível em: <https://digilabour.com.br/2020/06/14/trabalho-uberizado-e-capitalismo-virotico-entrevista-com-ricardo-antunes/>. Acesso em: 24 out. 2020.

UMA História de Amor e Fúria. Direção de Luiz Bolognesi. Brasil: Buriti Filmes, Gullane, Cinemation Studios, Lighstar Studios, 2012. 1 filme (74 min.) [Plataforma de Streaming – NOW]. Disponível em: <https://www.nowonline.com.br/filme/uma-historia-de-amor-e-furia/256624>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt2231208/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

VIAGEM à Lua (Le voyage dans la lune). Direção de George Méliès. França: Star-Film, 1902. 1 vídeo (12 min. e 51 s.). Postado pelo canal Clássicos do terror. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HR56IoAfsOM>. Acesso em: 04 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0000417/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

VIDA de Inseto (A Bug's Life). Direção de John Lasseter. EUA: Pixar Animation Studios, 1998. 1 DVD (95 min.). <https://www.imdb.com/title/tt0120623/>. Acesso em: 04 jan. 2021.

VINGADORES: Ultimato (Avengers: Endgame). Direção de Anthony Russo e Joe Russo. EUA: Marvel Studios, 2019. 1 filme (181 min.) [Cinema]. <https://www.imdb.com/title/tt4154796/>. Acesso em: 22 jan. 2021.

VOCÊ já foi à Bahia? (The Three Caballeros). Direção de Norman Ferguson. EUA: Walt Disney Productions, 1944. 1 filme (71 min.) [Plataforma de Streaming - Disney +]. Disponível em: <https://www.disneyplus.com/pt-br/movies/voce-ja-foi-a-bahia/6WyetrsbzAf6>. Acesso em: 17 jan. 2021. <https://www.imdb.com/title/tt0038166/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

WEINBERG, David. **A Nova Desordem Digital**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

WIKIPÉDIA. **Animatrônica**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Animatr%C3%B4nica>. Acesso em: 21 abr. 2020.

WIKIPÉDIA. **Freelancer**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Freelancer>. Acesso em: 11 abr. 2020.

WIKIPÉDIA. **Intermitentes do espetáculo**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Intermitentes_do_espet%C3%A1culo. Acesso em: 14 fev. 2020.

WIKIPÉDIA. **Política Nacional de Informática**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_Nacional_de_Inform%C3%A1tica. Acesso em: 05 jan. 2021.

WIKIPÉDIA. **Tablete gráfico**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Tablete_gr%C3%A1fico. Acesso em: 14 abr. 2020.

WIKIPÉDIA. **Technicolor**. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Technicolor>. Acesso em: 25 fev. 2021.

WIKIPÉDIA. **Wire-frame model**. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Wire-frame_model. Acesso em: 25 fev. 2021.

WIKIPÉDIA. **Zé Carioca**. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Z%C3%A9_Carioca. Acesso em: 14 dez. 2020.

WINDER, Catherine; DOWLATABADI, Zahra. **Producing Animation**. 2. ed. Waltham: Elsevier, 2011.

YOON, Hyejin. **The animation industry: technological changes, production challenges, and global shifts**. 2008. Tese (Doutorado em Filosofia) - Universidade do Estado de Ohio, Ohio, EUA, 2008.

ZAHED, Ramin. **The Art of Dreamworks Animation**. New York: Abrams, 2014.

ZENHA, Guilherme Fiúza. **Guia de Elaboração de Projetos Audiovisuais: Leis de incentivo e fundos de financiamento**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016.

ZILIO, Paulo Ricardo. **Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2013.

Resumo dos dados pessoais

Fabiano Leandro Pandolfi é graduado em Arquitetura e Urbanismo (UFRGS), pós-graduado em Cinema Expandido (PUC-RS) e mestrando em Comunicação Social (PUC-RS). Atua profissionalmente com produção de desenhos animados há mais de vinte anos, nos papéis de Animador, Coordenador de *Layout*, Diretor de Animação e Diretor. Foi diretor de animação da segunda temporada da série *Dino Aventuras* para a Disney, da primeira temporada da série *Tainá e os Guardiões da Amazônia* para a Nickelodeon, da primeira temporada da série *Viola e Tambor* para a Disney Jr., do longa-metragem *Até que a Sbórnia nos Separe* para a Otto Desenhos Animados e do curta-metragem *Castillo y el Armado*, que esteve entre os finalistas para as cinco vagas de melhor curta animado do OSCAR 2016. Paralelamente, ministrou aulas no curso de graduação em Jogos Digitais e Comunicação Social da Universidade Feevale. Em 2020, estreou como Diretor da série *Angry Birds: Bubble Trouble* para a Rovio, e do curta-metragem *Boy in the Woods*, parceria da Hype.cg com a Fábrica do Futuro. Atualmente, é Diretor da série pré-escolar *Turma da Mônica, vamos brincar!* junto à Maurício de Souza Produções.

Currículo Lattes pode ser acessado em: <http://lattes.cnpq.br/4903031485502167>

ANEXOS

ANEXO 1: QUESTIONÁRIO *ONLINE*

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

POR GENTILEZA, LEIA ANTES DE INICIAR

Por favor, leia e, se achar adequado, manifeste o seu consentimento para participar desta pesquisa antes de iniciar, selecionando a opção “DECLARO QUE LIE CONCORDO COM OS TERMOS ACIMA DESCRITOS.” apresentada ao final deste termo.

Por favor, se tiver qualquer dúvida antes, durante ou depois de sua participação, envie um e-mail para fabiano.atoon@gmail.com. Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS), Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucrs.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

CONSENTIMENTO PARA PARTICIPAÇÃO NA PESQUISA

Você está sendo convidado a participar de uma pesquisa de Mestrado, desenvolvida por Fabiano Leandro Pandolfi, denominada “Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”, do PPGCOM da Escola de Comunicação, Artes e Design FAMECOS, Laboratório de Pesquisas Audiovisuais, LaPav, PPGCOM- TECNA-PUCRS.

O objetivo deste estudo é entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

****Você deve LER AS INFORMAÇÕES ABAIXO e se você não entender ou tiver mais alguma dúvida pode entrar em contato pelo e-mail fabiano.atoon@gmail.com, antes de decidir se irá ou não participar:**

1. É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos: riscos mínimos;
2. Os benefícios que esperamos como estudo são ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.
3. Esta pesquisa é voluntária e você tem o direito de não responder qualquer item e também de interromper sua participação a qualquer momento por qualquer razão;
4. Você levará cerca de 10 minutos;
5. Você não receberá nenhuma recompensa por isso;
6. Nenhuma informação de identificação sobre você será incluída em publicações que possam resultar dessa pesquisa;
7. A coleta de informações para este projeto estará concluída em Janeiro de 2021 e todas as informações obtidas serão armazenadas de forma segura por um período de 03 anos após esta data ou até a conclusão do trabalho escrito;
8. Ao dar continuidade a esta pesquisa, você concorda que qualquer dúvida que você tinha foi adequadamente esclarecida e que você concorda em participar deste estudo.

DECLARO QUE LIE CONCORDO COM OS TERMOS ACIMA DESCRITOS.

NÃO ACEITO FAZER PARTE DESTA PESQUISA.

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

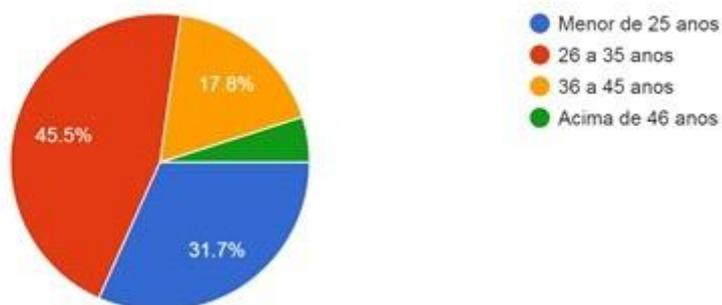
Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

1. Qual a sua idade?

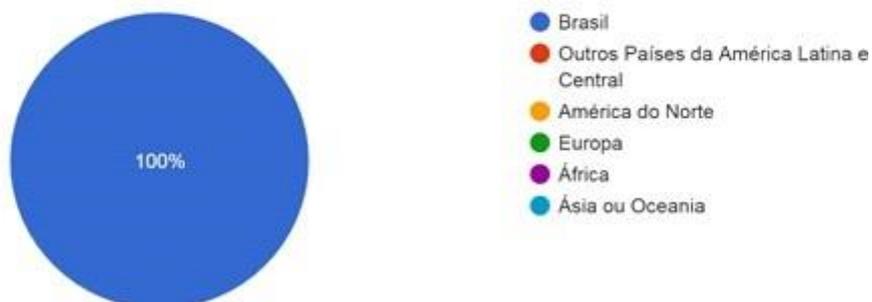
101 responses



Acima de 46 anos - 5%

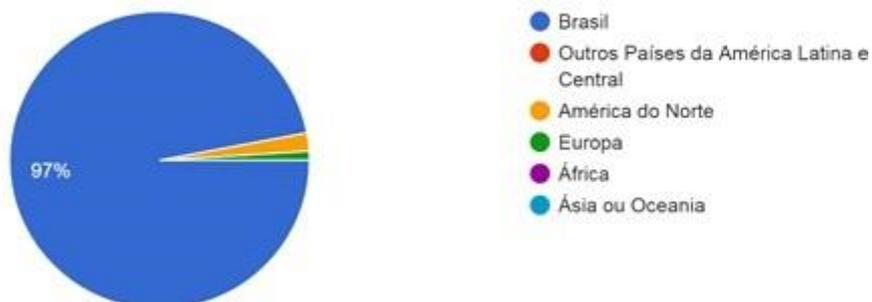
2. Em que região você nasceu?

101 responses



3. Em que região você reside atualmente?

101 responses



América do Norte - 2%

Europa - 1%

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

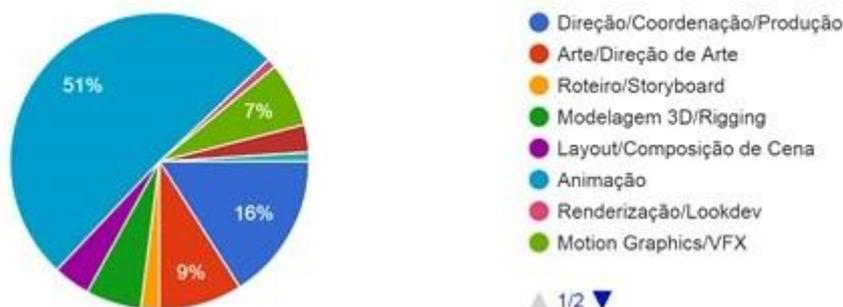
Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

4. Em que setor da produção de animação você atua majoritariamente?

100 responses



Direção/Coordenação/Produção – 16%

Arte/Direção de Arte – 9%

Roteiro/Storyboard – 2%

Modelagem 3D/Rigging – 6%

Layout/Composição de Cena – 4%

Animação – 51%

Renderização/Lookdev – 1%

Motion Graphics/VFX – 7%

Composição/Montagem – 3%

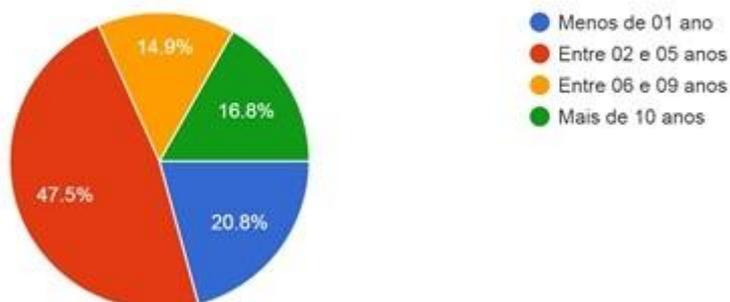
Trilha Sonora/Sound Effects – 0%

Atuação/Vozes – 0%

Outro setor – 1%

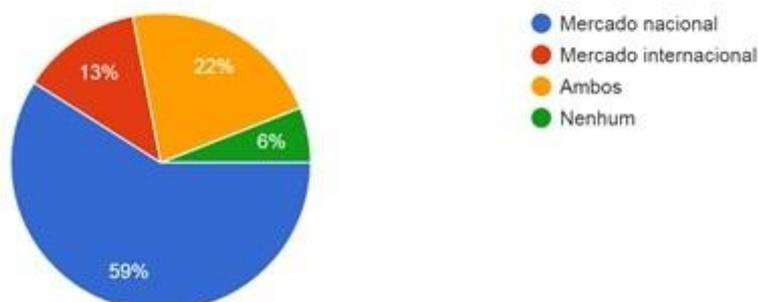
5. Há quanto tempo trabalha com produção de animação?

101 responses



6. Para qual mercado você trabalha na maior parte das vezes?

100 responses



PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

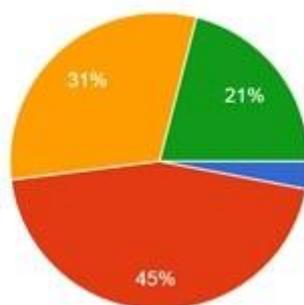
Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

7. Você faz trabalhos de forma remota?

100 responses

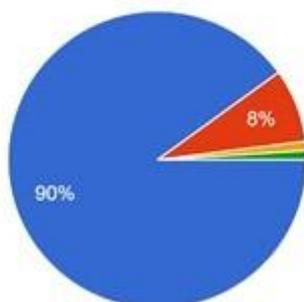


- Não.
- Sim, Já trabalhava com isso desde antes da pandemia de 2020 (Covid-19).
- Sim, Mas passei a trabalhar deste modo por conta da pandemia de 2020 (Covid-19).
- Adoto um estilo de trabalho híbrido (presencial e/ou remoto), dependendo das circunstâncias.

Não - 3%

8. Você utiliza tecnologias digitais e conexão de rede para realizar seus trabalhos?

100 responses



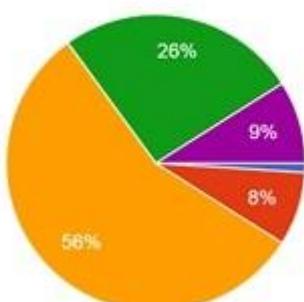
- Sim, sempre.
- Sim, na maioria das vezes.
- Sim, mas somente algumas vezes.
- Não.

Sim, mas somente algumas vezes - 1%

Não - 1%

11. Qual seu nível de satisfação com o mercado brasileiro de animação?

100 responses



- Muito alto
- Alto
- Razoável
- Baixo
- Muito baixo

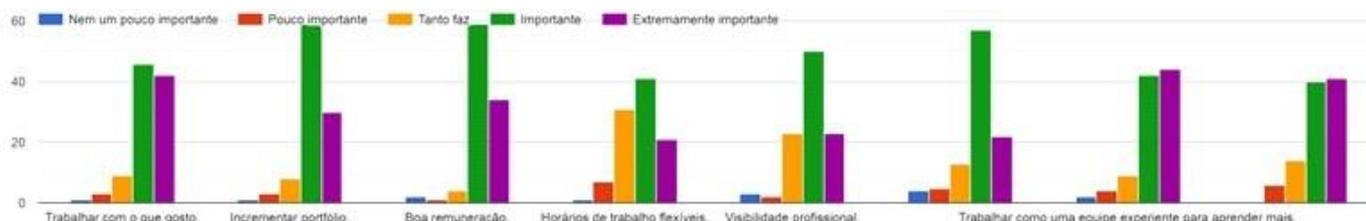
Muito Alto - 1%

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva
Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

9. Marque na escala abaixo, quais são suas prioridades ao participar de um projeto de animação:



1. Trabalhar com o que gosto.

Nem um pouco importante - 1
Pouco importante - 3
Tanto faz - 9
Importante - 46
Extremamente importante - 42

2. Incrementar portfólio.

Nem um pouco importante - 1
Pouco importante - 3
Tanto faz - 8
Importante - 59
Extremamente importante - 30

3. Boa remuneração.

Nem um pouco importante - 2
Pouco importante - 1
Tanto faz - 4
Importante - 59
Extremamente importante - 34

4. HORÁRIOS DE TRABALHO flexíveis.

Nem um pouco importante - 1
Pouco importante - 7
Tanto faz - 31
Importante - 41
Extremamente importante - 21

5. VISIBILIDADE profissional.

Nem um pouco importante - 3
Pouco importante - 2
Tanto faz - 23
Importante - 50
Extremamente importante - 23

6. Ambiente de trabalho divertido e inspirador.

Nem um pouco importante - 4
Pouco importante - 5
Tanto faz - 13
Importante - 57
Extremamente importante - 22

7. Trabalhar como uma equipe experiente para aprender mais.

Nem um pouco importante - 2
Pouco importante - 4
Tanto faz - 9
Importante - 42
Extremamente importante - 44

8. Trabalhar em projetos que tenham relevância para mim.

Nem um pouco importante - 0
Pouco importante - 6
Tanto faz - 14
Importante - 40
Extremamente importante - 41

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

10. Imagine que você foi convidado para participar do "projeto dos seus sonhos".
O que é imprescindível para você aceitar o trabalho?



1. Possibilidade de contribuir com ideias para o projeto.

Nem um pouco importante, abriria mão facilmente para fazer parte desse projeto. - 10
Isso é indiferente para mim, tanto faz. - 18
Abriria mão por conta dos demais benefícios. - 32
É importante, tentaria negociar. - 33
Isso é extremamente importante para mim, não participaria do projeto se este ponto não fosse atendido. - 07

2. Convivência com a família.

Nem um pouco importante, abriria mão facilmente para fazer parte desse projeto. - 6
Isso é indiferente para mim, tanto faz. - 11
Abriria mão por conta dos demais benefícios. - 19
É importante, tentaria negociar. - 42
Isso é extremamente importante para mim, não participaria do projeto se este ponto não fosse atendido. - 21

3. Trocas e aprendizado com profissionais mais experientes.

Nem um pouco importante, abriria mão facilmente para fazer parte desse projeto. - 0
Isso é indiferente para mim, tanto faz. - 3
Abriria mão por conta dos demais benefícios. - 16
É importante, tentaria negociar. - 46
Isso é extremamente importante para mim, não participaria do projeto se este ponto não fosse atendido. - 35

4. Remuneração compatível.

Nem um pouco importante, abriria mão facilmente para fazer parte desse projeto. - 0
Isso é indiferente para mim, tanto faz. - 0
Abriria mão por conta dos demais benefícios. - 13

4. Remuneração compatível (continuação).

É importante, tentaria negociar. - 53
Isso é extremamente importante para mim, não participaria do projeto se este ponto não fosse atendido. - 34

5. Promoção para um cargo mais alto.

Nem um pouco importante, abriria mão facilmente para fazer parte desse projeto. - 5
Isso é indiferente para mim, tanto faz. - 13
Abriria mão por conta dos demais benefícios. - 39
É importante, tentaria negociar. - 34
Isso é extremamente importante para mim, não participaria do projeto se este ponto não fosse atendido. - 9

6. Estabilidade a longo prazo.

Nem um pouco importante, abriria mão facilmente para fazer parte desse projeto. - 3
Isso é indiferente para mim, tanto faz. - 10
Abriria mão por conta dos demais benefícios. - 24
É importante, tentaria negociar. - 48
Isso é extremamente importante para mim, não participaria do projeto se este ponto não fosse atendido. - 15

7. Conduta ética e respeitosa por parte da equipe e dos meus superiores.

Nem um pouco importante, abriria mão facilmente para fazer parte desse projeto. - 1
Isso é indiferente para mim, tanto faz. - 1
Abriria mão por conta dos demais benefícios. - 2
É importante, tentaria negociar. - 15
Isso é extremamente importante para mim, não participaria do projeto se este ponto não fosse atendido. - 81

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva
Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

12. Qual sua percepção sobre o mercado de animação brasileiro?



Obs.: Para criar os percentuais para análise desta questão, subtraí o número de respostas “não sei opinar”, do total de respostas (101) e utilizei o resultado dessa subtração como valor global (100%) individualizado para cada item, gerando assim, um percentual preciso de cada questão.

1. Os projetos são interessantes.

Discordo Totalmente - 0
Discordo - 5
Mais ou menos - 30
Concordo - 45
Concordo totalmente - 19
Não sei opinar - 2

2. As equipes têm liberdade criativa.

Discordo Totalmente - 1
Discordo - 10
Mais ou menos - 44
Concordo - 32
Concordo totalmente - 7
Não sei opinar - 7

3. Os estudos adotam uma postura profissional.

Discordo Totalmente - 2
Discordo - 14
Mais ou menos - 36
Concordo - 35
Concordo totalmente - 6
Não sei opinar - 7

4. A jornada de trabalho é equilibrada.

Discordo Totalmente - 14
Discordo - 24
Mais ou menos - 40
Concordo - 14
Concordo totalmente - 2
Não sei opinar - 7

5. A remuneração é adequada.

Discordo Totalmente - 30
Discordo - 34
Mais ou menos - 27
Concordo - 4
Concordo totalmente - 1
Não sei opinar - 5

6. Possui estabilidade e benefícios profissionais.

Discordo Totalmente - 34
Discordo - 33
Mais ou menos - 19
Concordo - 8
Concordo totalmente - 1
Não sei opinar - 6

7. O mercado está muito bem, não há nada que precisa ser melhorado.

Discordo Totalmente - 73
Discordo - 22
Mais ou menos - 3
Concordo - 0
Concordo totalmente - 0
Não sei opinar - 3

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

13. Você espera permanecer trabalhando com animação nos próximos 5 anos?

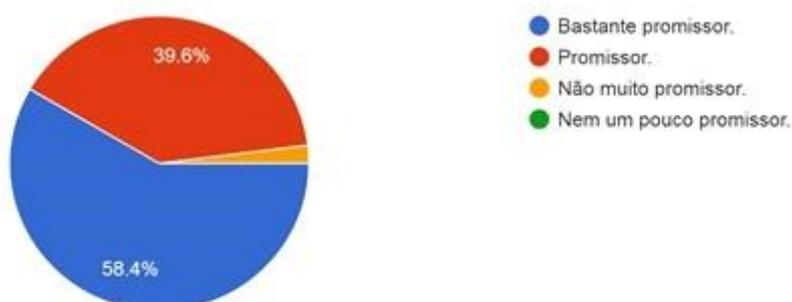
101 responses



Não - 1%

14. O que você espera do mercado internacional de animação para a próxima década?

101 responses

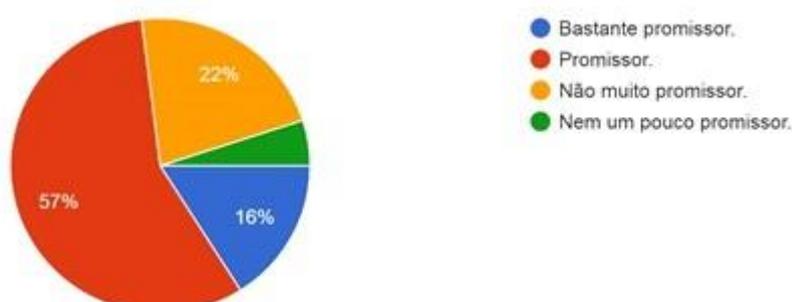


Não muito promissor - 2%

Nem um pouco promissor - 0%

15. E o que você espera do mercado brasileiro de animação para a próxima década?

100 responses



Nem um pouco promissor - 5%

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

16. Muito obrigado por responder ao questionário.

Por favor, utilize o espaço abaixo se quiser deixar algum comentário. (Opcional)

25 responses

1. Todo o setor audiovisual brasileiro depende de incentivos do governo. Enquanto esses incentivos estiverem reduzidos e praticamente cortados, não temos chance de nos colocar competitivamente no mercado internacional.

2. Existem muitos profissionais excelentes sendo formados no Brasil, tem sido realmente um berço de diversidade artística e criativa gigante. Mas o mercado não acolhe bem esses profissionais, se não adoecem depois de anos de trabalho excessivo e mal remunerado, tem quem calha de ter sorte de ir para o mercado internacional que oferece muito mais valorização e estrutura como colaborador, em vez de um empregado. Ainda que, claro, hajam várias exceções.

3. Muito boa sua pesquisa Fabiano! Tenho esperanças de que o nosso mercado volte a crescer como estava a uns anos, e que tenhamos condições melhores de remuneração. Um forte abraço e sucesso!

4. Com o crescimento da indústria de animação, é necessário que haja também uma formação acadêmica mais focada para essa profissão. Já existem alguns cursos, mas ainda estão muito distantes da realidade dessas carreiras, ou então, o conteúdo desses é muito fraco.

5. Minha preocupação com o mercado de animação é a elitização que é vigente atualmente, onde é muito difícil ter acesso a oportunidades se você não mora em grandes centros e não possui condições financeiras de pagar cursos bons. E os trabalhos de entrada são muito mal remunerados, quando comparados com outras profissões da área de criação e com o nível de estudo e dedicação necessários para conseguir ter um portfólio suficiente para pleitear essas vagas de entrada. Ainda por cima, o profissional leva muito tempo até se estabelecer e passar a receber valores realmente justos pelo seu trabalho.

6. Eu sempre fico na dúvida quando falamos de produção de animação nacional, se podemos de fato chamar de "nacional", pois em praticamente todos os projetos nacionais que trabalhei grande parte da produção, principalmente a animação, era terceirizada por profissionais de outros países, como exemplo comum, por indianos. Acredito que nos demais países, fora grandes estúdios, a produção sempre seja meio terceirizada globalmente, digo isso pois conheço vários colegas que trabalham pra fora remotamente. Sendo assim, sempre me pergunto se chamar esse tipo de produção de nacional não é algo obsoleto.

7. Sou a mesma pessoa que respondeu um formulário a pouco tempo atrás dizendo que tenho menos de 25 anos, nasci e moro no Brasil, trabalho no setor de animação a menos de um ano, pretendo continuar trabalhando com animação nos próximos 5 anos e que abriria mão de muita coisa para trabalhar no meu "projeto dos sonhos", dentre outras respostas. Só estou enviando esse comentário extra agora porque só depois de enviar minhas respostas pensei que esse comentário seria relevante para a pesquisa: o fato de que o meu "projeto dos sonhos" em questão seria trabalhar na Europa, de preferência em um estúdio específico que sempre admirei as produções deles. Eu só abriria mão de tantas coisas importantes para esse "trabalho dos sonhos" porque além de gostar muito dos projetos deles e saber que trabalhar neles me traria muita satisfação pessoal, sei que morar em um país desenvolvido, mesmo em condições "ruins" para os padrões desse país é muito, muito, mas muito melhor no sentido da satisfação pessoal, surpreendentemente compatibilidade pessoal de personalidade e cultura com colegas de trabalho e vizinhos e principalmente qualidade de vida em geral (incluindo segurança e etc) do que se comparado com morar no Brasil, mesmo trabalhando em projetos que também acho muito interessantes. Sei disso porque já morei em um país de primeiro mundo na Europa por um tempo e essa foi a melhor época da minha vida, em que fui muito mais feliz e satisfeita em todos esses sentidos do que durante todo o resto da minha vida morando no Brasil, então de verdade, todo dia eu sonho em morar em um país de primeiro mundo (de preferência europeu, por razões pessoais) novamente. E sei pela minha experiência pessoal que morar lá mesmo em "condições ruins" para os padrões europeus é muito melhor do que morar no Brasil mesmo em hipotéticas condições "médias" para os padrões brasileiros. Digo hipotéticas porque só conheço as condições médias de vida no Brasil por felizmente não ter nascido em uma família extremamente pobre e sei também pela minha (pouca) experiência de trabalho com animação no Brasil que dificilmente os animadores brasileiros ganham salários sequer médios para os padrões brasileiros ao trabalharem na indústria nacional de animação.

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

16. Muito obrigado por responder ao questionário.

Por favor, utilize o espaço abaixo se quiser deixar algum comentário. (Opcional) - Continuação

25 responses

8. Trabalho como professora de animação, se quiser, acesse a minha dissertação de mestrado, em que eu avaliei a transição do modo analógico para o digital em animação. Boa sorte, excelente ideia de pesquisa! (<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tdde-20012015-150450/publico/MariaLuizaDiasdeAlmeidaMarquesVC.pdf>)

9. Ótimo formulário, espero q vc consiga respostas suficientes para a pesquisa. Uma observação que eu queria deixar é de que a cena nacional de animação não ganha atenção de canais, não há apoio. Até oara arriscar em desenho para mais jovens com histórias tipo Apenas um Show. Vejo que o mercado foca muito em animações infanto juvenis, com exceções como Irmão do Jorel. Há grandes artistas e ótimos animadores no nosso país, gente muito criativa e trabalhadora, estudiosa. Espero que minha resposta esteja incorreta e que o mercado seja promissor sim, até para ganharmos um salário coerente com nosso conhecimento e habilidade. Valeu!

10. Excelente questionário! Espero que auxilie e seja considerado pelos estúdios de animação ! Boa sorte e uma vida "animada" de sucesso!

11. Trabalho principalmente com animação de conteúdo, e a maior parte do meu trabalho foi realizada para estúdios, então a minha ótica sobre o mercado não engloba animação para publicidade.

12. Este ano estou trabalhando como freelancer e estou bastante decepcionado com o mercado nacional, confesso que pensei em desistir mas meu amor pela animação é maior. Penso em rever meu planos para minha carreira no futuro, mas que trabalhar de freelancer é impossível é você não tem nenhum retorno considerável. Vale-se muito mais apenas trabalhar como fixo num estúdio.

13. Essa pesquisa obviamente está enviesada pelo olhar do funcionário/artista. Postura profissional não é um problema apenas dos estúdios, mas de todos os atores do mercado. Assim como remuneração não é uma variável controlada pelos estúdios ou "mercado brasileiro", mas sim pelos gringos que impõe orçamentos e ditam as regras do "mercado". Não tem nenhuma chance dessa pesquisa não acabar em resultados que desfavoreçam o mercado brasileiro e existem dezenas de pontos que não foram devidamente cobertos para enxergar um panorama mais justo ou menos tendencioso. Por exemplo:

- justamente por ser um mercado novo e pouco consolidado, o Brasil ainda é uma mina de ouro para quem tem o desejo de se tornar criador de séries, diretor ou outros cargos criativos. O mercado internacional é infinitamente mais competitivo saturado e as mesmas pessoas que tiveram a chance de ocupar cargos importantes em produções nacionais, inclusive com participação nos lucros dos projetos, estariam relegadas a ocuparem posições de prestador de serviço eternas no mercado gringo e alcançarem posições compatíveis com as do mercado brasileiro apenas após dezenas de anos de labuta. Onde no mundo existem diretores de séries ou longas com menos de 30 anos?

- A estratégia deveria ser no sentido de criar um mercado novo, forçando condições CONTRA os gringos e a FAVOR da produção nacional. Ninguém vai responder que trabalhar numa série nacional é mais interessante do que trabalhar na próxima série da Marvel, mas isso faz parte da nossa visão limitada de colonizados e desconhecimento de como uma indústria cultural forte pode beneficiar a todos.

- senti falta de perguntas sobre a consciência de classe dos nossos produtores/artistas. Será mesmo que todo mundo sente falta do gringo?

- acho que a essa altura vc já sabe quem está deixando esses comentários, então aproveite pra deixar um grande abraço!!!!

14. Parabéns pela pesquisa, projetos assim são importantes. Como sugestão de um possível próximo objeto de estudo queria deixar o uso de tecnologias livres (open source) para produção de animação e a falta de conhecimento, profissional e até interesse por parte de grandes estúdios em gestão de projetos de animação.

15. Fico triste com a situação do nosso mercado, gostaria de poder trabalhar e viver de forma digna no meu país e contribuir para produções locais mas simplesmente não há condições. Infelizmente vejo que perderemos bons profissionais para o mercado internacional por muito tempo ainda.

PESQUISA ONLINE: MEDIAÇÕES TECNOLÓGICAS NO CINEMA BRASILEIRO DE ANIMAÇÃO.

Um estudo sobre as transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado.

Orientador: Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva

Pesquisador: Fabiano Leandro Pandolfi (Mestrando)

16. Muito obrigado por responder ao questionário.

Por favor, utilize o espaço abaixo se quiser deixar algum comentário. (Opcional) - Continuação

25 responses

16. O ponto que mais me incomoda no mercado nacional é a discrepância: Estúdios pagam mal e se localizam em locais caros. Se ao menos funcionassem em locais baratos, ficaria melhor. Sei que isso pode ser impossível. Mas mais impossível ainda é se sustentar com o salário que pagam.

17. Boa pesquisa!

18. A pesquisa foi mais rápida que imaginei. Só respondendo sua questão sobre a saída de artistas brasileiro é que no Brasil falta muito investimento para a área de produção de longa metragens. Veja o case das animações Minhocas (2013) e Uma História de Amor e Fúria (2012) que foram interrompidas inúmeras vezes por falta de verba. Verbas baixa afeta ossalários dos profissionais que quando são bons recebem proposta de ir para fora, onde as empresas ajudam até mesmo no visto. Hoje tenho 3 amigos próximos que são grandes artistas que receberam ótima proposta e que aqui no Brasil tinha dificuldade em encontrar trabalho.

19. Não é a tecnologia digital que vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento da produção brasileira. A produção é um mercado com regras duras e rígidas. Ou o país olha para a economia da cultura e acolhe seus múltiplos valores ou fecha os olhos e pula no precipício em direção ao passado. Esse entendimento sobre a tecnologia é errado.

20. O Brasil possui ótimos artistas e animadores ,no entanto não faz bom uso .Espero que no futuro possa surgir grandes produções feitas pelo Brasil .

21. Gostaria de receber o TCC depois para ler, seria possível? jmaranhao10@gmail.com obrigado e sucesso aí na sua jornada!

22. Muitas perguntas, principalmente as duas últimas dependem um pouco da postura de quem trabalha e também das empresas. Existe uma mudança lenta a respeito dos direitos dos que trabalham com animação, mas ainda é muito tímida esó acontece obviamente, com pressão e atitude por parte de quem faz parte do mercado. É preciso ter mais ação conjunta por parte dos trabalhadores de animação. Sinto que ainda "glamourizam" bastante o mercado, o que acaba atraindo os mais jovens, por isso se faz importante, organizações e pesquisas como esta. Espero ter contribuído.

23. Não existe oportunidade, pérolas criativas são perdidas Ex.: (A princesa dos sete reinos)

24. Devido a questões políticas, acho que o mercado nacional vem perdendo espaço.

25. Estou cansada com a falta de profissionalismo dos estudios e o pouco caso que fazem com a equipe. Aceitar produzir conteúdo sem o minino de estrutura para trabalho (softwares piratas ha anos sem esforco real em mudar a situacao, equipe totalmente desamparada financeiramente e nenhum esforco para firmar vinculos estáveis) não me parece sustentavel a longo prazo. Estou ha apenas 5 anos no mercado e estou repensando minha escolha de profissao.

ANEXO 2: TCLES

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

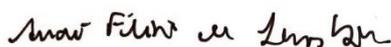
Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucrs.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

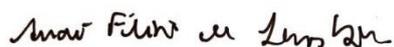
Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucrs.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

Eu, André Filipe de Lemos Dias, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

Belo Horizonte, 21 de janeiro de 2021.

André Filipe de Lemos Dias

Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal

Ana Carolina Oliveira e Silva

Assinatura de uma testemunha

Rúbrica do Participante:

André Filipe de Lemos Dias

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

M. Oliveira Silva

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucri.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucri.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

Eu, ARNAUD JANVIER, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

PARIS (FRANÇA), 21, de Janeiro de 2021.



Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal



Assinatura de uma testemunha

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

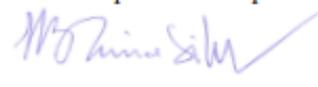
Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:

Rúbrica do Pesquisador Responsável:



como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucrs.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucrs.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

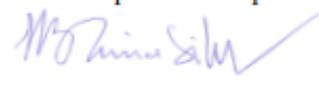
Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

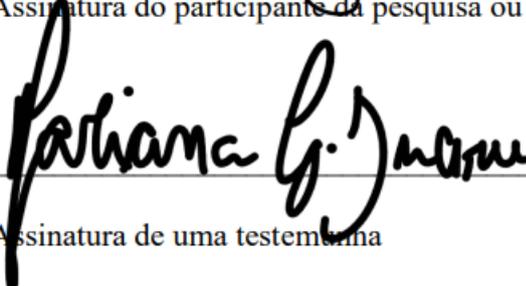
Eu, CONRADO SMANIA TESTA, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expreso minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

VANCOUVER - BC, 21, de JANEIRO de 2021.



Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal



Assinatura de uma testemunha

Rúbrica do Participante:

Rúbrica do Pesquisador Responsável:



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

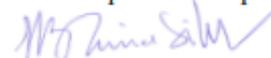
Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucrs.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

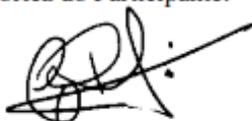
Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucrs.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

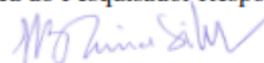
Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

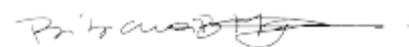
Eu, Cristiano Rasesa Figueiredo, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

Dublin, Irlanda, 27, de Janeiro de 2021.

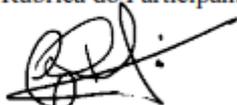


Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal



Assinatura de uma testemunha

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucri.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucri.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

Eu, Eduardo Luiz Conter, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expreso minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

Montreal, QC, Canada, 21, de Janeiro de 2021.

Eduardo Luiz Conter

Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal

[Assinatura]

Assinatura de uma testemunha

Rúbrica do Participante:

[Assinatura]

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

[Assinatura]

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

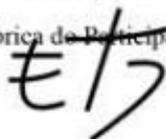
Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

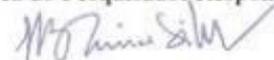
Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas; eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucrs.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

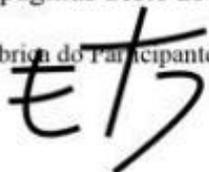
Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucrs.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

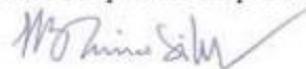
Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

Eu, Ennio Torresan Jr., após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expresse minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

Los Angeles, 23, de janeiro de 2021.

E. Torresan Jr.

Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal

[Assinatura]

Assinatura de uma testemunha

ETJ
Rúbrica do Participante:

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

[Assinatura]

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucri.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucri.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

Eu, Michel Denis da Silva, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expresso minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

Boituva, 21, de Janeiro de 2021.



Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal

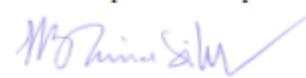
Jubene Ap. Foddi Campos da Silva

Assinatura de uma testemunha

Rúbrica do Participante:



Rúbrica do Pesquisador Responsável:



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:

NF

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucrs.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucrs.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:

NF

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

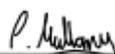
Eu, Natalia Freitas, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

Montreal (Quebec / Canada), 21, de Janeiro de 2021.



Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal



Assinatura de uma testemunha

Rúbrica do Participante:

NF

Rúbrica do Pesquisador Responsável:



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nós, Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva (orientador) e Fabiano Leandro Pandolfi (mestrando), responsáveis pela pesquisa **“Mediações Tecnológicas no Cinema Brasileiro de Animação. Um estudo sobre transformações nos processos de produção e nas dinâmicas do mercado”**, estamos fazendo um convite para você participar como voluntário nesse estudo.

Esta pesquisa pretende entender a influência das mediações tecnológicas digitais nas transformações dos modelos de produção de obras audiovisuais em animação e seus desdobramentos nas dinâmicas do mercado com seus agentes e estruturas, considerando a contribuição do setor para o desenvolvimento da indústria audiovisual no Brasil, ao longo dos anos 2000. O ponto de partida para a realização deste estudo foi a constatação, através do convívio com diversas produtoras e profissionais de animação brasileiros, de que a tecnologia digital que inicialmente serviu como impulsionadora da produção brasileira de animação, vem se tornando um obstáculo para a continuidade e o fortalecimento desta produção, na medida em que a abertura para o mercado internacional, com maiores e mais atrativas ofertas de trabalho, acaba por causar um esvaziamento dos profissionais disponíveis e interessados por projetos realizados dentro dos padrões do mercado nacional.

Acreditamos que ela seja importante para tentar estabelecer o que é o mercado de animação, sua estruturação, suas peculiaridades, dinâmicas e o conjunto de realidades na qual está inserido, contextualizando as dimensões do nacional e do internacional. Será necessário ainda, conhecer a sua formatação no passado, para entender, no presente, quais são os impactos causados pela revolução digital no setor.

Para sua realização será feita uma investigação qualitativa de caráter exploratório, utilizando como técnicas de obtenção de dados a observação empírica, o levantamento bibliográfico, a análise documental e a coleta de informações, através de questionários on-line e entrevistas semiestruturadas.

Sua participação constará de uma entrevista semiestruturada com questionário aberto, que será feita por e-mail ou por meios digitais de comunicação à distância, a seu critério, e levará cerca de uma hora para ser realizada.

É possível que aconteçam os seguintes desconfortos ou riscos (mínimos): cansaço na elaboração das respostas: eventual desconforto com algum questionamento levantado, assim

Rúbrica do Participante:

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

como alguma dificuldade com possíveis perdas ou interrupções da conexão para o envio das informações. Você tem o direito de pedir uma indenização por qualquer dano que, comprovadamente, resulte da sua participação no estudo.

Os benefícios que esperamos do estudo são: ampliar o entendimento de como as variáveis tecnológicas atuam nos processos de produção da animação no Brasil e nas alterações das dinâmicas desse mercado, especialmente quanto à qualificação dos profissionais.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de esclarecer qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento sobre o estudo, bastando para isso entrar em contato, com Prof. Dr. João Guilherme Barone Reis e Silva pelo telefone (51) 98183 7236 ou pelo e-mail barone@pucrs.br a qualquer hora.

Você tem garantido o seu direito de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

Se por algum motivo você tiver despesas decorrentes da sua participação neste estudo com transporte e/ou alimentação, você será reembolsado adequadamente pelos pesquisadores.

Caso você tenha qualquer dúvida quanto aos seus direitos como participante de pesquisa, entre em contato com Comitê de Ética em Pesquisa da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (CEP-PUCRS) em (51) 33203345, Av. Ipiranga, 6681/prédio 50 sala 703, CEP: 90619-900, Bairro Partenon, Porto Alegre – RS, e-mail: cep@pucrs.br, de segunda a sexta-feira das 8h às 12h e das 13h30 às 17h. O Comitê de Ética é um órgão independente constituído de profissionais das diferentes áreas do conhecimento e membros da comunidade. Sua responsabilidade é garantir a proteção dos direitos, a segurança e o bem-estar dos participantes por meio da revisão e da aprovação do estudo, entre outras ações.

Ao assinar este termo de consentimento, você não renuncia a nenhum direito legal que teria de outra forma.

Não assine este termo de consentimento a menos que tenha tido a oportunidade de fazer perguntas e tenha recebido respostas satisfatórias para todas as suas dúvidas.

Se você concordar em participar deste estudo, você rubricará todas as páginas e assinará e datará duas vias originais deste termo de consentimento. Ao assinar e rubricar todas as páginas deste documento, você de forma voluntária e esclarecida, nos autoriza a utilizar todas

Rúbrica do Participante:

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

as informações de natureza pessoal que constam em seu prontuário de atendimento, imagens, resultados de exames e diagnóstico, material biológico se for o caso, para finalidade de pesquisa e realização deste estudo. Você receberá uma das vias para seus registros e a outra será arquivada pelo responsável pelo estudo.

Eu, Paulo Manuel de Souza, após a leitura deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido, dos possíveis danos ou riscos deles provenientes e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar.

Diante do exposto expressei minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo, autorizando o uso, compartilhamento e publicação dos meus dados e informações de natureza pessoal para essa finalidade específica.

São Paulo, 02, de Fevereiro de 2021.

Paulo M Souza

Assinatura do participante da pesquisa ou de seu representante legal

Maeda C. B. Souza

Assinatura de uma testemunha - Maeda Camarcio Barbosa de Souza

Rúbrica do Participante:

FMS

Rúbrica do Pesquisador Responsável:

M. B. Silva



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br