

A Invenção e Reinvenção das Animações no Cinema¹

Anderson Alves da ROCHA²
Zuleika de Paula BUENO³

Resumo

O objetivo deste trabalho é apresentar, por meio de revisão de literatura, o modo de produção e os pilares do cinema de Hollywood na sua Época de Ouro e no período chamado de Nova Hollywood, como forma de discutir a participação dos Estúdios Disney na transformação das animações no cinema, nestes dois momentos. Assim, será apresentada uma exposição histórica da fábrica fílmica dos Estados Unidos, destacando-se os momentos em que Walt Disney e seu estúdio trabalharam para transformar a forma de participação das animações na dinâmica de exibição das salas de cinema.

Palavras-chave: Cinema de animação; Hollywood; Walt Disney.

Introdução

O cinema e as produções de Hollywood são um marco para a indústria de entretenimento e para a cultura pop no mundo todo. Suas produções desde a década de 1920 têm ampliado seu espaço como negócio rentável, apresentando e divulgando o pensamento e modo de vida americano, e encantado o público. Entre as realizações da indústria fílmica americana podemos olhar com mais cuidado para a produção de animações. Inicialmente mostrados em curtas-metragens, como uma forma mais simples e secundária da experiência do cinema, essa realidade se transformou com a proposta do estúdio de Walt Disney, na década de 1930.

Assim, o objetivo deste trabalho é apresentar, por meio de uma revisão bibliográfica, as propriedades básicas que criaram e sustentaram o cinema de Hollywood no seu início, bem como mostrar a participação de Walt Disney⁴ nesse contexto. A ideia é relatar como seu estúdio tomou parte na transformação do cinema de animação para torná-lo a atração principal das salas de exibição. Além disso, esse trabalho também se propõem a

¹ Trabalho apresentado no GP Cinema na DT 4 - Comunicação Audiovisual do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Anderson Alves da Rocha é jornalista e mestre em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Maringá. Atualmente é docente e coordenador do curso de graduação em Jornalismo da Faculdade Maringá. Anderson.82@bol.com.br

³ Zuleika de Paula Bueno é doutora em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas. Atualmente é docente em tempo integral da Universidade Estadual de Maringá. Tem experiência de pesquisa na área de Cinema e Sociologia da Cultura e atua como professora dos cursos de graduação em Ciências Sociais e Comunicação e Multimeios e da pós-graduação (*stricto sensu*) em Ciências Sociais. zubueno@hotmail.com

⁴ Walter Elias Disney nasceu em 5 dezembro de 1901, filho de uma família protestante de classe média em Chicago nos Estados Unidos. Morreu em 1966.

demonstrar como na década de 1990 o complexo de Estúdios Disney participaram novamente da reinvenção dos filmes animados, por meio da Pixar⁵.

O Cinema de Hollywood

A fábrica de produção fílmica americana, representado pelos complexos de estúdios de Hollywood, se consolidou como hegemônico nos mercados e na produção cinematográfica mundial no período posterior a Primeira Guerra Mundial. Na década de 1920 até 1940, a Época de Ouro de Hollywood, o cinema representava a linha de frente da cultura americana pelo mundo. Para alcançar seu sucesso, o seu modo de produção foi fixado no mesmo formato das demais indústrias americanas. “Produção consumadamente industrial, inserida no processo de linha de montagem como já eram a fabricação de automóveis, eletrodomésticos e alimentos enlatados”, conforme afirma Maurício Gonçalves (2011, p. 76)

Segundo Gonçalves (2011), o sucesso desse modo de produção foi fincado em um tripé, no qual cada uma das pernas são: o modo de produção para a feitura dos filmes, o sistemas de estúdios; um sistema de mitificação de atores e atrizes; e um código regulador de mensagens veiculadas nas produções, o “Código Hays”, que manteve a boa relação entre a indústria cinematográfica as “instituições guardiãs da moral da sociedade norte-americana” (2011, p. 76).

O sistema de estúdio era representado na ideia de controle total sobre o produto. Entendia-se que cada etapa deveria ser supervisionada de maneira muito próxima, e sob a fiscalização constante da direção-geral do estúdio. Segundo Schatz, “o produtor era elemento crucial nesse processo” (1996, p. 36). Era ele quem comandava a criação das peças, e se subordinava à direção-geral. Além da produção, a distribuição e a exibição ficavam quase totalmente restritas aos próprios estúdios. Os estúdios tinham controle de praticamente todos os cinemas. Cada um era dono de suas próprias salas de exibição ou controlavam redes independentes. A proposta dos estúdios nessa época, era o controle total do nascimento a produção de cada um de seus filmes.

Seguindo a ideia proposta por Gonçalves (2011) para explicar a hegemonia do cinema americano na primeira metade do século passado, “o segundo componente desse

⁵ Empresa que começou como uma divisão da Lucasfilm, a Graphics Group, liderada pelo Dr. Edwin E. Catmull, foi comprada por Steve Jobs em 1986 e passou a fazer parte do grupo Disney em 2006. O estúdio é responsável pela criação de longas de animação de sucesso, como Toy Story.

tripé de sustentação, o *star system*, está presente na experiência cinematográfica hollywoodiana desde a década de 1910” (p. 77).

As estrelas e os astros do cinema compunham um papel importantíssimo no modo de produção dos estúdios. Eram eles quem divulgavam as obras, inspiravam o público, traziam para as salas a audiência. Eles assumiam, na concepção de Edgar Morin (2011) o papel dos deuses mitológicos.

Para Hollywood a relação com as estrelas era amplamente benéfica. “Os estúdios também tinham sob controle todos os astros e estrelas que atraíam as audiências para os cinemas, num arranjo contratual fechado, denominado sistema de estrelato.” (EPSTEIN, 2008, p. 17). Esses contratos, geralmente de sete anos e com opções de renovação, prendiam os atores aos estúdios impedindo-os de trabalhar em uma concorrente. Havia controle sobre sua imagem com o objetivo de promover campanhas de divulgação. E o estúdio detinha o direito de “emprestar” a estrela a um concorrente, por um salário maior, ficando para o estúdio a diferença do ganho. Além de poder exigir a mudança de aparência, cabelo, detalhes biográficos e até o nome.

Em contrapartida, os atores eram beneficiados com salários, que não eram aumentados durante o contrato, mesmo que os artistas se tornassem mais populares; papéis constantes em produções para o cinema e possibilidade de trabalhar em campanhas publicitárias na mídia (desde que pertencentes aos mesmos donos). “No entanto, por maior que fossem as vantagens publicitárias obtidas pelos artistas, seus salários eram relativamente baixos se comparados com a receita adicional que geravam nas bilheterias” (EPSTEIN, 2008, p. 18). Com esse sistema, os estúdios conseguiam se beneficiar do controle de custos das produções, gerando grandes lucros.

Por fim, o terceiro componente citado por Gonçalves (2011) veio para apaziguar as relações entre a indústria de cinema americana e as instituições e grupos que representavam a moral americana: o Código Hays.

Em 1924, para atender aos padrões de “decência” aceitos pela sociedade americana, os estúdios aceitaram diminuir sua autoridade sobre a produções. O acordo comum era submeter a um censor os filmes. Esse “código de produção” foi negociado em nome dos estúdios por William Hays⁶, ex-diretor geral dos correios. “Hays foi encarregado de negociar com todas as autoridades civis, religiosas e governamentais relevantes uma

⁶ William Harrison Hays (1879 – 1954), foi coordenador da campanha presidencial Warren G. Harding. Após a eleição de Harding, Hays foi indicado para Direção do Serviço de Correio dos EUA. Em 1992 ele deixou seu cargo no governo e assumiu a presidência da MPAA.

fórmula satisfatória, [...] que os estúdios então aplicariam a todos os filmes a serem exibidos nos cinemas americanos” (EPSTEIN, 2008, p. 316). Segundo Schatz (1996, p. 177), William Hays, como forma de controlar e zelar por princípios morais, encomendou o Código de Produção de um padre jesuíta e um editor católico.

No ponto máximo de seu poder sobre as produções, o Código exigia que nenhuma história deixasse escapar da justiça um criminoso, e qualquer forma de alusão ao divórcio levasse a um desfecho trágico.

Quando o cinema mudo foi substituído pelo som das falas e dos efeitos sonoros e trilhas, a censura do código ficou ainda mais profunda. Por causa da nova tecnologia, era mais complexo se modificar as obras depois de finalizadas, então a censura começou a acontecer nos roteiros.

O sistema de produção de estúdio representou a troca das produções independentes, de diretores que produziam, arcavam com as despesas e exibiam em salas terceirizadas suas próprias obras, por um novo modelo de produção, distribuição e exibição, em que cada estúdio controlava inteiramente o processo produtivo em todos os elos de sua cadeia. A lógica de distribuição e exibição que estava amarrada aos cineastas independentes no início, logo foi substituída pela produção própria das películas. O sistema de estúdios representava o controle total da produção, distribuição e exibição dos filmes.

O sistema de estúdio propiciava a adequação do processo de realização de filmes a uma perspectiva capitalista de produção, onde a racionalidade e o planejamento eram empregados para que o produto final, o filme, satisfizesse o objetivo de seus produtores [...] qual seja, a obtenção de lucro. (GONÇALVES, 2011, p. 76).

Neste mesmo período Walt Disney usava uma estratégia diferente dos demais estúdios. Proprietário de um pequeno empreendimento, não tinha astros famosos contratados, não possuía um cinema próprio e dependia de parcerias para a exibição de suas criações. Disney ganhava dinheiro onde os demais ainda não procuravam. Tinha licença de seus personagens em brinquedos e livros. No final da década de 1940, Mickey Mouse era um personagem conhecido em todo o mundo e um ícone nos EUA.

Epstein define Walter Disney como “o principal arquiteto do novo sistema de estúdio” (2008, p. 38). A chamada Nova Hollywood, que nasceu após o fim do antigo sistema de estúdios, no final da década de 1950, teve como um dos empreiteiros Walt Disney. Na Hollywood tradicional onde os estúdios controlavam todas as etapas da

produção do filme, Disney não fazia parte dos controladores do sistema. Seu estúdio próprio não possuía meios de distribuição e exibição, e ficava somente com a produção de animações.

Diferentemente dos grandes estúdios, na década de 1930, Disney retirava grande parte de seu lucro das licenças de seus personagens. Ele estava a caminho de criar direitos de propriedade universais, sem barreiras culturais ou nacionalidade. Seus produtos poderiam ser licenciados a qualquer empresa voltada para o público infantil. “Em 1935, no auge da Grande Depressão, os *royalties* que Disney recebia por seus personagens rendiam lucros muito mais consideráveis que os filmes que eles estrelavam” (EPSTEIN, 2008, p. 40).

A sua série chamada “*Silly Symphony*” (“Sinfonia Boba”, tradução nossa) se apresentava como um verdadeiro sucesso neste período. Elas eram animações curtas sonorizada, quase sempre sem apresentar nenhum personagem específico (o Pato Donald e Pluto surgiram nessas séries) e com uma trilha sonora orquestrada, sincronizando a ação e a música. Inicialmente em preto e branco, mas posteriormente utilizando o Technicolor (tecnologia que permitia colorir as animações), mais um avanço do estúdio. Segundo Douglas Gomery (1994), “com *Flowers and Trees*. Uma apresentação da série *Silly Symphony*, Disney venceu o primeiro Oscar já dado para um curta de animação, por causa da técnica utilizada de Tecnicolor” (p. 73, tradução nossa). De 1929 até 1939 foram 75 curtas dentro da série, a maior parte colorida pela técnica.

Em 1933, os Estúdios Disney colhiam os frutos do sucesso da animação *The Three Little Pigs* (Os três porquinhos), e Walt Disney tinha reconhecimento o suficiente para se lançar atrás de um novo desafio. Gabler (2009), destaca que Disney precisava de uma nova aventura. A resposta parecia quase uma insanidade naquele momento: produzir uma animação em longa-metragem.

Várias possibilidades de roteiro surgiram no início da produção. A escolha foi uma história simples e conhecida, uma das narrativas dos Irmãos Grimm, Branca de Neve. “Um longa-metragem de animação que os dirigentes dos estúdios convencionais de Hollywood classificaram zombeteiramente de ‘A loucura de Disney’: Branca de Neve e os Sete Anões” (EPSTEIN, 2008, p. 22).

Aquele conto tinha tudo que uma narrativa precisava: romance, uma heroína, uma vilã, um príncipe e os simpáticos anões. Porém, a história precisava ser um pouco mais bem elaborada, e novos elementos adicionados. “Ele precisava de uma versão adaptável para a

tela. O original, tal como contado pelos Irmãos Grimm, era rudimentar demais; os anões eram sequer identificados pelo nome” (GABLER, 2009, p. 255).

Mesmo com a história escolhida, muitos acreditavam que o projeto parecia mais uma extravagância de Walt Disney. Um longa-metragem de animação poderia ser mal recebida pelo público, já que as animações eram pequenas exposições, um aperitivo antes do produto principal nas salas de exibição.

Surpreendentemente, a “loucura” se transformou no primeiro longa-metragem de animação da história de Hollywood. Lançado oficialmente em 1937, o filme de 83 minutos mudou o paradigma das produções cinematográficas, até então voltadas exclusivamente para os adultos. “Mas um conceito diferente norteava o trabalho de Disney: ele acreditava que as crianças, com os adultos a reboque, podiam ser a força motriz da indústria do entretenimento.” (2008, pg. 23)

O filme que tinha um orçamento inicial três vezes maior que a média de custo de uma película da época foi o primeiro na história a arrecadar mais de 100 milhões de dólares. Mas além do lucro, e do público, a animação gerou outras transformações. Ela foi o primeiro filme com uma trilha sonora, *Someday my prince will come*⁷, sucesso musical da história do cinema. Ademais, o filme teve diversos personagens licenciados.

Com a Branca de Neve e os sete anões, Disney fez mais que definir um novo público para o cinema; ele indicou o rumo futuro da indústria do entretenimento em geral. E nele, os lucros reais viriam não de enxugar custos da produção de filmes, mas da criação de direitos de propriedade intelectual que pudessem ser adquiridos, mediante licença, por outras mídias, durante longos períodos. (EPSTEIN, 2008, p. 23)

A partir do sucesso de “Branca de Neve e os Sete Anões”, só na década de 1940, a Disney emplacou outras diversas animações em longa-metragem, todas com êxito: “*Pinocchio*” de 1940 (considerado pelo Instituto Americano de Filmes [AFI] a segunda melhor animação do cinema de Hollywood), “*Fantasia*” de 1940 (vencedor de dois Oscar honorários), “*Dumbo*” de 1941 (vencedor do Oscar de Melhor Trilha Sonora e indicado ao prêmio de Melhor Canção), *Bambi* de 1942 (terceiro na lista da AFI de 10 melhores animações), “*Saludos Amigos!*” de 1943 (indicado aos prêmios do Oscar de Melhor Trilha Sonora e Melhor Canção), entre outros filmes, lançados entre as décadas de 1940 e 50.

⁷ Escrita por Larry Morey e musicada por Frank Churchill, foi executada no filme por Adriana Caselotti (a voz de Branca de Neve). Numa lista do American Film Institut de 2004 apareceu como número 19 do total de 100 memoráveis canções do cinema

Walt Disney foi uma figura fundamental em qualquer narrativa que pretenda contar a história do cinema americano. A sua participação na sistemas de estúdio e sua antecipação do que se tornou a Nova Hollywood são marcos da produção fílmica nos Estados Unidos.

No fim da década de 1950 o sistema de estúdios e Hollywood se renovou, transformou seu modo de produção fílmica e sua plataforma de negócios, em um novo sistema, uma Nova Hollywood.

O novo cinema e as novas animações

A grande mudança aconteceu quando a Suprema Corte dos Estados Unidos proibiu o monopólio dos estúdios sobre a distribuição de cinema, em 1948. Havia mais de 10 anos que o Departamento de Justiça pressionava as empresas, sob a alegação de que o controle completo sobre a produção, distribuição e exibição das películas feria a Lei Sherman Antitruste⁸. “Para solucionar o caso, o governo exigira que os estúdios acabassem com a contratação de filmes em pacote e abrissem mão das subsidiárias de distribuição e das redes de cinemas” (EPSTEIN, 2008, p. 21). Ambas as propostas atingiram o centro do sistema de estúdio, levando à perda do controle completo sobre as produções.

[...] Sustentaram os juízes que a distribuição da indústria cinematográfica infringia a Lei Sherman, mas não ordenaram aos estúdios que se desfizessem dos cinemas. No seu entender, algumas medidas – que proibiam o aluguel em bloco, a fixação dos preços de ingresso, as liberações “despropositadas”, e vários acordos de isenções e privilégios entre distribuidoras e grandes cadeias exibidoras, suas ou alheias – eliminariam o monopólio. Daí por diante, declararam eles, todo filme seria oferecido a todos os interessados em exibi-lo através de uma licitação competitiva. (SKLAR, 1975, p. 317)

O departamento de Justiça dos Estados Unidos e as cortes federais tinham como objetivo acabar com esses acordos que eram considerados ilegais. “Tal atitude fazia parte de um esforço global para acabar com a integração da indústria cinematográfica, com o objetivo último de que os filmes fossem produzidos e vendidos isoladamente” (SCHATZ, 1991, p. 411).

⁸ Truste, pode ser entendido como a fusão de várias empresas de modo a formar um monopólio, em inglês. A Lei, criada em 1890, intentava que nenhuma empresa se tornasse tão grande, que sozinha pudesse determinar as regras do próprio mercado. Foi proposta pelo político e senador americano John Sherman (1823 – 1900). Em inglês é conhecida como *Sherman Act*.

Essas medidas iniciaram o processo que colocou fim no sistema de estúdio, já que isso representava a perda do controle sobre a exibição dos filmes, o que era vital para a existência do sistema. Porém, “a ameaça mais séria para a indústria cinematográfica veio, é claro, da televisão comercial” (SCHATZ, 1991, p. 412). A indústria de cinema americano se modificou por completo. A própria experiência de cinema nunca mais foi a mesma, e as salas de exibição ficaram vazias por quase 20 anos, tendo que competir com novas fontes de entretenimento.

Hoje, as faixadas em Hollywood podem parecer semelhante àquela dos anos dourados da produção fílmica americana. Os grandes barracões com os estúdios ainda permanecem nos mesmos endereços, e os nomes da maior parte das empresas continua igual, porém, agora os estúdios são “impérios corporativos internacionais” (EPSTEIN, 2008, p. 24).

O fim do sistema centralizado, onde todo o processo de criação fílmica estava na mão dos estúdios, deu vez a um novo formato, a chamada Nova Hollywood. No novo sistema, todo mundo é independente. O fim da possibilidade de controle total (forçado pela Suprema Corte) deu início a uma proposta completamente oposta. Nessa nova ideia, um filme é financiado por um grande estúdio, que não o faz mais. A execução em todas as suas etapas está entregue a empresas independentes que desempenham suas funções sobre a gerência do estúdio financiador.

O produto é entregue, sob permanente controle de agências de talentos remuneradas com um percentual sobre todas as transações, a milhares de produtoras, start-ups técnicas, pequenas e médias empresas especializadas em 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 um contrato, num sistema infinitamente mais complexo do que os estúdios de outros tempos. (MARTEL, 2012, p. 88)

A produção de cada filme é dividida em diversas que são, por sua vez, repassadas a empresas independentes do próprio estúdio. Assim, como cada filme por si só é um produto independente do outro. Para cada peça, geralmente, é criada uma produtora, entidade jurídica, dirigida por um produtor contratado pelo estúdio só para a produção daquele filme, num processo de contratação conhecido como “*work for hire*”. Esse contrato estabelece

que o contratado não é um assalariado, mas tem um vínculo para este único trabalho. Ao mesmo tempo esse mesmo acordo estipula a cessão dos direitos autorais e comerciais da obra ao estúdio.

A produtora, por sua vez, assina acordos com diretores, atores e empresas que prestarão serviços, que também cedem os copyrights ao estúdio, que então abastecem a conta da produtora com dinheiro, para financiar o filme. “A nova Hollywood onde todo mundo é independente é o oposto da velha Hollywood, onde todo mundo era dependente” (MARTEL, 2012, p. 88)

Na visão de Martel (2012), os estúdios da Nova Hollywood se assemelham muito a um banco. A função deles é gerir os interesses dos investidores, criar formas de financiamento e angariar fundos para as produções. Eles negociam os direitos de exibição na televisão, as cópias de disco para venda, os direitos de videogame e os acordos com empresas com parceria comercial.

Além das fontes de renda, existem outras diferenças na nova forma de produções que em nada se assemelham com a Era de Ouro. A relação entre as estrelas e os estúdios se alterou completamente após o fim da década de 1940. A primeira mudança foi a remuneração, que subiu astronomicamente, transformando-a nos maiores salários em todo processo de produção. O fim dos longos contratos de exclusividade, colocaram os astros no meio de uma guerra de ofertas salariais entre estúdios, o que só fazia aumentar seus ganhos. Normalmente, além da remuneração mínima pelo trabalho, grande parte ainda fica com uma parcela da renda do filme. Corrigindo a inflação, um astro nos anos 2000 ganhou em média 30 vezes o que ganhava uma estrela de mesma grandeza na década de 1940.

Essa relação existe independentemente do filme *real action* ou de animação, já que mesmo com a facilidade da computação gráfica, dando vida a personagens fantasiosos, são os atores que dublam e emprestam as expressões faciais e até os movimentos do corpo aos personagens⁹. Além do destaque atribuído aos astros, comuns em todas as obras de Hollywood, ser o mesmo em uma animação.

Na Nova Hollywood o estúdio de animação Walt Disney se transformaram em *The Walt Disney Company*, uma empresa que representa a diversificação adotada pelos demais

⁹ Vale destacar o ator britânico Andy Serkis (Andrew Clement Serkis [1964 –]), que ganhou notoriedade por interpretar personagens digitais no cinema, como na trilogia de “Senhor dos Anéis” (representando *Gollum*), em “King Kong” de Peter Jackson (interpretando King Kong) e em “O Planeta dos Macacos a Origem” (dando vida a César).

estúdios. Ela é uma megacorporação que engloba uma série de grandes empresas, como a rede de televisão ABC (a primeira parceira da então *Disney Productions* em 1955, para a produção de programas de televisão), diversos canais de TV a Cabo – entre eles o canal esportivo ESPN –, os estúdios *Touchstone*, *Miramax* e *Pixar*, a editora de quadrinhos *Marvel Entertainment* e parques temáticos ao redor do mundo. “Com isso, a Disney se transformou em um verdadeiro emblema da cultura mainstream globalizada” (MARTEL, 2012, p. 66).

A companhia além de dona de redes de televisão, tv a cabo, redes de rádio, parques temáticos e navios de cruzeiro, A *Walt Disney Company* se transformou numa “verdadeira e completa empresa de entretenimento no vasto firmamento das indústrias do setor”, declarou Micheal Eisner¹⁰, certa vez (EPSTEIN, 2008, p. 25).

E o grande marco na transformação do estúdio de animações para essa corporação pode ser percebido na contratação de Michael Eisner como presidente, em 1984. Ele foi o responsável por tirar o estúdio de uma acomodação e voltar a produção de grandes animações. A ideia dele se pautava em privilegiar a história e os personagens. “Para Eisner, os projetos de filmes devem ser orientados sobretudo por uma história solidamente construída” (MARTEL, 2012, p. 67). O foco das produções estava em personagens cativantes, evitando atores conhecidos que cobravam altos cachês e parte das bilheterias, histórias simples e com “*happy end*” certo.

Outra estratégia foi a internacionalização da empresa. As produções ganharam contornos globalizados, com a contratação de artistas de diversas partes, em diversas funções. Numa apresentação de um dos parques, um ator asiático interpreta o personagem Aladim, “pois a Disney tem uma política de recrutamento deliberadamente voltada para a diversidade” (MARTEL, 2012, p. 65).

Por fim, a estratégia de verticalização de todos os departamentos e filiais da corporação. A ideia é que todos os “conteúdos culturais devem ser produzidos pelo grupo detentor do copyright, para em seguida serem reproduzidos ao infinito em todos os formatos” (MARTEL, 2012, p. 68). No cinema, em parques temáticos, da televisão ou em home vídeos (DVD e Blu Disc), livros e toda a gama de licenciados. A empresa opera no que Eisner definiu como sinergia no consumo de seus produtos. Para Epstein (2008), Eisner ainda mantinha o mesmo objetivo fundamental de Walt Disney: “desenvolver fortes franquias de marcas e personagens” (p. 43).

¹⁰ Michael Dammann Eisner (1942 –), é um empresário americano, e foi presidente das organizações Disney entre os 1984 e 2005.

Apesar da renovação da marca, Eisner passou ao largo de questões políticas durante os anos de 1980 e 1990. A proibição do *Gay Day* dentro da Disneylândia e só tardiamente a liberação para casais homossexuais nas festas em parques da empresa representavam a tentativa de manter a marca sob um véu de inocência. O próprio Micheal Eisner “revisou o roteiro do filme *Garota Veneno (The hot chick*¹¹), de 2002, assinando vinte piadas que ele considerava incompatíveis com a imagem da Disney” (EPSTEIN, 2008, p. 160). A empresa jamais se arriscou em ter um filme censurado para menores de 13 anos, e para tal público disponibilizava suas criações por outros estúdios, como o *Miramax* e *Touchstone*.

A Disney e a Pixar

A passagem de Michael Eisner pela Disney foi marcada por um episódio trágico, do ponto de vista empresarial. Em 1985, a empresa de animações digital foi Pixar foi “oferecida” a Disney. A empresa que era parte de George Lucas foi apresentada à Roy Disney. “[Roy Disney] visita as instalações e fica encantado com a capacidade de reinvenção do cinema de animação através do digital e do 3D, ao passo que a Disney continua realizando seus desenhos animados à mão” (MARTEL, 2012, p. 71) O co-criador dos estúdios de animação pareceu interessado no negócio, “mas Eisner recusa categoricamente: ‘nós não somos uma empresa de R&D’, teria declarado Eisner, querem do dizer que a experimentação, a pesquisa e desenvolvimento não eram seu objetivo” (MARTEL, 2012, p. 71). A Disney adquiriu a Pixar em 2006, por um valor 74 vezes maior do que a proposta de 1985.

A história muito reconhecida na indústria do cinema e da cultura pop, além de marcar a passagem de Michael Eisner no comando da Disney, apresentou uma realidade que estava pronta para se chocar com o processo de produção da tradicional empresa de animação. A criação digital de personagens, cenários e histórias estava prestes a integrar de vez a vida da produção fílmica de Hollywood. Roy tinha percebido que a animação estava perdendo força e as tecnologias de criação digital poderiam representar o futuro.

A reunião entre as duas empresas aconteceu em 1995, na primeira criação de destaque da Pixar. A parceria foi firmada no mesmo modelo que operava comumente em Hollywood. A Disney entrou com o financiamento do filme e com a distribuição, a Pixar se

¹¹ É uma comédia de 2002, produzido pela Touchstone Pictures, Walt Disney Pictures e Happy Madison e distribuído por Touchstone Pictures e Buena Vista International. Estrelado por Rob Schneider e Rachel McAdams.

encarregava da produção. Apesar de ter uma história já consolidada na criação digital e 3D, principalmente na produção de curta-metragens, a parceria com a Disney é que deu destaque a empresa. A proposta era a criação de uma história onde brinquedos ganhassem vida. O resultado foi a animação digital “*Toy Story*”, lançada em 1995, arrecadando U\$ 191 milhões nos Estados Unidos e U\$ 356 milhões no restante do mundo, batendo diversos recordes de bilheteria na semana do lançamento. Além disso, o filme recebeu 3 indicações ao Oscar em 1996, mas a maior premiação estavam nas inovações que ele propunha. “Com *Toy Story*, o cinema de animação torna-se não só um dos setores mais rentáveis de Hollywood, mas também um dos mais criativos” (MARTEL, 2012, p. 73).

Depois de “*Toy Story*”, a Disney fechou um contrato para a produção de sete longas-metragens: “*Vida de Inseto*” (1998), “*Toy Story 2*” (1999), “*Monstros S.A.*” (2001), “*Procurando Nemo*” (2003), “*Os Incríveis*” (2004), “*Carros*” (2006) e “*Ratatouille*” (2007). No acordo o Estúdio Disney poderia exigir o controle completo sobre o produto, e garantindo o financiamento e a distribuição das obras. “Não demora, e a parte da Pixar nas rendas do estúdio de animação da Disney chega a 97%, graças a esse contrato” (MARTEL, 2012, p. 74). Segundo Epstein (2008) o estúdio de animação digital, com os longa-metragem produzidos para a Disney, entre 1995 e 1999, representaram mais de 50% de toda renda da sua divisão de filmes.

A parceria entre as duas empresas passou por altos e baixos durante o período de 1995 até 2006, quando a *Walt Disney Company* comprou a Pixar por U\$ 7,4 bilhões. Porém, em 1986 o empresário Steve Jobs¹² havia pagado U\$ 10 milhões pela Pixar, proposta que Michael Eisner havia recusado, apesar da insistência de Roy Disney.

Além dos números da negociação, o importante é ressaltar que a Pixar, e também sua parceria com a Disney, mudou o cinema de animação, promovendo mais uma inovação na forma de Hollywood de contar histórias, tão significativas – do ponto de vista tecnológico – como as que Walt Disney promovia nas décadas de 1920 e 1930.

Considerações Finais

Também vale atentar-se ao fato de que as animações digitais, principalmente a partir de “*Toy Story*”, deixaram de ser uma linha a parte e ganharam força de mercado para se

¹² Steven Paul Jobs (1955 – 2011) foi um inventor e empresário e americano no setor da informática. Ficou conhecido por fundar, junto com Steve Wozniak, em 1976 a empresa de computadores e periféricos Apple Inc.

estabelecerem como grandes produções. Se nas décadas de 1930 e 1940 a Disney já se esforçava para tornar o filme de animação uma diversão familiar completa, e não só uma atração menor voltada para o público infantil, a Pixar nos anos 1990 repete o trabalho com suas animações. A grandeza e importância de “*Toy Story*” estão além de sua qualidade técnica, de seus astros premiados (como Tom Hanks¹³ e Tim Allen¹⁴), mas no que representou para a produção de filmes de animação. A Pixar, por meio de “*Toy Story*”, modificou o cinema de animação de maneira só semelhante a Disney e “Branca de Neve” na década de 1930. A partir de então, o cinema de animação era quase estritamente digital. A título de exemplo, a Academia Americana de Cinema – que criou a partir de 2001 a categoria de melhor filme de animação –, só premiou um ganhador de longa animado não digital até o ano de 2014.

Hoje o cinema de animação representa uma fatia considerável no mercado do cinema nos Estados Unidos e no restante do mundo. A animação digital “*Rio*¹⁵” (2011), por exemplo, foi um destaque nos lançamentos recentes no cinema. Seus números alcançaram patamares significativos, mesmo se comparados a outras obras daquele ano. A película foi o 10º filme mais assistido no mundo em 2011; nos Estados Unidos teve uma arrecadação de US\$ 143 milhões (39 milhões só no primeiro fim de semana) e uma arrecadação no restante do mundo de US\$341 milhões. Um saldo considerável, se comparado ao valor gasto divulgado pela *20th Century Fox*, de US\$ 90 milhões. Para noção de comparação, o filme mais assistido naquele ano “*Harry Potter and the Deathly Hallows Part 2*” (que está entre as quatro maiores bilheterias da história do cinema) teve uma arrecadação de US\$ 1,3 bilhão. Como outros exemplo de filmes lançados em 2011, a animação “*Kung Fu Panda 2*”, e o filme “*Fast Five*” (“*Velozes e Furiosos 5: Operação Rio*”) tiveram arrecadação de US\$660 milhões e US\$620 milhões respectivamente¹⁶.

Mas o mercado de Hollywood se abastece também de produtos licenciados e merchandising. E nesse setor os números também são consideráveis. Para se ter uma referência a Disney é a marca com maior renda em termos de licenciamento de produtos no

¹³ Thomas Jeffrey Hanks (1956 –) é um destacado roteirista, produtor e ator de Hollywood. Recebeu duas vezes a estatueta do Oscar e foi indicado outras três vezes.

¹⁴ Timothy Allen Dick (1953 –) é um ator e comediante americano.

¹⁵ Animação foi distribuída pela *20th Century Fox*, megacorporação do cinema nos EUA e detentora de franquias como “*Star Wars*”, “*Alien*” e “*Simpsons*”. Ela tem como subsidiária a *Blu Sky Studios*, empresa que produziu “*Rio*”.

¹⁶ Dados do site Box Office. Disponível no link: <http://www.boxofficemojo.com/>, acessado no dia 01/04/2014, às 10:00.

mundo. Em 2011 foram US\$ 28.6 bilhões. Só de produtos relacionados ao filme “*Toy Story 3*” (2010) foram US\$ 2.4 bilhões naquele mesmo ano¹⁷.

Assim, a proposta deste trabalho foi revisar a história da do cinema de animação na indústria fílmica de Hollywood, mostrando a participação dos estúdios Disney transformando a animação de atração secundária para evento principal das salas de exibição, carro-chefe de uma indústria bilionária que teve seu início e seu reinício atrelada aos estúdios de animação de Walt Disney.

REFERÊNCIAS

EPSTEIN, Edward Jay. **O Grande Filme**: dinheiro e poder em Hollywood. São Paulo: Summus, 2008.

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

GOMERY, Douglas. **Disney’s Business History**: A Reinterpretation. (in) Eric Smoodin. **Disney Discourse**: Producing The Magic Kingdom. New York: Routledge, 1994.

GONÇALVES, Maurício R. **Cinema e identidade nacional no Brasil 1898 – 1969**. São Paulo: LCTE Editora, 2011.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream** - a Guerra Global Das Mídias e Das Culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Moraes Editores, 1970.

SCHATZ, Thomas. **O gênio do Sistema**: a era dos estúdios em Hollywood. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

SKLAR, Robert. **História Social do Cinema Americano**. São Paulo: Editora Cultrix, 1975.

¹⁷ Revista *License! Global*, Vol. 14, nº 2, 05/2011. Disponível no link: <http://www.rankingthebrands.com/PDF/Top%20125%20Global%20Licensors%202011,%20License%20Global.pdf>, acessado dia 01/04/2014, às 14:00.