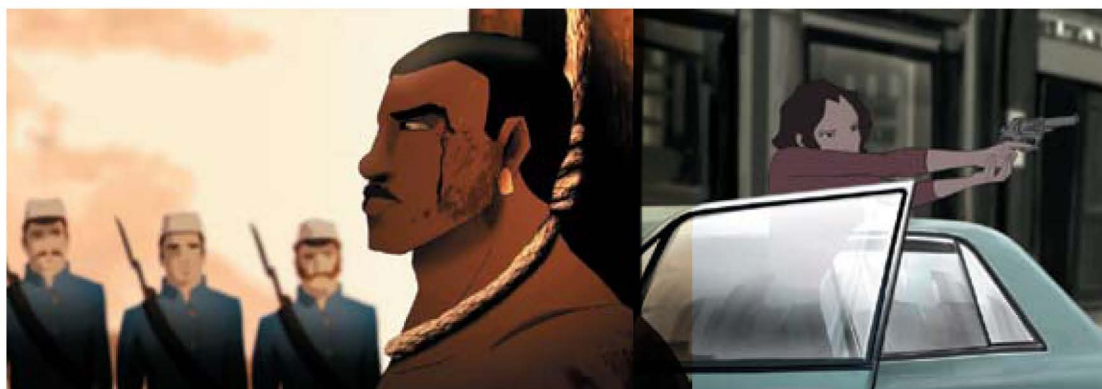




OS LONGAS DE ANIMAÇÃO BRASILEIROS EM BUSCA DE ESPAÇO

A produção de longas de animação no Brasil vem crescendo rapidamente nos últimos anos. O gênero, uma espécie de membro esquisito do clube de produções brasileiras, ganha agora adeptos até entre os que nunca antes realizaram filmes de animação. Um exemplo disso é *Uma história de amor e fúria*, de Luiz Bolognesi, lançado nos cinemas em abril último e vencedor do prêmio de melhor longa no Festival de Annecy, um dos mais antigos do mundo para o cinema de animação. Roteirista e realizador de filmes em imagem real, Bolognesi incurSIONOU pelo mundo da animação numa produção que, segundo o próprio, poderia ter falido sua empresa produtora. Depois de vários périplos para concretizar a obra, realizada em parceria com a Gullane Filmes, o diretor se dizia feliz com o resultado no Anima Fórum de 2012, durante o Anima Mundi. Quando perguntado, no entanto, se repetiria a dose, ele afirmou que só o faria com um projeto orçado em, no mínimo, o dobro de seu primeiro longa de animação.

Mas será que isso se sustenta? Essa é uma pergunta que atormenta não só os realizadores de animação brasileiros, mas todos os envolvidos com a produção audiovisual de maneira geral no país. O orçamento desse longa, diferentemente de boa parte dos filmes de animação brasileiros, alcançou sua captação total de 4 milhões de reais, uma marca em geral difícil para os produtos de animação nacionais. Numa conta rápida, com o preço médio do ingresso girando ao redor de R\$ 12,00, seria preciso arrastar aos cinemas pelo menos 350 mil espectadores para recuperar esse valor, em termos de renda bruta. Como cerca de metade da cifra arrecadada com cada bilhete vendido fica com o exibidor, a verdade é que, para que um valor próximo ao do total do orçamento de produção chegasse pelo menos perto das mãos dos produtores, esse filme precisaria fazer por volta de 1 milhão de espectadores — algo bem distante dos menos de 30 mil que efetivamente fez em sua curta passagem pelas salas de cinema.



DO LONGA



Uma história de amor e fúria

Alguns leitores provavelmente argumentarão que esse é um conteúdo que não terá no cinema sua única janela de comercialização. No entanto, o desempenho no cinema continua sendo importante norteador de valores de negociação para todos os desdobramentos ao longo do tempo de vida de uma obra, daí ser líquido e certo que esse filme jamais recuperará o valor investido. E isso é relevante para uma cinematografia que ainda tenta fincar suas bases estruturantes? Talvez não seja, se pensarmos no contexto geral da produção de animação nacional e na sua relevância cultural para a construção histórica dessa produção. No entanto, voltando às ambições do diretor, que apontava sua vontade de realizar um segundo longa com orçamento bem mais ambicioso, talvez esses números representem o sepultamento de um sonho.

E há sendo feitos por aí filmes bem mais caros do que aquele sonhado por Bolognesi. *Minhocas*, por exemplo, teve orçamento de mais de 10 milhões de reais. Autorizado há cerca de sete anos para captação pela Ancine, o filme ainda não chegou aos cinemas. O que a possibilidade de trabalhar com um orçamento tão largo vai significar em termos de desempenho do produto final só poderemos saber quando tivermos a chance de ver o resultado desse investimento todo na tela.

Nós, na Otto Desenhos Animados, em Porto Alegre, tentamos nos manter num caminho do meio. Equilibrando-nos sobre orçamentos médios, vamos tentando criar projetos que encontrem uma estética única e uma narrativa que vem progressivamente evoluindo, filme após filme. Garimpando talentos aqui e ali, nosso trabalho consiste basicamente em concatenar a energia e vontade de um bando de artistas e equacionar a questão financeira de forma a garantir que esse grupo tenha condições, se não ideais, pelo menos minimamente adequadas de trabalho.

Sabe-se que as produções internacionais de animação, em geral, demandam muito dinheiro e muito tempo de produção. Mas floresce hoje no mundo uma indústria independente que dá frutos nos quatro cantos do planeta. O Brasil também respira esse sopro de renovação no segmento. Animação é uma arte cara. Por isso, longas de animação costumam ser raros

e tomam entre cinco e oito anos para serem finalizados. Por conta de um ciclo tão longo de realização é difícil para as produtoras que se dedicam a esse tipo de projeto ter uma carteira recheada de obras que espelhem sua capacidade produtiva.

Mas, no século passado, as coisas eram ainda piores. Nos tempos em que era necessário ter uma truca disponível e pintar acetatos para filmar animações, o grupo dos que encaravam o desafio no Brasil era muito pequeno. Para se ter uma ideia, nos 50 primeiros anos da história do cinema de animação em longa metragem no Brasil, desde a realização de *Sinfonia amazônica*, primeiro filme de animação de longa duração feito por aqui, foram realizados 14 filmes desse tipo. Nos primeiros 15 anos desse século, com a tecnologia digital, que deixou o processo de produção mais acessível, já foram feitos 17 filmes.



Mesmo com todas as facilidades tecnológicas de hoje, chegar ao final de um longa de animação continua sendo um desafio e tanto. Daí ser possível contar nos dedos de uma mão os filmes de animação nacional que chegam aos cinemas anualmente, e também ser desesperador quando o desempenho deles não chega nem sequer na casa dos seis dígitos de público... Mesmo estruturas pensadas numa lógica industrial para realizar longas continuamente acabam naufragando. Uma produtora que trabalhe num sistema de produção contínua precisa oferecer condições de trabalho adequadas aos seus colaboradores, além de trabalhar num sistema encadeado de criação, captação e viabilização de novos projetos que abasteça essa estrutura todo o tempo. Qualquer período ocioso com um número grande de profissionais à disposição eleva custos e onera todo o processo. Daí porque às vezes é possível negociar terceirização de animação para países como China e Índia a preço de banana. Além de mão de obra de baixo custo devido à flexibilidade das leis trabalhistas naqueles países, é preciso garantir que a máquina siga girando o tempo todo e, nesses locais, onde a produção própria é muito pequena, a prestação de serviço precisa ser vendida a todo custo para preencher qualquer vazio que possa deixar verdadeiros exércitos de desenhistas parados.

Toda cinematografia precisa fazer muito para errar muito e acertar de vez em quando. Com animação, os erros podem ser fatais para a trajetória futura de uma produtora, não só pelas dificuldades de encontrar financiamento para novos projetos, como também pelo desgaste dos profissionais envolvidos. Não raro esses filmes são feitos em verdadeiras ações entre amigos, o que só é possível pactuar uma vez. Na segunda, as demandas de melhores condições de trabalho começam a brotar.

Os japoneses costumam testar suas histórias em revistas conhecidas como mangás antes de convertê-las para filmes. No Brasil essa lógica foi experimentada, ainda que de uma forma involuntária, na obra de Maurício de Sousa. O sucesso de seus personagens começou nas revistas em quadrinhos e foi ganhando espaço em vários outros meios, inclusive o cinema. É dessa franquia, por exemplo, o único longa de animação nacional feito até hoje que conseguiu extrapolar a marca de um milhão de espectadores. *As aventuras da Turma da Mônica*, realizado pela Maurício de Souza Produções e lançado em dezembro de 1982, foi visto nos cinemas por 1.172.020 espectadores. Como uma espécie de pré-teste de aceitação em outras mídias, a safra atual de longas infantis brasileiros vem experimentando a





exposição na TV, reproduzindo um modelo bastante difundido em outras partes do mundo. Os longas com personagens da série *Peixonauta* e *Amigãozão*, por exemplo, são frutos da expectativa de que o desempenho desses conteúdos no cinema reproduza a boa surpresa das telinhas domésticas.

O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) tem dado bastante atenção aos longas de animação, aportando recursos para projetos do gênero. Pelo menos uma boa fatia do que é apresentado por lá acaba selecionado para receber financiamento. Se conferirmos, por exemplo, a lista dos selecionados em 2011 pelo fundo, veremos que a animação apresenta um índice relativamente bom de aproveitamento, com mais de 20% dos recursos nas diferentes linhas direcionados para projetos de animação – pelo menos no que diz respeito à aprovação, já que a liberação desses recursos ainda é uma caixinha preta, com pouca transparência por parte dos gestores sobre o que é efetivamente desembolsado.

Na mais recente seleção do Prodecine 01, a principal linha de financiamento da produção e que distribuiu 50 milhões para a realização de longas nacionais em sua edição de 2012 – que só foi finalizada em 2013 –, apenas 3 milhões (menos de 10% do orçamento disponível para investimentos) foi direcionado a projetos de animação (dados divulgados em brde.com.br/ancine). Foram três filmes precisamente: *Lino*, da Start de São Paulo; *Tainá – O desenho animado*, da Sincrocine do Rio e *O pergaminho vermelho* do novato Tortuga Studios, de São Paulo. É pouco recurso para tocar três longas de animação que certamente ocuparão mais mão de obra por mais tempo que metade dos longas de imagem real somados selecionados nessa mesma linha! Preconceito com a animação? Talvez. Considerando que havia pelo menos oito projetos do gênero inscritos nessa seleção, apenas três no resultado final não chega a ser um péssimo índice de aproveitamento. Mas se observarmos que os três são do eixo Rio-São Paulo, a coisa fica mais preocupante. Principalmente porque essa é a primeira edição em que, ao lado da Ancine, temos um banco regional de desenvolvimento, o BRDE, no comando da seleção dos projetos. Ora, se um banco regional não tiver noção da importância de um projeto de animação para o desenvolvimento da economia criativa regional no país, quem terá?





Sabemos, é claro, que falta qualificar a preparação de projetos como um todo no Brasil. A animação, assim como outros setores da realização audiovisual, se ressentiu disso. Temos grandes deficiências de roteiristas, por exemplo, que pensem narrativas considerando possibilidades e limitações desse tipo de produção. E temos a concorrência de muito peso dos grandes estúdios americanos, que ditam o padrão de consumo do público mundial. Qualquer coisa que se afaste desse estilo que custa muitos milhões de dólares precisa justificar seu valor por outros caminhos que ampliem seu consumo. Ainda mais num contexto em que os distribuidores insistem em trabalhar nossos filmes da mesma forma como lançam as produções de grandes orçamentos que vêm dos Estados Unidos – com muitas cópias na primeira semana, apostando todas as fichas na mídia televisiva de abrangência nacional. Enquanto essa lógica dominar o mercado, o cinema de animação brasileiro sofrerá nas bilheteiras.

Já nas linhas de fluxo contínuo do FSA, como o Prodecine 04, voltadas para a complementação de orçamento de longas, a animação aparece ocupando um espaço maior. Essa linha começou efetivamente sua operação no final do ano passado e, desde então, apenas oito projetos foram contemplados com financiamento (dados considerados até 19 de maio de 2013). Desses oito, apenas um era de animação – *Bugigangue no espaço*, da 44 Toons de São Paulo. Do total de R\$ 3.639.065,00 investidos, R\$ 930.000,00 foram direcionados a essa produção em animação. Aqui, o que surpreende não é a participação do gênero entre os contemplados, que, do ponto de vista da fatia de recursos, abocanharam pouco menos de um quarto do total distribuído até agora. O que assusta de fato é que, numa linha que pretende completar orçamentos para que obras estejam concluídas e, portanto, mais perto de chegar às telas, ter contemplado apenas oito projetos em quase seis meses de operação é, no mínimo, pouco.

Mais preocupante ainda é o que acontece na linha Prodecine 03, que oferece recursos para lançamento. Nessa “fila” há projetos de animação esperando desde o ano passado investimento fundamental para estreia nos cinemas. São filmes que já estão prontos e começam a envelhecer na prateleira dos distribuidores pela morosidade do sistema. Até agora, apenas um projeto foi analisado nessa linha. *Meu pé de laranja lima*, distribuído pela Imovision, não é um projeto de animação, mas ilustra o drama dos produtores com propostas do gênero inscritas no Prodecine 03: seu *pitching* foi realizado no dia 7 de maio, tempos depois de ter sido lançado nos cinemas em 108 salas – a estreia aconteceu no dia 19 de abril. Fez menos de 24 mil espectadores na primeira semana em cartaz. Poderia, com certeza, ter tido melhor resultado se o financiamento para comercialização, pleiteado através do Prodecine 03, tivesse saído a tempo de potencializar a divulgação. Agora, já é tarde demais. O mesmo talvez aconteça com vários longas de animação que estão nessa fila. Azar do cinema brasileiro, que diminui as chances de conquistar seu espaço junto ao público. ■

Marta Machado é formada em jornalismo e atua como produtora associada à Otto Desenhos Animados de Porto Alegre. Recentemente concluiu seu mestrado em Administração na FEA/USP investigando o tema da gestão de pessoas na indústria criativa com foco em estúdios de animação brasileiros.

