

NAYARA RÉGIS FRANZ

**FANTASIA:
UMA HISTÓRIA SOCIAL DO CINEMA DE ANIMAÇÃO**

Dissertação submetida ao programa de pós-graduação em História da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do grau de mestre em História Cultural. Área de concentração: Sociedade, Política e Cultura no Mundo Contemporâneo.
Orientador: Prof. Dr. Alexandre Busko Valim.

Florianópolis
2019

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Franz, Nayara Régis
Fantasia : uma História Social do Cinema de
Animação / Nayara Régis Franz ; orientador,
Alexandre Busko Valim, 2019.
322 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de
Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências
Humanas, Programa de Pós-Graduação em História,
Florianópolis, 2019.

Inclui referências.

1. História. 2. Política de Boa Vizinhança. 3.
Cinema de Animação (Walt Disney). 4. Relações Brasil
e Estados Unidos. 5. Segunda Guerra Mundial. I.
Valim, Alexandre Busko . II. Universidade Federal
de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em
História. III. Título.

Nayara Régis Franz

Fantasia: uma História Social do Cinema de Animação

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em História” e aprovada em sua forma final pelo Programa Pós-Graduação em História.

Florianópolis, 09 de abril de 2019.



Prof. Dr. Lucas De Melo Reis Bueno
Coordenador do PPGH/UFSC

Banca Examinadora:



Prof. Alexandre Busko Valim, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

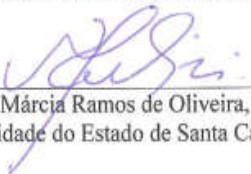


Prof.ª Ana Maria Mauad Dr.ª
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Lucas De Melo Reis Bueno
Coordenador do Programa de
Pós-Graduação em História
PPGH/CFH/UFSC
Portaria 548/2019/GP



Prof. José Cláudio Siqueira Castanheira, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof.ª Márcia Ramos de Oliveira, Dr.ª
Universidade do Estado de Santa Catarina

Fantasia reúne o melhor e o pior dos estúdios Disney, e assim, juntamente com momentos soberbos de animação e música, há outros não tão afortunados que manifestam o joio endêmico da empresa.

(José Moscardó Guillén)¹

¹ Cf. GUILLÉN, José Moscardó. *El Cine de Animación en más de 100 largometrajes*. Madrid: Alianza Editorial, 1997, p. 25.

RESUMO

Esta pesquisa dialoga com o período da Segunda Guerra Mundial, quando o empresário e cineasta Walter Elias Disney (1901-1966), mais conhecido como Walt Disney, lançou os seus primeiros longas-metragens no mercado cinematográfico. Entre todos os audiovisuais do período, consideramos *Fantasia* (1940) uma animação interessante para a análise histórica. Se, atualmente, a obra é conhecida como um dos filmes ‘clássicos’ do estúdio, à época de seu lançamento *Fantasia* resultou em um fracasso de bilheteria para a companhia. Ao mesmo tempo, em decorrência dos esforços de guerra, Walt Disney estabeleceu parcerias com o governo estadunidense, e encaminhou as suas produções para uma finalidade diplomática específica: a Política de Boa Vizinhança. Inserido nessa conjuntura, o lançamento de *Fantasia* no Brasil em 1941 ocorreu como um evento político, e contrariando a estreia estadunidense, transformou-se em um significativo sucesso. Assim, a trajetória de *Fantasia* envolve informações sobre o modo de produção de sua época, e também se apresenta como parte da história das relações entre os Estados Unidos e o Brasil durante a Segunda Guerra Mundial. Esta dissertação se fundamenta, então, em uma História Social do Cinema de Animação, sendo que o principal objeto de análise é *Fantasia*. Desse modo, à medida que construímos ensaios sobre os processos de produção e recepção da animação referida, também procuramos compreender questões acerca das respectivas conjunturas históricas em que os eventos estiveram envolvidos.

Palavras-chave: História. Política de Boa Vizinhança. Cinema de Animação.

ABSTRACT

This research dialogues with the period of World War II, when businessman and filmmaker Walter Elias Disney (1901-1966), better known as Walt Disney, released his first feature films on the film market. Among all the audiovisuals of the period, we consider Fantasia (1940) an interesting animation for historical analysis. If, currently, the work is known as one of the studio's 'classic' films, at the time of its Fantasia release resulted in a box office failure for the company. At the same time, as a result of war efforts, Walt Disney established partnerships with the American government, and directed its productions to a specific diplomatic goal: the Good Neighbor Policy. Inserted in this conjuncture, the launch of Fantasia in Brazil in 1941 occurred as a political event, and contrary to the American debut, has turned into a significant success. Thus, Fantasia's trajectory involves information about the mode of production of his time, and also presents itself as part of the history of the relations between the United States and Brazil during Second World War. This dissertation is based, then, in a Social History of the Cinema of Animation, being that the main object of analysis is Fantasy. Thus, as we construct essays on the processes of production and reception of the referred animation, we also try to understand questions about the respective historical conjunctures in which the events were involved.

Keywords: History. Good Neighbor Policy. Animation Cinema.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. O CAMINHO PARA <i>FANTASIA</i>: O PROCESSO DE INDUSTRIALIZAÇÃO DOS ESTÚDIOS DISNEY	29
1.1. O CINEMA DE ANIMAÇÃO E O IMAGINÁRIO DE WALT DISNEY	30
1.2. EMERGÊNCIAS: MICKEY MOUSE E A IMPORTÂNCIA DA MÚSICA PARA OS ESTÚDIOS DISNEY	35
1.3. <i>SILLY SYMPHONIES</i> : AS PRIMEIRAS EXPERIMENTAÇÕES	54
1.4. O REALISMO	61
1.5. OS BASTIDORES	75
2. <i>FANTASIA</i>: UMA ANÁLISE DE PRODUÇÃO À RECEPÇÃO	87
2.1. SOBRE A ANÁLISE DE PRODUÇÃO	88
2.2. A HISTÓRIA DE PRODUÇÃO DE <i>FANTASIA</i>	90
2.3. A ANÁLISE FÍLMICA	102
2.3.1. TOCATA E FUGA EM RÉ MENOR	106
2.3.2. SUÍTE DO QUEBRA NOZES	112
2.3.3. O APRENDIZ DE FEITICEIRO	118
2.3.4. SAGRAÇÃO DA PRIMAVERA	125
2.3.5. O INTERVALO E A TRILHA SONORA	131
2.3.6. SINFONIA PASTORAL	134
2.3.7. DANÇA DAS HORAS	145
2.3.8. NOITE NO MONTE CALVO E AVE MARIA	149
2.4. A RECEPÇÃO DE <i>FANTASIA</i> : O FRACASSO DE BILHETERIA NOS ESTADOS UNIDOS	157
2.4.1. OS RELANÇAMENTOS DE <i>FANTASIA</i>	171
3. ESTADOS UNIDOS, BRASIL, E CINEMA: COMO WALT DISNEY SE TORNOU UM EMBAIXADOR DA POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA	175
3.1. A POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA, A HEGEMONIA E O IMAGINÁRIO ESTADUNIDENSE	177
3.2. O <i>OFFICE</i> E O CINEMA	183
3.3. CONSIDERAÇÕES SOBRE CINEMA E PROPAGANDA	192
3.4. ESTADO NOVO: A POLÍTICA DE BARGANHA, A PROPAGANDA E A CENSURA	200
3.5. O CINEMA DO <i>OFFICE</i> NO BRASIL	206
3.6. A GREVE NOS ESTÚDIOS DISNEY	212
3.7. <i>FANTASIA</i> E A DIPLOMACIA: WALT DISNEY EM TURNÊ PELA AMÉRICA LATINA	217

4. A RECEPÇÃO DE <i>FANTASIA</i> NO BRASIL: O PRIMEIRO SUCESSO ENTRE AS ANIMAÇÕES DA POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA	229
4.1. A IMPRENSA DURANTE O ESTADO NOVO	231
4.2. WALT DISNEY E A HOSPITALIDADE BRASILEIRA	240
4.3. A RECEPÇÃO DE <i>FANTASIA</i> NO BRASIL.....	254
4.4. DE VOLTA AOS ESTÚDIOS DISNEY: O CINEMA DE ANIMAÇÃO PRODUZIDO PARA A POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA E PARA O ESFORÇO DE GUERRA.....	284
4.5. CONCLUSÕES ACERCA DO PAPEL DE WALT DISNEY E DA POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA NO BRASIL.....	294
CONSIDERAÇÕES FINAIS	303
FONTES E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	309

INTRODUÇÃO

Durante as primeiras décadas do século XX, o cinema foi um dos meios de cultura mais influentes dos Estados Unidos, recebendo o seu apoio principal das classes marginalizadas da sociedade estadunidense e, ao mesmo tempo, obtendo respeito e admiração de acadêmicos, intelectuais, literários e jornalistas, que viam nos cineastas os “detentores do poder de criar os mitos e sonhos da nação”². Na mesma época também houve o desenvolvimento do cinema de animação hollywoodiano, que se adaptou aos seus modos de produção, e igualmente passou a representar o *American Dream*³ e a fazer referência ao cinema especificamente estadunidense⁴. Os primeiros longas-metragens de animação estrearam no período da Segunda Guerra Mundial, quando esse cinema conquistou espaço de exibição também na América Latina. Foi em meio a esse contexto que emergiu *Fantasia*, uma animação em musical que estreou oficialmente em 1940, como uma das obras de maior importância da carreira de Walt Disney. Sendo apenas o terceiro longa-metragem lançado pelo empresário, *Fantasia* foi um produto das primeiras experimentações realizadas pelos estúdios que compõem a *Walt Disney Productions*. *Fantasia* foi uma produção caríssima para a sua época, demandou quase três anos de intensiva produção, e foi o primeiro filme protagonizado pelo personagem Mickey Mouse. Embora não tenha sido produzida com esse objetivo, *Fantasia* foi, ainda, uma das animações que participaram dos projetos da *Good Neighbor Police* (Política de Boa Vizinhança) com vistas à aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos, no momento da Segunda Guerra Mundial.

Ao estudar a trajetória de *Fantasia*, encontramos, assim, duas confluências de acontecimentos quanto à animação. A primeira refere-se à história da própria obra, ou seja, de como ela surgiu, por que e por quem ela foi realizada, e como ela foi recebida nos Estados Unidos. E a segunda diz respeito à *Fantasia* na condição de instrumento da Política de Boa Vizinhança no Brasil. Em relação ao segundo evento, podemos

² Cf. SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. São Paulo: Cultrix, 1975, p. 229.

³ Em português ‘Sonho Americano’, é uma expressão relacionada ao imaginário coletivo estadunidense, que quer dizer que, com dedicação, a prosperidade e o sucesso podiam ser obtidos mediante o trabalho nos Estados Unidos do século XX. O país era conhecido também pela expressão ‘terra das oportunidades’.

⁴ Cf. DENIS, S. *O Cinema de Animação*. Lisboa: Texto&Grafia, 2010, p. 11.

dizer que esta dissertação apresenta uma descoberta, uma vez que a literatura especializada desconhece a recepção de *Fantasia* no Brasil na configuração de uma estratégia da Boa Vizinhança.

A Boa Vizinhança foi uma política exercida pelo governo estadunidense entre meados dos anos 1930 e a Segunda Guerra Mundial, tendo atuado nos países latino-americanos mediante o chamado *Soft Power*⁵ e a divulgação do modo de vida estadunidense. A Boa Vizinhança implicou em um intercâmbio cultural e sistemático de artistas, intelectuais e empresários entre os Estados Unidos e os países visados por essa política, sendo os principais o Brasil, a Argentina, e o México; que eram nações com grandes extensões territoriais e populações, assim como Estados com potenciais de fornecimento de matérias-primas para o esforço de guerra estadunidense⁶. Contudo, neste trabalho abordamos essa relação apenas com o Brasil, e comunicamos que não é nosso objetivo fazer uma análise precisamente política ou econômica do contexto, e sim partirmos das perspectivas sociais e culturais do período, especialmente, por meio da História do Cinema.

O tema de aproximação entre as Américas no período da Segunda Guerra Mundial é amplamente debatido pela historiografia, e entre os trabalhos sobre a hegemonia cultural estadunidense no Brasil, destacamos as contribuições de Gerson Moura⁷ e Antonio Pedro Tota⁸, autores reconhecidos pelas pesquisas dedicadas às Relações Internacionais. Mais precisamente sobre o cinema desse período, existem estudos recentes que auxiliaram o desenvolvimento desta dissertação, como a tese de Celso Fernando Claro de Oliveira⁹, que ao

⁵ Em português ‘poder brando’, significa a “habilidade de afetar o outro de uma maneira coativa, estruturando agendas, persuadindo e atraindo positivamente com o propósito de obter comportamentos desejados”. Cf. NYE, Joseph apud VALIM, Alexandre Busko. *O Triunfo da Persuasão: Brasil, Estados Unidos e o Cinema da Política de Boa Vizinhança durante a II Guerra Mundial*. São Paulo: Alameda, 2017, p. 25.

⁶ Cf. VALIM, Alexandre Busko. Cinema, propaganda e integração hemisférica: os filmes do Office of Interamerican Affairs. *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História*. São Paulo: ANPUH, 2011, p. 2-3.

⁷ Cf. MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1988. Cf. MOURA, Gerson. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012.

⁸ Cf. TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

⁹ Cf. OLIVEIRA, Celso Fernando Claro de. *A Sra. Miniver vai ao Brasil: A Recepção dos ‘Filmes de Home Front’ na Imprensa do Rio de Janeiro (1942-*

abordar a estreia do filme *Rosa de Esperança* no Brasil, observou que “os ‘filmes de *home front*’ foram um importante instrumento dentro do projeto da Política de Boa Vizinhança” neste país; assim como a tese de Monica Sol Glik¹⁰, que fundamentou sua pesquisa em torno do impacto da diplomacia cultural estadunidense no Brasil e na Argentina durante o início dos anos 1940.

Ponderando que esta pesquisa é interdisciplinar, dialogamos também com a área de Estudos Culturais, principalmente por meio da obra do autor colombiano Jesús Martín-Barbero¹¹, que é insigne por dizer que pensar a cultura estadunidense na América é abordá-la a partir de uma articulação em dois planos: aquele que os meios de comunicação e cultura¹² reproduzem – um estilo de vida particular; e aquele que eles produzem – uma “universalização” desse modo de viver. Dessa maneira, consideramos que a hegemonia estadunidense que se consolidou no Brasil se fez em grande parte com o auxílio das mediações culturais que agiram nos esforços de aliança entre os dois países. Determinados pelos acordos da Boa Vizinhança, nesse período os meios como a publicidade, a imprensa, o rádio e, especialmente, o cinema, foram os principais agentes de interação entre os grupos envolvidos, de maneira que essa relação quase sempre ocorreu pela produção e a emissão dos veículos de comunicação e cultura estadunidenses, que por sua vez foram recebidos pelos brasileiros. Ou seja, nessa época os meios culturais se encontraram geralmente a serviço do grupo hegemônico, e atuaram, por conseguinte, na difusão de representações na forma de ideias, estereótipos e padrões de comportamentos.

1945). Tese (doutorado). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2016.

¹⁰ Cf. GLIK, Monica Sol. *El Hogar de La Victoria: La promesa del american way of life para América Latina* (Estados Unidos – Brasil – Argentina, 1940-1945). Tese (Doutorado em História). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015.

¹¹ Cf. MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

¹² Em conformidade com o autor Douglas Kellner, neste trabalho consideramos que não deve haver distinções entre os termos cultura e comunicação, já que toda cultura é mediada pela comunicação e, da mesma maneira, toda comunicação é mediada pela cultura. Cf. KELLNER, D. *A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001, p. 52-53. Consideramos ainda, embasando-nos em Raymond Williams, que os meios de comunicação e cultura são também meios de produção, uma vez que os meios de comunicação são materialmente produzidos por um grupo social e, em seguida, reproduzidos, sendo assim, meios de produção. Cf. WILLIAMS, R. *Cultura e Materialismo*. São Paulo: UNESP, 2011, p. 69.

Nesse contexto, consideramos que um dos meios mais importantes para a edificação da Política de Boa Vizinhança no Brasil foi o cinema, e para fazermos essa afirmação apoiamos-nos, sobretudo, na recente obra de Alexandre Busko Valim¹³, que desenvolveu uma ampla pesquisa sobre a relação entre o Brasil e os Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial, a partir da perspectiva do cinema da Boa Vizinhança. Com finalidades diplomáticas, o cinema desse período se transformou em um campo de disputas e, salvo as proporções e os métodos, defendemo-lo como um tema tão importante para a análise histórica quanto às batalhas que foram travadas nos *fronts*. No caso do cinema produzido por Walt Disney, podemos dizer que o conjunto de obras produzidas para o esforço de guerra, embora não tenha sido o único¹⁴, obteve a participação mais expressiva entre os Aliados.

Assim, partindo da perspectiva da História Social, entendemos a História do Cinema de maneira inerente às conjunturas políticas e sociais em que ela esteve inserida. Em especial, compreendemos a História do Cinema de maneira envolvida com as duas guerras mundiais que ocorreram durante as primeiras décadas do século XX. Ou, com a “guerra total”, como designou Eric Hobsbawm¹⁵. Afinal, desde os conflitos iniciais, vários países com importantes indústrias cinematográficas, como França, Inglaterra, Itália e Alemanha precisaram interromper a maior parte das suas produções fílmicas. Mediante os contextos bélicos, os produtores europeus enfrentaram dificuldades para dispor de capital para os filmes¹⁶, enquanto a indústria estadunidense pôde investir em cenários e locações de alto custo, em tecnologia, e no desenvolvimento de um modelo próprio de narrativa. À medida que a indústria do cinema produziu discursos da identidade estadunidense, Washington passou a intervir de forma mais direta na produção fílmica, e quando emergiu a Segunda Guerra Mundial, Hollywood já se

¹³ Cf. VALIM, Alexandre Busko. *O Triunfo da Persuasão*: Brasil, Estados Unidos e o Cinema da Política de Boa Vizinhança durante a II Guerra Mundial. São Paulo: Alameda, 2017.

¹⁴ O personagem mais utilizado em animações produzidas para o esforço de guerra foi o Pato Donald. Mas, além dos estúdios Disney, os estúdios *Famous* (antigo estúdio *Fleischer*, que em 1942 foi comprado pela *Paramount*) também produziram animações de propoaganda, tendo como principal personagem o marinheiro *Popeye*. A *Paramount* lançou nessa época, também, a série *Superman*, que em alguns episódios dialogou com a guerra. E ainda houve as animações produzidas pela *Warner Bros*, a partir da série *Looney Tunes*.

¹⁵ Cf. HOBBSAWM, Eric. *A era dos extremos: o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

¹⁶ Cf. SKLAR, 1975, p. 253.

apresentava no cenário mundial como um sinônimo da ‘modernidade’ que o país representava. Na América Latina, o cinema foi, nesse período, parte de uma transformação cultural que tornou, aos poucos, o *American Way of Life*¹⁷ uma parte da vida cotidiana¹⁸.

Nesta pesquisa o cinema é, portanto, pensado como fonte histórica, porque ele é “um agente que suscita certas transformações, veicula representações ou propõe modelos”¹⁹. A noção de representação, aliás, é essencial para compreensão desta dissertação, onde utilizamos como base o conceito de Representação Social, desenvolvido pelos autores Serge Moscovici e Denise Jodelet²⁰. As representações sociais são formas de conhecimento da sociedade contemporânea que partem do cotidiano em que se inserem e são veiculadas a partir de meios de comunicação e cultura e, assim, se estabelecem entre os sujeitos. Para Moscovici, as representações são mais que um conceito – constituem-se como um fenômeno, pois mesmo que não se perceba, elas são construídas por um determinado grupo e circulam por meio das interações humanas, seja a partir de conversas ou de veículos de comunicação²¹. Segundo Jodelet, as representações sociais se definem “como sistemas de interpretação, que regem nossa relação com o mundo e com os outros, orientando e organizando as condutas e as comunicações sociais”²². Em síntese, a representação pressupõe tornar presente algo ou alguém que está ausente²³, a partir de uma descrição,

¹⁷ Em português, o ‘estilo de vida americano’, é mais uma expressão do imaginário coletivo que será utilizada durante esta dissertação por se referir à imagem e ao comportamento do cidadão estadunidense.

¹⁸ De acordo com Cristina Meneguello, durante esse período os filmes de Hollywood chegavam a 95% do total de exibições na América Latina. Cf. MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação (mestrado). Campinas: Unicamp, 1992, p. 7.

¹⁹ Cf. VALIM, A. B. História e cinema. In: CARDOSO, C. F.; VAINFAS, R. (orgs.). *Novos Domínios da História*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 285.

²⁰ Um adendo: o conceito foi utilizado primeiramente pelo sociólogo Émile Durkheim, mas adquiriu um sentido diferente (e mais apropriado para esta pesquisa) com os estudos de Moscovici e Jodelet.

²¹ Para Moscovici, as representações podem, dessa maneira, transformarem-se em senso comum. Cf. MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes. 2007.

²² Cf. JODELET, Denise. *Representações Sociais: um domínio em expansão*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993, p. 5.

²³ Cf. CHARTIER, R. O mundo como representação. *Estudos Avançados*. São Paulo, v. 5, n. 11, 1991, p. 184.

um discurso, uma mensagem ou uma imagem. Para os estudos de imagens, a representação é um conceito-chave, pois, sendo a imagem um registro mais abrangente (baseado no sentido humano da visão) se comparada à escrita (um domínio especializado e restrito a uma língua)²⁴, as representações produzidas pelas imagens muitas vezes podem alcançar um público amplo, diverso, e global. Entre os possíveis formatos de imagens, o cinema foi um dos veículos mais expressivos das representações sociais que se formaram durante o século XX.

Sob a ótica da Política de Boa Vizinhança, o cinema encenou múltiplas representações da América. Foi nesse contexto que “locações, temas e talentos latino-americanos” ganharam um espaço até então inédito nas produções de Hollywood²⁵. Outra importante autora que se dedicou ao assunto é Ana Maria Mauad, que ao discorrer sobre os filmes produzidos durante a Segunda Guerra Mundial com a participação de Carmem Miranda, observou que as representações desses audiovisuais conformaram o imaginário sobre o ser e agir americanos²⁶. Miranda, na posição de ‘embaixatriz’ da Boa Vizinhança, foi possivelmente o exemplo mais conhecido desse momento de aliança estratégica entre o Brasil e os Estados Unidos. Todavia, um nome que certamente pode ser comparado ao de Miranda, é o de Walt Disney, que entre 1941 e 1945 firmou alguns contratos com o governo estadunidense, exatamente no mesmo período em que foi instituída a Política de Boa Vizinhança no Brasil²⁷. Segundo Bianca Freire-Medeiros, pesquisadora que se dedicou a compreender o papel de Walt Disney como ‘embaixador’, o empresário foi o “primeiro produtor de filmes em Hollywood encarregado de levar a mensagem de democracia e amizade aos povos abaixo do Rio Grande”²⁸, enquanto que para Mauad, “Carmem Miranda e Walt Disney são os exemplos mais emblemáticos da política com fins lucrativos”²⁹.

²⁴ Cf. KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual. *ArtCultura*. Uberlândia, v. 8, n. 12, 2006, p. 99.

²⁵ Cf. FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, v. 3, 2004, p. 64.

²⁶ Cf. MAUAD, Ana M. As três Américas de Carmem Miranda: cultura política e cinema no contexto da política da boa-vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Rio de Janeiro, v.1, 2002, p. 02.

²⁷ Cf. VALIM, 2017, p. 22.

²⁸ Cf. FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 65.

²⁹ Cf. MAUAD, 2002, p. 05.

Além da pesquisa de Freire-Medeiros, existem outros trabalhos sobre a atuação política de Walt Disney no Brasil³⁰. Mas, essas pesquisas tratam apenas das obras reconhecidamente produzidas para fins diplomáticos, chamadas, neste país, de *Aquarela do Brasil* (1942) e *Você já foi à Bahia?* (1944)³¹. Enquanto que o desconhecimento de *Fantasia* pela literatura especializada é notável. Ocorre que *Fantasia* é uma obra peculiar dentro do conjunto de animações de sua época, e é uma fonte de pesquisa complexa, pois a sua ligação com o esforço de guerra não está no advento de sua realização, como as demais obras do período, e sim em suas recepções realizadas na América do Sul³². Ademais, não existem registros acerca do seu lugar na Política de Boa Vizinhança nos contratos firmados entre o governo estadunidense e Walt Disney. Isto porque o período de produção de *Fantasia* (conforme veremos) foi anterior aos contratos. Por essa razão, nossa análise é de que, mesmo sem haver um planejamento prévio, *Fantasia* se tornou uma peça política a partir da sua recepção, e o seu lançamento funcionou como um evento orientado pelo governo dos Estados Unidos no momento de aproximação com o Brasil. Defendemos, então, que a recepção de *Fantasia* no Brasil constitui-se em uma importante engrenagem na aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial. E, mediante esta dissertação, pretendemos inserir *Fantasia* no conjunto de animações que fazem parte da filmografia acerca da Boa Vizinhança no Brasil.

³⁰ Cf. FERREIRA, Alexandre M. *O Cinema Disney Agente da História: A Cultura nas Relações Internacionais entre Estados Unidos, Brasil e Argentina (1942-1945)*. Dissertação (mestrado). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2008. Cf. ROSA, Marli. Pato Donald no batuque dos ‘bons amigos’: manifestações culturais na Política de Boa Vizinhança. In: *9º Encontro Internacional da ANPHLAC*. Goiânia, 2010. Cf. HERNANDEZ, Pablo S. R. *Cinema e Política de Boa Vizinhança: a expedição de Walt Disney ao Brasil*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Dissertação (mestrado), 2015.

³¹ Esses nomes são referentes aos curtas-metragens desenvolvidos especialmente para os brasileiros. Mas ambos fazem parte de longas-metragens, chamados, respectivamente, de *Saludos (Alô, Amigos)* e *The Three Caballeros*, que em conjunto envolvem narrativas sobre alguns países latino-americanos.

³² Sabemos que *Fantasia* foi lançada por Walt Disney em colaboração com a Política de Boa Vizinhança, em 1941, pelo menos, no Brasil, na Argentina, no Uruguai e na Cidade do Panamá. Mas por questões de limitações desta pesquisa, abordaremos apenas a recepção que ocorreu no Brasil (além do lançamento oficial, nos Estados Unidos). E como este tema é, na maior parte, inédito, pretendemos incentivar mais pesquisas sobre o assunto.

Durante as pesquisas, percebemos, também, que *Fantasia* resultou em um fracasso de bilheteria nos Estados Unidos, em 1940. Porém, no ano seguinte, patrocinado pela Boa Vizinhança, o lançamento de *Fantasia* foi um verdadeiro sucesso no Brasil. Tal divergência se tornou uma questão norteadora deste trabalho, porque, à medida que investigamos os motivos do fracasso em seu país de origem e, em seguida, do sucesso de *Fantasia* no Brasil, estamos abordando também a história do cinema de animação do período, e ao mesmo tempo, conhecendo a sua relação com ambas as sociedades daquele momento, assim como os objetivos políticos e culturais dos dois países averiguados.

De acordo com Marc Ferro, existem diversas possibilidades em se estudar um filme³³. Todavia, avaliamos que a melhor definição para o referencial teórico-metodológico desta pesquisa está de acordo com a História Social do Cinema, em especial, de animação. O termo História Social do Cinema tem sido cada vez mais utilizado por historiadores ao abordarem História e Cinema, e parte do pressuposto de que o cinema é sempre uma prática social e também um gerador de práticas sociais. Segundo Michèle Lagny, o cinema é fonte da História, “não somente ao construir representações da realidade, específicas e datadas, mas fazendo emergir maneiras de ver, de pensar, de fazer e de sentir”³⁴. Dessa maneira, os filmes não são enxergados como uma ilustração da História, mas sim em formato de análise, pois, desde que o historiador questione as imagens com as quais está trabalhando, todo filme pode desempenhar o papel de fonte para a pesquisa histórica. Como defendeu Lagny, “certos filmes utilizados como fontes primárias permitem confirmar ou, às vezes, modificar as análises provenientes de outras fontes”³⁵. Dessa forma, não se trata do cinema nos fazer ver coisas novas, mas de nos permitir enxergar outras maneiras de ver³⁶.

Uma vez que vivemos, hoje, em uma sociedade midiática e fortemente influenciada pelas imagens, o cinema se tornou uma das ferramentas essenciais para a compreensão da História Contemporânea. No entanto, a utilização de filmes enquanto documentos ainda é uma prática recente e desafiadora para a historiografia brasileira. De acordo com Valim, o cinema começou a ser pensado como fonte de

³³ Cf. FERRO, Marc. *Cinema e História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

³⁴ Cf. LAGNY, Michèle. *O cinema como fonte de História*. In: NÓVOA, Jorge. *Cinematógrafo*. São Paulo: Ed. UNESP, 2009, p. 110.

³⁵ Cf. LAGNY, 2009, p. 115-116.

³⁶ Cf. MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 83.

investigação entre os historiadores a partir da década de 1990³⁷, mas o cinema de animação, particularmente, consiste em uma área de pouca atenção acadêmica, tendo sido esse um dos fatores de maior dificuldade desta pesquisa. Para Sébastien Denis, isso provavelmente acontece porque a animação costuma apresentar uma estética distante do mundo real³⁸, apresentando geralmente um movimento mais acelerado que as ações humanas. Entretanto, conforme veremos neste trabalho, o cinema de animação também pode ser dotado de bastante realismo, no que tange a precisão dos movimentos. Veremos, inclusive, que a realização de uma animação costuma ser tão ou mais dispendiosa que o cinema de ação ao vivo, e que, igualmente, está inserida no modelo industrial. Logo, entendemos que o cinema de animação de determinado período pode contribuir como fonte para a História tanto quanto os filmes em *live action*, afinal, assim como qualquer audiovisual, as animações sempre são ficções, que podem construir representações sobre o seu momento de realização ou sobre o grupo que o produziu.

Conforme Valim, um trabalho pautado na História Social do Cinema é caracterizado por debates interdisciplinares, pois necessitam de um equilíbrio entre a teoria cinematográfica, a crítica cinematográfica e a história do cinema³⁹. Esses debates perpassam pelo Circuito Comunicacional de um determinado filme, ou seja, pelos processos de produção, distribuição e recepção. Embora alcançar todos esses objetivos de maneira ‘completa’ seja uma tarefa praticamente impossível de ser executada, são essas orientações que nos fazem manter uma relação entre o filme produzido e o contexto em que ele está inserido. De acordo com os autores Guilherme Américo e Lucas Villela, o circuito comunicacional pode ser dividido em três circuitos concêntricos e interligados: o circuito extrafílmico, que abrange os processos de produção, circulação, recepção e agenciamento; o circuito interfílmico, que compreende as documentações e as mais diversas informações relativas ao filme; e o circuito intrafílmico, que refere-se à análise do texto fílmico, da obra em si⁴⁰. Em maior ou menor medida,

³⁷ Cf. VALIM, 2012, p. 283. Esse dado refere-se especificamente ao Brasil, pois na Europa os estudos com o cinema ocorreram a partir da década de 1960, em particular, mediante as pesquisas de Marc Ferro.

³⁸ Cf. DENIS, 2010, p. 26.

³⁹ Cf. VALIM, 2012, p. 284.

⁴⁰ Cf. AMÉRICO, Guilherme; VILLELA, Lucas. Circuito Comunicacional: o Cinema na Perspectiva da História Social. *Teoria da História*. Revista da

utilizamos todos estes circuitos ao longo dos capítulos desta dissertação, de acordo com as nossas fontes de pesquisas e conforme abordamos as animações produzidas por Disney. Contudo, o instrumento de análise que permeia todo o nosso trabalho é o de recepção cinematográfica, por isso, consideramos necessário fazer desde já uma descrição do termo.

A recepção diz respeito a um processo de interação entre o emissor da obra e o receptor, e estudá-la é fazer uma análise relativa à maneira que o audiovisual foi interpretado por quem o assistiu. Segundo o teórico do cinema Jacques Aumont, o trabalho do historiador no que tange a recepção é colocar-se no lugar do espectador e dotá-lo de pensamentos críticos em relação à obra⁴¹. A recepção compreende, então, a história da audiência de um filme. No entanto, é difícil sabê-la com precisão. Porque a História necessita de fontes para ser escrita, e os espectadores de um determinado filme ou de conjunto de filmes deixam poucos registros materiais sobre as percepções que obtiveram ao assisti-los. Além disso, cada espectador tem uma identidade, ou múltiplas identidades socialmente construídas. Como bem lembra Janet Staiger, a recepção, além de ser uma experiência sociológica, é também psicológica⁴². A experiência de assistir a um filme envolve aspectos emocionais e comportamentos cognitivos. Para Martín-Barbero, no momento da recepção há uma conjunção entre a atividade crítica e o prazer artístico⁴³ do indivíduo. Cada espectador possui as suas próprias experiências e estratégias interpretativas, assim como preferências e expectativas em relação ao ato de assistir um filme. Contudo, a investigação individual de uma recepção seria custosa e não nos diria muito sobre as várias possíveis interpretações de um audiovisual. Desse modo, a partir da História Social do Cinema, pensamos as recepções de maneira coletiva e os sujeitos como grupos inseridos em determinados contextos políticos e sociais.

A recepção se constitui, assim, em uma tarefa árdua a ser delimitada, já que é preciso ter consciência que o indivíduo se insere socialmente e constrói a sua identidade a partir de suas vivências e conhecimentos, que estão sempre em desenvolvimento. De acordo com Martín-Barbero, é preciso olhar para os sujeitos da recepção como

Faculdade de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Goiás, n. 10, 2013, p. 255.

⁴¹ Cf. AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papyrus, 2004.

⁴² Cf. STAIGER, Janet. *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*. New York: New York University Press, 2000.

⁴³ Cf. MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 84.

atores sociais, ao invés de agentes passivos. São as experiências de um espectador que vão interferir na relação que ele estabelecerá com o audiovisual e que irão levá-lo a identificar possíveis representações sociais ou convenções estéticas em obras cinematográficas. Além disso, da mesma forma que ocorre com o processo de produção do filme, a recepção também está relacionada às condições políticas e econômicas em que a exibição do audiovisual está incluída⁴⁴. Neste sentido, o cinema enquanto produto industrial e cultural pode ser visto como um campo de intensa competição entre grupos de produção, distribuição e consumo.

Segundo Valim, a recepção deve ser observada por um contexto “multidimensional em que as pessoas vivem o seu cotidiano, e ao viver esse cotidiano, inscrevem-se em relações históricas de poder que extrapolam as próprias práticas cotidianas”⁴⁵. Ainda é importante ressaltar que a recepção não deve ser interpretada de maneira homogênea. Um estudo de recepção não consegue englobar todas as interpretações possíveis ou chegar a uma realidade absoluta. Todavia, é possível construirmos uma análise crítica da recepção à medida que consideramos os espectadores e as instituições sociais como sujeitos ativos do evento, e percebemos todos os suportes de consumo do audiovisual em que tivermos acesso para ler em conjunto com as suas exibições. Porque como os audiovisuais, sozinhos, nos dizem pouco sobre os processos em que estão inseridos, recorreremos também a outros meios de comunicação para fazer esse estudo. Referimo-nos aos pôsteres, cartazes, *trailers*, campanhas publicitárias, críticas cinematográficas, textos a respeito da obra e demais campos de mediações. Para este trabalho, concentramos nossos esforços nas informações que dizem respeito às recepções produzidas pela imprensa, especialmente revistas e jornais de grande circulação, considerando que no período estudado esses eram os principais veículos de divulgação dos filmes. Era a partir do seu convívio social e por esses meios que os públicos escolhiam assistir, ou não, aos audiovisuais⁴⁶.

Nesta dissertação, fazemos abordagens acerca das recepções desde o primeiro capítulo e sobre diversas animações, à medida que

⁴⁴ Sobre isso, Michèle Lagny escreveu que “o filme é sobredeterminado pelas condições políticas e econômicas da produção e da recepção”. Na verdade, de variadas recepções, conforme discutiremos mais adiante nesta dissertação. Cf. LAGNY, 2009, p. 123.

⁴⁵ Cf. VALIM, 2012, p. 295.

⁴⁶ Cf. VALIM, 2012, p. 287.

citamos as obras de Walt Disney durante o período abordado. Entretanto, salientamos que a nossa principal investigação é em relação à *Fantasia*. Sobre a recepção de *Fantasia* nos Estados Unidos, um extenso trabalho de análise das fontes de imprensa já foi realizado, e utilizamos, então, as bibliografias que consideramos mais pertinentes, sendo as principais as dos autores Neal Gabler⁴⁷ e John Culhane⁴⁸. Gabler é historiador e se dedicou a uma ampla pesquisa sobre a vida e a obra de Walt Disney, e Culhane conheceu Walt Disney e seus estúdios de perto, e obteve acesso aos bastidores da produção de *Fantasia*, assim como fez apontamentos sobre a recepção com variados artigos de imprensa.

Quanto à análise de recepção de *Fantasia* no Brasil, inferimos que ela se constituiu como um tema inédito e somos, portanto, os primeiros a fazer uma investigação crítica, ao menos pela perspectiva da História Social e, principalmente, pela perspectiva da Política de Boa Vizinhança⁴⁹. Para tanto, utilizamos alguns dos mais influentes periódicos nacionais da década de 1940, que estão disponíveis no arquivo digital da Biblioteca Nacional⁵⁰. São os jornais: *A Manhã*, *A Noite*, *Correio da Manhã*; *Correio Paulistano*; *Diário Carioca*; e

⁴⁷ Cf. GABLER, Neal. *Walt Disney: O triunfo da imaginação americana*. Osasco, SP: Novo Século, 2013.

⁴⁸ Cf. CULHANE, John. *Walt Disney's Fantasia*. New York: Harry N. Abrams, 1983.

⁴⁹ O autor Celbi Vagner Melo Pegoraro escreveu um artigo sobre a dimensão sonora de *Fantasia* e incluiu algumas considerações sobre a recepção de *Fantasia* no Brasil a partir dos artigos de imprensa. Consideramos que a análise de Pegoraro foi bem formulada, porém, resumida e concentrada em outra área acadêmica: a Ciência da Comunicação. Cf. PEGORARO, Celbi Vagner Melo. *Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica*. *Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*. 4ª ed. São Paulo: USP, 2012. Já esta dissertação tem responsabilidade com a História Social do Cinema, e avaliamos que somos os primeiros a nos aprofundar na pesquisa com os periódicos e com as questões históricas acerca da recepção de *Fantasia*. Além disso, somos os primeiros a defender claramente a participação de *Fantasia* como uma peça da Política de Boa Vizinhança no país.

⁵⁰ Disponível em: <http://hemerotecadigital.bn.br/>. Acesso em: 10 ago. 2018. Além dos periódicos que citamos no texto, ainda utilizamos alguns outros, porém, esporadicamente. Quanto aos periódicos citados, realizamos uma pesquisa aprofundada.

Jornal do Brasil. E as revistas: *A Cena Muda*⁵¹; *Clima*; e *Fon Fon*. Além de trazerem notícias sobre a estadia de Disney no Brasil e informações sobre as recepções das animações que são citadas durante o trabalho, alguns artigos encontrados nos periódicos também evidenciam as relações políticas do governo nacional com os próprios periódicos, assim como trazem notícias da Política de Boa Vizinhança e demais relações do Brasil com o governo estadunidense nesse período. Ao trabalhar com os periódicos, é necessário, ainda, considerarmos que naquela época os mesmos estiveram condicionados por uma forte censura instituída pelo governo brasileiro conhecido como Estado Novo.

Além das fontes filmicas e de imprensa, neste trabalho utilizamos também documentos diplomáticos, que incluem contratos e correspondências entre o governo estadunidense e a *Walt Disney Productions* no período da Segunda Guerra Mundial. Esses documentos estão preservados pela instituição *National Archives and Records Administration* (NARA II)⁵², em College Park, nos Estados Unidos, e nos auxiliam no entendimento quanto a participação de Walt Disney e de suas animações nesse contexto. Contudo, embora essa documentação envolva a participação de Disney com o governo estadunidense entre 1941 e 1945, focalizamos nossas pesquisas nos documentos referentes a 1941, relativos à estadia do cineasta na América Latina, quando ele realizou, entre outras atividades, o lançamento de *Fantasia* no Brasil.

Sobre a disposição dos capítulos

Para narrar uma História Social de *Fantasia*, organizamos este trabalho de forma cronológica e construímos quatro capítulos, sendo os dois primeiros pautados nas questões que envolvem a produção e a recepção de *Fantasia* nos Estados Unidos, e os dois últimos nas relações entre esse país e o Brasil durante a Segunda Guerra Mundial, de modo que incluimos *Fantasia* como parte dos investimentos da Política de Boa Vizinhança em território brasileiro.

Temos compromissos, portanto, com duas áreas de pesquisa; e se partimos da História para o Cinema, por vezes também direcionamo-nos

⁵¹ A revista foi inicialmente chamada *A Cena Muda*, mas na década de 1940 ela já havia alterado a grafia.

⁵² O material é disponível para a consulta pública e foi fotocopiado pelo Prof. Dr. Alexandre Busko Valim, orientador dessa dissertação.

do Cinema para a História⁵³. Do ponto de vista da Teoria do Cinema, ainda são muitas as questões que precisam ser problematizadas. Por isso, uma das intenções deste trabalho é contribuir para as pesquisas que se dedicam ao estudo do Cinema enquanto área acadêmica, no Brasil. Nesse sentido, consideramos esta uma dissertação sobre a história do cinema de animação. E, na ausência de trabalhos bem formalizados sobre o tema, desenvolvemos uma introdução e apresentamos aspectos fundamentais em relação à teoria da animação; inclusive, porque consideramos que essas questões são necessárias para o entendimento do nosso objeto (*Fantasia*). Além disso, julgamos que tentar compreender o papel de Walt Disney como embaixador da Boa Vizinhança desconsiderando a sua trajetória em Hollywood tornaria este um trabalho vago. Desse modo, o nosso primeiro capítulo é chamado *O caminho para a Fantasia: o processo de industrialização dos estúdios Disney*, e iniciamos a nossa discussão durante a década de 1930, para então abordarmos a história do estúdio criado por Disney, que se industrializou nessa época. Ao longo do texto, fazemos considerações sobre a história e a teoria do cinema de animação, e trazemos algumas das principais experimentações do estúdio, para que possamos entender, depois, como ocorreu o processo de produção de *Fantasia*, uma obra cara e ousada, que só foi possível de ser realizada mediante os investimentos de Disney em inovações técnicas e estéticas.

No segundo capítulo, chamado *Fantasia: uma análise de produção à recepção*; a partir da metodologia da História Social do Cinema, propomos a leitura de ‘todo’ o processo de realização da obra. Se hoje o lugar de *Fantasia* é de uma animação consagrada e muitas vezes incorporada ao gênero *Cult*⁵⁴, o seu momento de produção nos mostrou que *Fantasia* foi, sobretudo, uma obra que emergiu de um momento conhecido como a ‘era de ouro’ em Hollywood. Por isso, nesta dissertação procuramos conhecer a lógica de produção de Walt

⁵³ Sendo esta uma dissertação inserida na linha de *Sociedade, Política e Cultura no Mundo Contemporâneo* do Programa da Pós-Graduação em História (UFSC), em parte a nossa pesquisa visa contribuir com os estudos da área de História Social, pois, muito além de entretenimento, consideramos que o cinema atua como uma mediação cultural que, quando analisado historiograficamente nos auxilia na compreensão de fenômenos políticos e sociais; sendo o principal fenômeno, neste caso, a hegemonia estadunidense presente no Brasil da década de 1940. No entanto, este é, ao mesmo tempo, um trabalho sobre a História do Cinema, e envolve também a teoria e a crítica cinematográficas.

⁵⁴ O termo em inglês *cult movie* é associado a filmes que adquiriram o *status* de culto, de caráter artístico.

Disney enquanto empresário, que neste capítulo adentra 1940, durante o lançamento de *Fantasia* e o início da Segunda Guerra Mundial. Assim, nesse texto, tentamos responder ‘o que foi’ *Fantasia*, ‘por quem’, e ‘para quem’ ela foi produzida. Qual foi o ‘lugar’ de *Fantasia* na história e na industrialização dos estúdios Disney? Por que a sua recepção durante a Segunda Guerra Mundial se transformou em um fracasso de bilheteria? E, houve alguma relação da produção da obra com a Política de Boa Vizinhança?

No terceiro capítulo, abordamos, enfim, a Política de Boa Vizinhança, bem como apresentamos um quadro geral sobre as relações entre os Estados Unidos e o Brasil durante a Segunda Guerra Mundial. Este capítulo foi pensado, então, como a primeira parte de uma segunda trajetória de *Fantasia* e o seu papel perante a história das relações entre os dois países. Neste texto, chamado de *Estados Unidos, Brasil, e o cinema da Política de Boa Vizinhança: como Walt Disney se tornou um embaixador do Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*; procuramos entender quais foram os fatores que levaram Walt Disney a trabalhar para o governo estadunidense, e como foi que ele chegou ao Brasil em 1941, trazendo *Fantasia* consigo. Para tanto, abordamos a contextualização da Política de Boa Vizinhança e a sua inserção no Brasil, especialmente por meio da indústria do cinema, que nessa época produziu filmes que visaram à expansão do *American Way of Life*, bem como filmes de propaganda voltados para o esforço de guerra. Quanto ao contexto interno brasileiro, faz-se necessário entendermos algumas questões fundamentais sobre a ditadura chamada de Estado Novo, especialmente, as questões a respeito da propaganda e da censura instituídas pelo governo, que tinha à frente o presidente Getúlio Vargas.

No quarto e último capítulo, chamado *A recepção de Fantasia no Brasil: o primeiro sucesso entre as animações da Política de Boa Vizinhança*; construímos um trabalho de recepção da animação no Brasil, mediante a pesquisa com os artigos da imprensa nacional. Neste texto, fazemos a conclusão da hipótese que deu produtividade a este trabalho: ainda que *Fantasia* não tenha sido produzida para ser uma peça da Boa Vizinhança, ela se tornou a partir do seu evento de recepção no Brasil. Nesse texto, veremos como um contexto de recepção distinto daquele do lançamento nos Estados Unidos proporcionou que a animação resultasse em sucesso de crítica e público no Brasil. Por fim, faremos conclusões acerca das conjunturas políticas mencionadas, e quanto à produção de Disney durante a Segunda Guerra Mundial, de maneira, agora, com *Fantasia* incluída na lista de produções desse período.

1. O CAMINHO PARA *FANTASIA*: O PROCESSO DE INDUSTRIALIZAÇÃO DOS ESTÚDIOS DISNEY

O cinema é um produto cultural do tipo industrial.

(Michèle Lagny)⁵⁵.

Se atualmente as companhias de cinema estadunidenses, incluindo a *Walt Disney Productions*, definem-se como multinacionais⁵⁶, neste capítulo temos como objetivo apresentar o início da história dessa companhia, e apontar como Walt Disney conseguiu, em poucos anos, inserir seu estúdio na lista dos maiores de Hollywood. Fazem parte do nosso escopo: apresentar o processo de industrialização da *Walt Disney Productions*; compreender o seu lugar em Hollywood; entender por que Disney passou a ser considerado um símbolo da cultura estadunidense e uma expressão viva do *self made man*⁵⁷; perceber que a sua posição no mundo cinematográfico não se resume à função de cineasta ou de animador, mas que Walt Disney foi, sobretudo, um empresário; e conhecer algumas informações sobre as relações internas da empresa, incluindo abordagens sobre o relacionamento de Disney com os funcionários.

Antes, temos como propósito apresentar uma definição do cinema de animação, e a criação do personagem Mickey Mouse, que logo se tornou uma imagem de representação dos estúdios Disney. Essa discussão é necessária porque, em 1940, Mickey tornou-se o protagonista de *Fantasia*, uma obra que foi considerada o triunfo das experimentações praticadas pela companhia⁵⁸, e que se transformou num marco do cinema de animação. Neste capítulo, então, veremos quais foram os investimentos de Disney que tornaram possíveis a realização de *Fantasia*, incluindo as experimentações com o som, a cor e o realismo nas animações, que se desenvolveram conforme a industrialização do cinema.

Além disso, neste capítulo começamos a conhecer o mercado de exibição do cinema estadunidense no Brasil, por meio das fontes de

⁵⁵ Cf. LAGNY, 2009, p. 104.

⁵⁶ Cf. LAGNY, 2009, p. 101.

⁵⁷ Expressão do imaginário coletivo estadunidense sobre o homem que se eleva por seus próprios méritos.

⁵⁸ Cf. FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes*: Hollywood nos anos 40. São Paulo: Companhia das Letras, 1988, p. 46.

imprensa, procurando perceber o modo como os brasileiros receberam as principais animações de Disney durante o período anterior ao lançamento de *Fantasia* no país.

1.1. O cinema de animação e o imaginário de Walt Disney

Na animação, pode-se exercer o poder de um deus.

(Neal Gabler)⁵⁹.

O verdadeiro autor [de animação] é aquele que consegue superar as contingências materiais da imagem a imagem para oferecer uma visão de cinema diretamente ligada ao seu imaginário.

(Sébastien Denis)⁶⁰.

De acordo com Alberto Lucena Barbosa Junior, a origem latina da palavra animação é *animare*, que significa *dar a vida*⁶¹. Pela definição do especialista Perisic Zoran, o cinema de animação “é uma maneira de criar uma ilusão; dar vida aos objetos inanimados, ou a simples desenhos”⁶². Mais especificamente sobre o cinema de animação, podemos defini-lo como um conjunto de técnicas cinematográficas que consiste na ilusão de ótica que suscita continuidade de movimento a fotogramas dispostos em sequência. Segundo Sébastien Denis, a animação é uma arte dentro de outra arte – o cinema; e assim como no cinema em *live action*, o movimento é o cerne das imagens produzidas em animação⁶³. Para Jacques Aumont e Michel Marie, o que difere a animação de outras formas de cinema é justamente a maneira de criar o movimento, sendo distinto da tomada de cena analógica. Conforme os autores, “a técnica mais frequente consiste em fotografar, um por um,

⁵⁹ Cf. GABLER, Neal. *Walt Disney: O triunfo da imaginação americana*. Osasco, SP: Novo Século, 2013, p. 13.

⁶⁰ Cf. DENIS, 2010, p. 08.

⁶¹ Cf. BARBOSA JUNIOR, Alberto Lucena. *Arte da animação: técnica e estética através da história*. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2005, p. 29.

⁶² Embora existam outros tipos de animação, nesse trabalho consideramos apenas a animação cinematográfica. Cf. PERISIC, Zoran. *Guia Prático do Cinema de Animação*. Lisboa: Presença, 1979, p. 07.

⁶³ Cf. SOLOMON, 1987 apud FOSSATTI, Carolina Lanner. Cinema de Animação: Uma trajetória marcada por inovações. *VII Encontro Nacional de História da Mídia*. Fortaleza, 2009, p. 02.

desenhos cujo encadeamento produzirá automaticamente a impressão do movimento⁶⁴. Na animação, portanto, o movimento não é capturado necessariamente por uma câmera, nem acontece em cada *frame*⁶⁵, mas entre os *frames*, na passagem entre um e outro, que assim produzem a ilusão do movimento das imagens.

Dessa maneira, a história do cinema e a história do cinema de animação estão amplamente conectadas pelo princípio de recomposição do movimento. Assim, a animação existe mais ou menos desde que o cinema surgiu, ao final do século XIX, a partir das primeiras técnicas que possibilitaram a imagem em movimento. Tal como a emergência do cinema, ocorrendo em diversos países simultaneamente, o surgimento da animação constitui um problema a ser delimitado, pois as invenções são muitas no domínio das técnicas fílmicas, e a cronologia dos fatos é difícil de estabelecer. Nesse sentido, podemos dizer que a descoberta da técnica de animação foi resultado dos esforços combinados de pioneiros em diversos países, como Émile Cohl (1857-1938), na França, considerado o precursor da técnica da imagem a imagem; e o cartunista Winsor McCay (1869-1934), nos Estados Unidos, que criou um padrão estético empenhado no realismo dos movimentos que posteriormente foi seguido por Walt Disney.

Os historiadores da animação, John Halas e Roger Manvell, dividiram a história desse cinema em quatro fases principais: uma primeira, que acompanhou o período inicial do cinema, chamado de “atrações”, pois naquele momento o cinema tinha o objetivo de surpreender o espectador e, muitas vezes, envolvia mágicas e malabarismos⁶⁶. O segundo período foi o de afirmação da animação como uma arte própria e a conquista de espaços como complementos de filmes em *live action*, durante a década de 1920. E o terceiro momento foi de intensa experimentação técnica e do desenvolvimento da animação sob a forma de longas-metragens, durante os anos 1930 e 1940. Esse é o período abordado nesta pesquisa, a partir da história dos

⁶⁴ Cf. *Animação*. In: AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*. Campinas: Papirus: 2003, p. 18.

⁶⁵ Em português ‘quadro’, o frame é cada imagem fixa da animação, cada desenho. Cf. BARBOSA JUNIOR, 2005 p. 93.

⁶⁶ Por delimitações desta pesquisa não cabe aqui fazer uma reflexão sobre as primeiras técnicas do cinema de animação. Sobre o tema, vide: DENIS. Do fixo ao animado. In: DENIS, 2010, p. 41-45. E sobre o início da história do cinema (de “atrações”), vide: COSTA, Flávia Cesarino. *Primeiro Cinema: espetáculo, narração, domesticação*. Rio de Janeiro: Azougue, 2005.

estúdios de Walt Disney, uma vez que o cineasta investiu em vários tipos de técnicas que fizeram surgir praticamente todos os formatos de animações que conhecemos hoje. Desde então, Disney ficou conhecido como o maior produtor de cinema de animação de todos os tempos e, é nesse sentido que os autores delimitam um último período da animação, posterior a Disney e que chega até o momento atual, onde observamos a utilização da animação para diversos fins, desde o comercial de televisão ao filme de cunho técnico mais especializado⁶⁷.

De acordo com Halas e Manvell, quando bem empregada, a animação pode ajudar a explicar assuntos que estão fora da nossa esfera pessoal e, geralmente, é capaz de fazê-lo com maior clareza do que o filme de ação ao vivo⁶⁸. Para Denis, isso ocorre porque a animação não tem limitações, afinal, essa é a única técnica cinematográfica que pode dispensar o uso da câmera⁶⁹. A animação não possui as limitações dos olhos e ouvidos humanos e pode ser facilmente gravada em qualquer língua que se queira. Além disso, a animação, como muitas vezes se lê, não é um gênero, e sim uma técnica cinematográfica que pode, então, ser produzida em diversos gêneros. Apesar de ser comumente conhecida como entretenimento infantil, é importante dizer que a animação não surgiu com esse objetivo e não se limita a esse fim. Inclusive, durante a primeira metade do século XX, algumas produções foram destinadas especificamente ao público adulto. Mas, em geral, o cinema de animação foi quase sempre pensado para todas as faixas etárias, como mais uma estratégia para não impor limitações à técnica. Assim, a animação pode ser produzida sob a forma de comédia, romance, drama, suspense, documentário, ou qualquer outro gênero desejado, e na maioria das vezes visando um público amplo. A animação analisa e apresenta o assunto por meio de símbolos gráficos, não lhe sendo necessária uma narrativa bem estruturada, ou sequer diálogos, pois é graficamente menos específica do que o cinema em *live action*, e ao mesmo tempo mais clara em imagens. De certa maneira, enquanto o filme de ação ao vivo particulariza⁷⁰, a animação tem mais facilidade

⁶⁷ Cf. HALAS, John; MANVELL, Roger. *A Técnica da Animação Cinematográfica*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1979, p. 15.

⁶⁸ Cf. HALAS; MANVELL, 1979, p. 136.

⁶⁹ Cf. DENIS, 2010, p. 08.

⁷⁰ O cinema hollywoodiano é estruturado por códigos que formam a chamada narrativa clássica. Sobre o tema, vide: BORDWELL, David. O Cinema Clássico Hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão. *Teoria Contemporânea do Cinema*. Volume II. São Paulo: SENAC, 2005.

para a generalização e, por isso, pode tornar universal aquilo que procura explicar. O filme de ação ao vivo é limitado no sentido de que, quando um homem caminha além da beira de um abismo, sabemos que ele cairá ao chão. Já o animador cria um novo mundo, e seus personagens podem andar pelo teto ou flutuar por abismos, se assim o animador desejar. Nesse sentido, o animador projeta um mundo particular, a partir de imaginários e representações de sociedades.

O que chamamos neste trabalho de imaginário pode ser entendido como o domínio da imaginação, uma faculdade criativa produtora de imagens interiores que são eventualmente exteriorizáveis⁷¹. O imaginário é inerente a realidade no sentido de que o real, em sua acepção plena, é impossível de ser proferido. O imaginário é, portanto, uma leitura de mundo do real, compartilhada por uma determinada sociedade. Para Denis, a animação é a forma cinematográfica mais próxima do imaginário, devido justamente a sua grande capacidade de representação subjetiva da realidade⁷², com a vantagem de não haver as limitações do cinema em *live action*.

Entre os possíveis mundos da animação, o mais conhecido certamente é o construído por Walt Disney. Como discorreremos sobre ele até o final desse trabalho, é interessante percebemos desde já que o mundo de Disney surgiu e se desenvolveu inspirado no imaginário coletivo estadunidense, construindo representações do *American Way of Life*. Em suas obras, Disney procurou criar uma síntese entre a sua imaginação e o mundo real (estadunidense), obtendo como resultado um universo visual particular. Assim, com Disney não se trata de fugir da realidade, mas de permitir que nos aproximemos dela a partir do imaginário. Pela definição do próprio Walt Disney, o cinema de animação

É um mundo da nossa imaginação, um mundo no qual o sol, a lua, as estrelas e todas as coisas vivas obedecem às nossas ordens. [...] Os nossos materiais são tudo o que o cérebro pode imaginar e a mão pode desenhar, além de toda a experiência humana: o mundo real da paz e da guerra e os mundos dos sonhos, a cor, a música, o som e, sobretudo, o movimento⁷³.

⁷¹ Cf. MENEZES, Paulo Roberto Arruda de. Cinema: imagem e interpretação. *Tempo Social*. Revista de Sociologia da USP. São Paulo, 1996, p. 89.

⁷² Cf. DENIS, 2010, p. 09.

⁷³ Cf. DISNEY apud DENIS, 2010, p. 138.

Ao construir um mundo particular, as obras de Disney nos dizem muito sobre ele próprio, sendo, assim, necessário primeiro conhecer quem foi o sujeito Walt Disney, bem como a sua lógica de produção, para ser possível compreender as suas animações. Disney já foi tema de investigações acadêmicas e literárias diversas vezes, e a bibliografia construída acerca da sua imagem costuma ser bastante divergente. De um lado, Disney é exaltado como um exemplo de empreendedor de sucesso e é muitas vezes citado em trabalhos da área de administração de empresas⁷⁴. E, de outro, Disney é frequentemente lembrado como um sujeito imperialista, racista, machista, e intolerante, ou como um “príncipe sombrio de Hollywood”, como designou Marc Eliot⁷⁵. No entanto, é nosso objetivo fugir dos estereótipos e tentar encontrar um equilíbrio entre as várias facetas do empresário. Para isso, nos apoiamos principalmente na biografia publicada pelo historiador Neal Gabler⁷⁶, que procurou descrever Walt Disney a partir de uma leitura de diversas fontes, entre documentos pessoais, de imprensa, de negociações empresariais e de entrevistas com pessoas que foram próximas ao cineasta.

Durante esta pesquisa, percebemos que interessam menos os aspectos que envolviam a vida pessoal de Disney, e mais as suas características como cineasta e empresário, pois são elas que contribuem para o entendimento da história da animação. No entanto, cabe aqui uma síntese de sua biografia: Walter Elias Disney nasceu em Chicago em 05 de dezembro de 1901, sendo o quarto filho de Elias e Flora Disney. Os biógrafos relatam que durante a infância, Disney não se destacou como um bom aluno nas escolas em que frequentou, com exceção das aulas de arte. Ele também morou por alguns anos com um tio paterno, numa fazenda em Marceline, no estado de Missouri. Foi ali que ele começou a observar os movimentos dos animais com os quais convivia e a desenvolver um traço característico para desenhá-los. Na adolescência, Disney trabalhou como entregador de jornais, e depois como cartunista,

⁷⁴ São exemplos desta vertente as obras do autor Alan Bryman, como: *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995; e *A Disneyzação da Sociedade*. São Paulo: Idéas & Letras, 2007.

⁷⁵ Cf. ELIOT, Marc. *Walt Disney: o príncipe sombrio de Hollywood*. São Paulo: Marco Zero, 1995. Sobre essa visão de Walt Disney, vide também: DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

⁷⁶ Cf. GABLER, 2013.

e durante toda a juventude enfrentou dificuldades para se manter com baixos salários⁷⁷. Mas, em 1923, Walt e o irmão Roy Disney se mudaram para Los Angeles e fundaram a *Disney Brothers Cartoon Studio*, como a companhia foi chamada inicialmente⁷⁸. Enquanto Roy ficou encarregado da parte financeira da empresa, Walt Disney denominou-se o diretor de produção de seu (ainda pequeno) estúdio e começou a investir em animações de qualidade tecnicamente superiores às obras do período, com o intuito de ter o seu trabalho reconhecido pela crítica cinematográfica e pelo público que frequentava as salas de cinemas do país.

Segundo a literatura especializada, a *Walt Disney Productions* tornou-se a razão da vida de Disney⁷⁹. Antes de dedicar-se à construção do parque temático intitulado de *Disneylândia* (na década de 1950), o empresário passou quase trinta anos imerso no sistema de produção do cinema de animação. É isso que justifica o seu papel de referência nesse cinema. Disney é considerado um importante pioneiro do cinema de animação, pois mesmo não fazendo parte da primeira geração de animadores⁸⁰, revolucionou a história da animação ao promover um estilo próprio e, principalmente, realizou constantes investimentos técnicos e estéticos em função da qualidade das animações, contribuindo para elevá-las ao padrão que conhecemos hoje.

1.2. Emergências: Mickey Mouse e a importância da música para os estúdios Disney

Mickey foi produto do desespero e do cálculo – o desespero nascido da necessidade de Walt recriar um santuário da imaginação e o cálculo do que o mercado aceitaria.
(Neal Gabler)⁸¹.

Walt Disney é conhecido, sobretudo, por ter desenvolvido um ‘império’ do entretenimento familiar, que atualmente se expande para

⁷⁷ Cf. GABLER, 2013. Cf. ELIOT, 1980.

⁷⁸ A companhia foi fundada em 16 de outubro de 1923, e poucos meses depois os irmãos alteraram o nome para *Walt Disney Productions*.

⁷⁹ Cf. GABLER, 2013. Cf. ELIOT, 1980.

⁸⁰ Sobre a primeira geração de animadores, vide: FOSSATTI, Carolina Lanner. Cinema de Animação: uma trajetória marcada por inovações. *VII Encontro Nacional de História da Mídia*. Fortaleza, 2009.

⁸¹ Cf. GABLER, 2013, p. 140.

além das animações, abrangendo filmes em *live action*, literatura, redes televisivas e parques de diversões. O início da trajetória da companhia, entretanto, é concentrado nas produções das animações, e entendido como parte importante da história sobre esse cinema, que naquele momento enfrentou diversas dificuldades para se manter no mercado cinematográfico⁸².

Durante esse período da animação, a concorrência e os obstáculos financeiros ameaçavam a falência de todos os estúdios. Walt Disney – que ainda não era um reconhecido empresário em Hollywood – passou por um desafio particular em 1928. No início daquele ano, ele rompeu com uma antiga sociedade, e perdeu os direitos autorais do seu principal personagem até aquele momento: Oswald, o Coelho Sortudo⁸³. Oswald significava praticamente o único meio de obtenção de recursos do estúdio. Desde o início, Disney expressava a vontade de impulsionar a companhia a partir de um personagem em especial para conquistar um lugar de prestígio no mundo cinematográfico. Oswald foi o primeiro investimento de Disney nesse sentido, mas em função da sua perda, ele precisou criar outro personagem que pudesse lhe garantir sucesso em longo prazo.

Logo, Disney escolheu um camundongo para ser a sua nova personalidade. Assim como o gato, o camundongo já era uma figura comum nas animações da primeira metade do século XX. Mas, de acordo com Gabler, Disney se inspirou em um rato doméstico a partir dos desenhos de Clifton Meek, um dos primeiros artistas de história em quadrinhos estadunidenses, cujos trabalhos o animador acompanhava pela revista *Life*⁸⁴. “Eu cresci com aqueles desenhos” - disse Walt Disney a um entrevistador – “Eles eram diferentes dos nossos – mas tinham lindas orelhas”⁸⁵.

⁸² As biografias apontam que as dificuldades financeiras cessaram apenas a partir da década de 1950, quando foi criada a *Disneylândia*, e só então as antigas dívidas transformaram-se em fortunas. Cf. GABLER, 2013. Cf. ELIOT, 1980.

⁸³ Os direitos autorais do personagem ficaram com Charles Mintz, que era o distribuidor de curtas-metragens do estúdio até meados de 1928. Em 2006 a *Walt Disney Productions* conseguiu reaver os direitos de *Oswald* após vários processos judiciais. Cf. GABLER, 2013, p. 135.

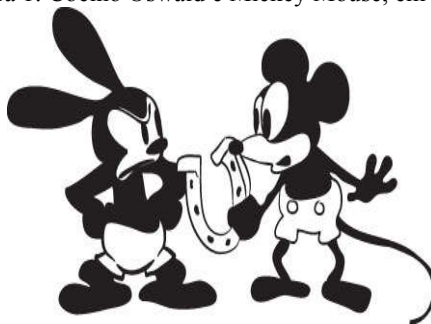
⁸⁴ Cf. MEEK, Clifton. Entrevista com Walt Disney, 1974 apud GABLER, 2013, p. 139. Exemplos de desenhos de Meek estão disponíveis em: https://www.lambiek.net/artists/m/meek_clifton.htm. Acesso em: 30 mai. 2017.

⁸⁵ Cf. BRAGGIOTTI, Mary, 1944 apud GABLER, 2013, p. 140.

O camundongo foi chamado inicialmente de Mortimer, até que Lillian Disney, esposa de Walt, convenceu o marido de que o nome Mickey Mouse parecia mais comercial e que soaria melhor para o público⁸⁶. Como naquele momento o meio do cinema de animação era extremamente competitivo e Disney já havia perdido um personagem, o primeiro Mickey foi produzido por doze pessoas em uma garagem, após o expediente e em projeto secreto para não atrair a atenção de outros animadores⁸⁷.

Projetado para ser uma figura simples em perspectivas de facilitar a animação, Mickey Mouse foi desenhado em formatos circulares e recebeu linhas nos lugares de braços e pernas. Mas se doze pessoas participaram dos primeiros esboços do personagem, apenas um o animava: Ub Iwerks (1901-1971).

Figura 1: Coelho Oswald e Mickey Mouse, em 1928.



Fonte: Confessions of a Disnerd⁸⁸.

Segundo Iwerks, os traços de Mickey foram inspirados basicamente nos mesmos do Coelho Oswald (também criado pela dupla Disney e Iwerks), pois esse personagem tornou-se a referência daquele momento. De acordo com o próprio Iwerks, o coelho, que tinha um

⁸⁶ Lillian Marie Bounds Disney (1899-1997) conheceu Walt Disney enquanto trabalhava no estúdio. Eles casaram em 1925 e assim permaneceram até o final da vida de Disney (1966). O casal teve duas filhas, Diane e Sharon Disney. Lillian deixou o emprego assim que se casou, mas continuou fazendo parte da história do estúdio, ao menos, no período estudado. Cf. GABLER, 2013, p. 138.

⁸⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 141. Infelizmente Gabler não cita quem foram essas doze pessoas.

⁸⁸ Disponível em:

https://confessionsofadisnerd.files.wordpress.com/2013/11/oswald_mickey.jpg.

Acesso em: 28 jul. 2018.

“corpo em formato de pêra, redondo no alto, um par de pernas finas”, quando desenhado “com orelhas grandes era um rato; com orelhas pequenas, um gato, com orelhas penduradas, um cachorro... e com nariz alongado, tornou-se um rato”⁸⁹. Dessa maneira, os personagens podiam esticar ou encolher e adaptar-se a imaginação do animador.

Ambos finalizados por Ub Iwerks, Mickey e Oswald resultaram em personagens bastante semelhantes. Desenhados a partir de formatos circulares, e com os pés para os lados, a maior diferença esteve, conforme descreveu Iwerks, nas orelhas. Porém, as semelhanças entre os personagens não existiram apenas porque Oswald e Mickey tiveram o mesmo animador. De acordo com Denis, nesse período da animação o grafismo era raramente inventivo e sim muito repetitivo de um personagem para o outro, assim como de uma companhia para outra. Muito se copiava no cinema de animação e os personagens eram quase sempre produzidos com figuras simples e em formatos circulares (porque eram mais fáceis de animar) que acabavam se assemelhando, mesmo se fossem projetados por animadores diferentes⁹⁰.

Iwerks esteve presente desde a formação dos estúdios Disney, e ficou conhecido como um dos melhores animadores da época, por ser rápido e eficiente em relação à feitura das animações. Segundo a definição de Marc Eliot, naquele momento da história da animação, para um único movimento de um personagem fazia-se geralmente 16 desenhos, e para cada curta-metragem de 10 minutos eram necessários cerca de 14 mil desenhos⁹¹. Esses números demonstram as dificuldades e a demanda de tempo para a conclusão de uma animação, ainda que em curta-metragem. De acordo com as pesquisas de Mark Cousins e de Eliot, respectivamente, durante os primeiros projetos de Mickey, Iwerks trabalhou com 70⁹² a 700⁹³ desenhos de Mickey por dia. Mesmo que os últimos números aparentem exagero, a excepcionalidade de Ub Iwerks foi reconhecida até por Walt Disney, que pelo menos em uma oportunidade o chamou de o “meu melhor artista”⁹⁴.

Conforme as biografias, Ub Iwerks era um dos poucos animadores com os quais Walt Disney dizia que confiava naquela

⁸⁹ Cf. BROCKWAY, Robert, 1989 apud GABLER, 2013, p. 140.

⁹⁰ Cf. DENIS, 2010, p. 116.

⁹¹ Cf. PERISIC, Op. Cit., p. 10.

⁹² Cf. COUSINS, Mark. Classicismo japonês e Romance Hollywoodiano. In: COUSINS, Mark. *História do Cinema*. São Paulo: Martins Fontes, 2013, p. 165.

⁹³ Cf. ELIOT, 1980, p. 64.

⁹⁴ Cf. MILLER, Diane Disney, apud ELIOT, 1980, p. 69.

época⁹⁵. Deixando-o a encargo de Mickey, Disney logo parou de desenhar e de animar para concentrar-se no desenvolvimento das histórias e na direção das equipes⁹⁶. Segundo uma recordação do próprio Walt Disney, ele começou a carreira como “artista” em 1919 e se manteve como animador até o surgimento de Mickey. Depois, ele se ateve às questões de desenvolver, vender e promover as produções. Para Disney, Mickey significou “um símbolo de independência”, pois, assim ele pôde se afastar das atividades práticas das animações⁹⁷. Embora tenha sido um cineasta reconhecido pela indústria, a crítica e até pelos próprios funcionários, ao longo de sua carreira Disney nunca se destacou nas funções de animador ou de desenhista. Para Eliot, inclusive, Disney sequer foi capaz de desenvolver o logotipo da empresa, mesmo ele sendo apenas uma versão “mais charmosa” da sua própria assinatura⁹⁸. Por razões como essa, podemos dizer que Disney sempre foi, então, menos um animador e mais um empresário do ramo da animação.

Apostando no sucesso de Mickey, logo após a criação do personagem, Disney começou a produzir a primeira história a ser animada: *Plane Crazy (O Maluco do Avião)*⁹⁹, um curta-metragem onde o protagonista, Mickey, deveria construir um avião a fim de impressionar uma rata. A mesma rata que depois se transformou em sua eterna namorada: Minnie. Essa animação foi finalizada em maio de 1928, entretanto, o estúdio não conseguiu um distribuidor que se interessasse em lançá-lo. A segunda produção para Mickey foi *The*

⁹⁵ Dessa maneira, embora Walt Disney costume receber, até hoje, todo o crédito pela criação de Mickey, podemos dizer que essa foi uma tarefa que envolveu mais pessoas, em particular, Ub Iwerks, o responsável pela execução da animação do personagem, ou seja, por dotá-lo de movimentos. De acordo com as biografias, Iwerks era um grande amigo de Walt Disney. Mas, após o sucesso de Mickey, essa amizade foi abalada em razão da omissão dos créditos de Iwerks por parte de Walt Disney. Iwerks se afastou do estúdio por alguns anos, mas retornou no início da década de 1940. Cf. GABLER, 2013. Cf. ELIOT, 1980.

Cf. ELIOT, 1980, p. 62. Cf. GABLER, 2013.

⁹⁶ Cf. DENIS, 2010, p. 134.

⁹⁷ Cf. DISNEY 1948 apud ELIO, 1980, p. 360.

⁹⁸ Conforme essa hipótese, Disney encomendou o logotipo a um dos funcionários. Cf. ELIOT, 1980, p. 120.

⁹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kCZPzHg0h80>. Acesso em: 28 jul. de 2018.

*Gallopín' Gaucho (O Gaúcho Galopante)*¹⁰⁰, que também não conseguiu distribuição.

As razões para as rejeições podem ser encontradas na história do cinema de animação. Devemos notar, primeiramente, que durante o início do século XX a animação na maioria das vezes tinha o propósito de fazer o espectador sorrir, a partir de histórias baseadas na eficácia de piadas (chamadas de *gags*) e com pouca preocupação na qualidade técnica e narrativa¹⁰¹. Os primeiros animadores foram, antes, cartunistas, acostumados com a produção de *comics* e desenhos de publicidade, mas ainda iniciantes na arte de fazer cinema. Com familiaridades para a comédia e a sátira, os primeiros animadores seguiram a tendência de filmes do gênero conhecido como *slapstick*, ou comédia pastelão, como é conhecida no Brasil. Suas marcas registradas são as situações absurdas e os personagens agindo no estilo desajeitado, no intuito de provocar o humor a partir de movimentos com o corpo e, inclusive, utilizando frequentemente a violência, já que *slap* significa “tapa” e *stick* “porrete”. Sendo um dos primeiros gêneros que se formou em Hollywood¹⁰², a comédia *slapstick* teve entre os seus expoentes atores de prestígio do cinema silencioso, como Buster Keaton e Charlie Chaplin. As primeiras animações produzidas pela *Walt Disney Productions* seguiram por esse caminho e Mickey foi, durante a sua primeira fase, um personagem do tipo fanfarrão.

¹⁰⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C-nkSL-lmDg>. Acesso em: 28 jul. de 2018. Existem hipóteses de que animações como essa, que envolviam cenários e representações de latino-americanos (neste caso, de argentinos, na forma estereotipada de ‘gaúchos’), constituem-se como “bases pré-existentes” do estreitamento de laços de Disney com a América Latina, realizado depois, durante a Segunda Guerra Mundial. Cf. HERNANDEZ, Op. Cit. Entretanto, nós discordamos desta hipótese por algumas razões. Em primeiro lugar, Walt Disney nunca soube previamente que teria um papel importante com a América Latina mediante a conjuntura da Segunda Guerra. Em segundo lugar, Disney produziu poucas animações com esta temática antes da guerra; e as que existiram, como *The Gallopín' Gaucho*, não representam uma ótica específica dos estúdios Disney aos latino-americanos, mas sim a ótica que havia de maneira geral em toda Hollywood, de que esses povos eram ‘inferiores’ e ‘dominados’. Tanto, que *The Gallopín' Gaucho* é, na verdade, uma paródia do filme *The Gaucho* (1927), dirigido por F. Richard Jones. Encontram-se mais informações sobre o filme na página do IMDb. Disponível em: <http://www.imdb.com/title/tt0017918/>. Acesso em: 28 jul. 2018.

¹⁰¹ Cf. DENIS, 2010, p. 116.

¹⁰² Cf. ABRANTES, Adriana Aparecida. *Um Conto de Fadas Contemporâneo: a comédia romântica*. Juiz de Fora: UFJF, 2004, p. 20.

Aliás, foi em Chaplin que Disney encontrou inspiração para a atuação de Mickey. Segundo o historiador Neal Gabler, Walt Disney assistia a cada um dos filmes de Chaplin repetidas vezes e depois passava momentos imitando-o pelos corredores do estúdio¹⁰³. Ao pensar as histórias para Mickey, Disney procurava fazê-lo atuar de maneira semelhante ao personagem conhecido como o “Vagabundo”, de Chaplin, com gestos extravagantes e atitudes de um garoto com gostos pela aventura¹⁰⁴.

Por possuir uma elasticidade que só é possível no mundo da animação, Mickey proporcionava uma comédia ainda mais exagerada se comparada aos atores vivos. Por outro lado, ao final da década de 1920 a comédia pastelão começou a ser considerada ‘mais do mesmo’ para o cinema de animação. O mercado de *gags* estava saturado e as repetições começaram a cansar o público¹⁰⁵. Mickey não trazia nenhuma novidade na sua personalidade e à medida que o cinema de animação ia se industrializando, as exigências estéticas e narrativas aumentavam.

A animação, ainda, se comparada aos filmes produzidos com atores reais, enfrentava maiores barreiras para conseguir espaço de exibição. De acordo com uma pesquisa de 1922, apenas 23% das salas de cinema estadunidenses exibiam curtas-metragens animados¹⁰⁶. E mesmo quando exibiam, segundo o próprio Walt Disney, a animação “se destinava apenas a preencher o tempo de qualquer programa”¹⁰⁷. Habitualmente, os curtas-metragens animados eram tomados como complementos para as programações que duravam cerca de duas horas e também incluíam, de acordo com Gabler: “um longa, um ou dois rolos de comédia ao vivo, um rolo de notícias e um seriado e, com menos frequência, um filme de viagem”¹⁰⁸. Segundo o autor, o público de animação, dessa maneira, ainda era pouco expressivo.

Após duas rejeições das animações de Mickey, Walt Disney decidiu colocar em prática uma ideia que ele começou a pensar meses antes: produzir um curta-metragem onde a trilha sonora estivesse sincronizada com os movimentos dos personagens. A inspiração começou em 1927, quando Disney assistiu a estreia daquele considerado o primeiro filme completamente sonoro da história do cinema: *The Jazz*

¹⁰³ Cf. GABLER, 2013, p. 46.

¹⁰⁴ Cf. ELIOT, 1980, p. 103.

¹⁰⁵ Cf. DENIS, 2010, p. 117.

¹⁰⁶ Cf. MOEN L. C., 1922 apud GABLER, 2013, p. 87-88.

¹⁰⁷ Cf. DISNEY, Walt, apud GABLER, 2013, p. 252.

¹⁰⁸ Cf. GABLER, 2013, p. 87.

*Singer (O Cantor de Jazz)*¹⁰⁹. Essa referência ao *Jazz Singer*, no entanto, é atribuída mais especificamente ao uso da voz sincronizada no filme, e o marco tomado pelo mesmo é controverso, uma vez que curtas e longas-metragens anteriores já haviam realizado experiências de gravação e sincronização do som às imagens, desde o início da história do cinema. Mas, de fato, foi no final dos anos 1920 que as experiências com a sincronização realizadas de maneira mecânica se consolidaram. Nessa época a *Warner Bros* adquiriu um sistema chamado *Vitaphone*, e, em 1926 lançou *Don Juan*¹¹⁰, já com a música sincronizada. Porém, foi com *The Jazz Singer*, no ano seguinte, que a *Warner* investiu amplamente na sincronização da voz dos atores e na divulgação da venda do filme por este feito, tornando-o um sucesso de exibição, e consequentemente, um marco para a história do cinema.

Assim ocorreram tentativas de sincronização anteriores ao *Jazz Singer*, a história do cinema de animação não se revela de maneira diferente. Sébastien Denis observou que as tentativas de utilização do som nas animações existiram desde o início da técnica atualmente conhecida como tradicional, em *2D*, produzida em acetato de celulóide¹¹¹, mas, que só se tornaram comercialmente viáveis nessa época, a partir das experimentações de Walt Disney. Em meio a testes e pesquisas, Disney encontrou o *Cinephone*, um sistema que gerava o som por impulsos ópticos que podiam ser impressos na margem do filme e depois lidos pelo projetor¹¹². Investindo nessa tecnologia, no dia 18 de novembro de 1928 Disney lançou, portanto, o primeiro curta-metragem

¹⁰⁹ Direção de Alan Crosland. Encontram-se mais informações sobre o filme no site do IMDb: <https://www.imdb.com/title/tt0018037/>. Acesso em: 13 abr. 2019.

¹¹⁰ Também dirigido por Alan Crosland. Mais sobre o filme: <https://www.imdb.com/title/tt0016804/>. Acesso em: 13 abr. 2019. Uma observação: quando nos referirmos ao som “mecânico”, isso quer dizer, realizado pelos sistemas sonoros, por aparelhos; pois, a música faz parte da história do cinema desde sempre, e as bandas e orquestras que tocavam durante as exibições do cinema entediado como “silencioso” também procuravam exercer a sincronização com as imagens em movimento.

¹¹¹ “Inventado em 1914 por Earl Hurd, o acetato obteve imediatamente um enorme sucesso, pois permitia desenhar e pintar uma personagem numa folha de papel vegetal transparente que de seguida se sobrepõe a um cenário fixo (o qual também pode estar à frente da personagem, pintado numa placa de vidro sobreposta aos desenhos durante a filmagem). Inovação de alcance imenso, já que até então o desenhador tinha de redesenhar a totalidade da ação, com todas as personagens e o cenário, o que tornava o trabalho muito fastidioso”. Cf. DENIS, 2010, p. 18.

¹¹² Cf. GABLER, 2013, p. 147.

animado em som sincronizado da história, chamado *Steamboat Willie* (*Willie do Navio a Vapor*)¹¹³, onde Mickey encenou suas peripécias como ajudante de um navio, dessa vez com a sincronização entre a imagem e o som.

Steamboat Willie estreou no cinema *Colony* (hoje Teatro *Broadway*) e a sua recepção foi tão positiva que a animação continuou sendo exibida por mais duas semanas. Durante esses dias, Disney recebeu elogios da imprensa e telefonemas de distribuidores. O jornal *The York Times*, por exemplo, publicou uma resenha que considerava a animação “uma obra inteligente e divertida. Ele [Mickey] rosna, choraminga, guincha e faz vários outros sons que se somam à sua alegria”¹¹⁴. Por ser a primeira animação de Mickey que conseguiu distribuição comercial, a data de estreia de *Steamboat Willie* também ficou conhecida como o ‘aniversário’ do personagem.

Em *Steamboat Willie*, o estúdio suavizou um pouco os traços do camundongo, porém, se observarmos as figuras seguintes recortadas a partir da animação, podemos notar que o comportamento de Mickey continuou em conformidade com a comédia *slapstick*. Atualmente, esse comportamento seria considerado polêmico, visto que o personagem permaneceu invadindo os espaços dos demais animais do desenho e praticando atitudes violentas, como atirar objetos contra os personagens, puxar o rabo de um gato ou usar um ganso como se fosse um trombone.

Se em *Steamboat Willie* Mickey ainda era essencialmente animalesco, instintivo e primitivo, o sucesso da animação é geralmente atribuído ao recurso sonoro¹¹⁵. O historiador da animação John Canemaker a chamou de o “*Jazz Singer* da animação”¹¹⁶, por ser um verdadeiro desenho animado musical, e não apenas um desenho com música. Assim como *The Jazz Singer*, *Steamboat Willie* participou, portanto, do período de transição entre o cinema silencioso e o sonoro. Ou, empregando as palavras de Mark Cousins, podemos dizer que esses foram alguns dos primeiros (e principais) representantes do momento em que o cinema começou a cantar¹¹⁷.

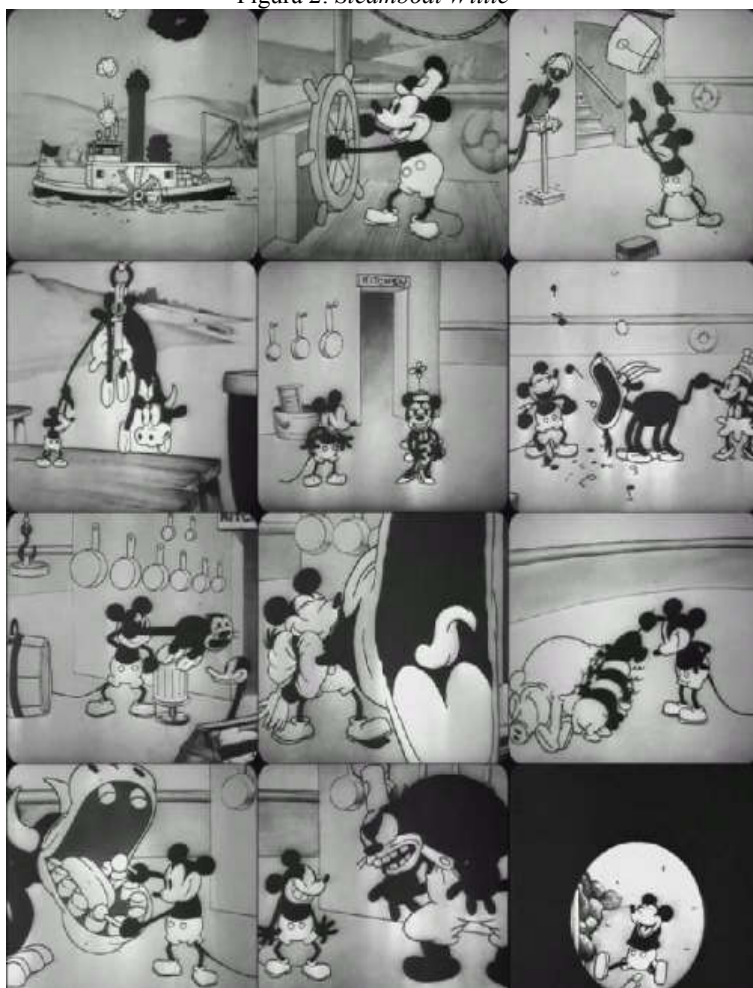
¹¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BBgghnQF6E4>. Acesso em: 15 ago. 2018.

¹¹⁴ Cf. NYT, 1928 apud GABLER, 2013, p. 155.

¹¹⁵ Cf. BARBOSA JUNIOR, 2005 p. 105.

¹¹⁶ Cf. CANEMAKER, John, 1996 apud GABLER, 2013, p. 146.

¹¹⁷ Para Cousins, o cinema ‘cantado’, ou musical, teve seu período áureo entre 1928 e 1945, quando a linguagem musical nos filmes avançou significativamente. Cf. COUSINS, 2013, p. 117.

Figura 2: *Steamboat Willie*

Fonte: *Historiful*¹¹⁸.

É importante ressaltar, contudo, que nesse período havia desconfianças e resistências em relação ao som mecanicamente sincronizado por parte dos produtores de cinema, a começar porque a

¹¹⁸ Disponível em: <http://historiful.tumblr.com/post/2486397636>. Acesso em: 10 ago. 2018.

sincronização encarecia e dificultava muito a produção dos filmes, pois eram necessários numerosos arranjos técnicos. Outros acreditavam que o filme falado em inglês dificultaria as exportações para outros países. E vários cineastas do cinema silencioso, entre eles Charlie Chaplin, adiaram o máximo que puderam a produção de seus filmes no formato sonoro, devido à crença de que o som comprometeria certa artisticidade no cinema.

De acordo com Cousins, a *Warner Bros* foi o primeiro grande estúdio a apostar no som, tendo em vista um público que vinha se acostumando ao rádio e ao gramofone e que possivelmente também demonstrava interesse pelo cinema em gênero musical¹¹⁹. Já nas interpretações de Robert Sklar e Graeme Turner, a *Warner* estava em vias de falir e, portanto, remeteu todas as suas esperanças a sincronização mecânica do som¹²⁰. Segundo Thomas Schatz, no entanto, não se tratava de falência e sim de uma tentativa de se equiparar aos maiores estúdios daquele momento, como a *Fox* ou a *Paramount*¹²¹. Considerando que Walt Disney também pretendia elevar o seu estúdio à altura das maiores companhias, percebemos que cabe aqui uma situação semelhante. Provavelmente, Disney entendia o risco que estava envolvido, e, caso o resultado tivesse sido um fracasso, não haveria sido o primeiro, mas apenas mais um entre outras tentativas de curtas-metragens de Mickey que não conseguiram distribuição.

Contudo, em relação aos investimentos com os sistemas sonoros, podemos dizer que tanto a *Warner* como a Disney alcançaram (ou talvez tenham superado) as expectativas. Após a primeira exibição de *The Jazz Singer*, as salas de cinemas estadunidenses começaram a investir em alto-falantes atrás das telas e, ao contrário do que muitos produtores supunham na época, as exibições de filmes sonoros passaram a atrair milhares de novos espectadores para os cinemas¹²². Mais cedo ou mais tarde, os produtores de cinema em todo o mundo precisaram se adaptar aos sistemas sonoros de sincronização. Com a animação não foi

¹¹⁹ Os primeiros filmes sonoros não foram, necessariamente, falados. A primeira ideia que se tinha com o som, nos Estados Unidos, era produzir filmes do gênero musical. Cf. COUSINS, 2013, p. 118.

¹²⁰ Cf. SKLAR, Robert. *Movie-made America: A Cultural History of American Movies*. New York: Vintage Books, 1975. Cf. TURNER, Graeme. *Cinema como prática social*. São Paulo: Summus, 1997.

¹²¹ Cf. SCHATZ, Thomas. *O gênio do sistema: a era dos estúdios em Hollywood*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991, p. 72-75.

¹²² Cf. COUSINS, 2013, p. 118.

diferente e, inclusive, inicialmente essa técnica obteve vantagens. Porque, ao contrário da produção de filmes em *live action*, a animação não necessitava de atores reais, ou nem mesmo de filmagens, onde as primeiras câmeras captavam não apenas as vozes do elenco, mas também todos os ruídos que estivessem ao redor. Além disso, a imediata demonstração de interesse por parte do público de animação por aquilo que se chama síncrese, a associação pontual entre os fenômenos sonoro e visual, em *Steamboat Willie*, fez com que os animadores logo adotassem o som sincronizado nas animações¹²³.

Se o som mecanicamente sincronizado à imagem revolucionou o cinema, para Walt Disney, especificamente, ele significou a segurança de sua companhia. A inovação sonora de *Steamboat Willie* surpreendeu a ponto de Mickey conquistar a maior parte do público, alcançando o posto de personagem animado mais famoso do mundo. Este posto era, anteriormente, do gato *Félix*¹²⁴. Um dos animadores de *Félix*, Hal Walker, à época lamentou: “Disney nos pôs para fora do negócio com seu som”¹²⁵. Segundo John Halas e Roger Manvell, a relação entre a imagem e a música em *Steamboat Willie* se fez tão “perfeita” que naquele momento surgiu a expressão *Mickey mousing*, usada pelos estúdios de Hollywood para descrever tentativas de adaptar a trilha sonora aos movimentos na tela¹²⁶.

Com o sucesso de Mickey no cinema, Walt Disney começou a investir em outros tipos de mídias. Em janeiro de 1929 o empresário lançou tiras em quadrinhos de Mickey, que geralmente eram publicadas em rodapés de jornais. Segundo Gabler, as tirinhas se tornaram um êxito quase instantâneo, e contribuíram fortemente para a popularidade do personagem, pois já no ano seguinte, ela foi distribuída em 22 países¹²⁷. As tirinhas foram mais uma entre os materiais que naquele momento emergiram dos filmes, como uma forma de composição. Para Cristina Meneguello¹²⁸, sendo o filme um produto cultural voltado para as camadas médias¹²⁹, outros materiais fazem parte da sua estratégia de

¹²³ O conceito de síncrese é utilizado, entre outros autores, por Sébastien Denis. Cf. DENIS, 2010, p. 84-86.

¹²⁴ Cf. GABLER, 2013, p. 167.

¹²⁵ Cf. CANEMAKER, John, 1996 apud GABLER, 2013, p. 156.

¹²⁶ Cf. HALAS; MANVELL, 1979, p. 72.

¹²⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 170.

¹²⁸ Cf. MENEGUELLO, 1992, p. 11.

¹²⁹ Optamos por adotar nesta dissertação o termo ‘camadas médias’ utilizado pela historiadora Anna Cristina Camargo Moraes Figueiredo, em substituição

persuasão, como os cartazes que o anunciam, as revistas especializadas que o potencializam, as músicas de filmes que tocam nos rádios ou outros meios, e as publicidades que se utilizam de imagens do cinema, especialmente de atores e atrizes, neste caso, de animação.

Mickey também representou o início do investimento em publicidades¹³⁰ dentro do estúdio. Depois das tirinhas, Disney apostou no *merchandising*, uma estratégia de mercado que desde o início se demonstrou lucrativa, e que perdura nos negócios da companhia até os dias de hoje¹³¹. Em outros termos, podemos dizer que Disney passou a agenciar a imagem de Mickey. De acordo com Ana Maria Mauad, o agenciamento é um dos estágios do circuito social que pode passar uma determinada imagem¹³². Precisamente no caso do cinema, o agenciamento é um dos processos extrafilmicos, ou seja, aqueles que estão além do filme em si, e envolvem a produção, a circulação e a recepção do mesmo. O agenciamento costuma ser o último destes processos, pois compreende a negociação de imagens do filme para outras mídias ou áreas comerciais¹³³, a partir, por exemplo, da utilização de figuras de personagens nas indústrias de brinquedos, jogos, moda, decoração e utilidades domésticas. Segundo Mauad, “a civilização da

aos conceitos de ‘classe média’ ou ‘massa’, na tentativa de evitar passar uma sensação de homogeneidade. Cf. FIGUEIREDO, 1997, p. 20.

¹³⁰ Os conceitos de publicidade e propaganda muitas vezes se confundem. Neste trabalho, entendemos que a publicidade está associada a atividades que visam o lucro, que no caso de Disney se deram por meio de produtos comerciais. Quanto ao conceito de propaganda, por outro lado, considerados uma atividade organizada e orientada para a difusão de uma ideia, uma imagem ou um símbolo cultural, e que tem como o propósito a persuasão, embora a propaganda elaborada pelo governo estadunidense nunca estivesse desvinculada do lucro. A propaganda em sua forma política foi exercitada por Disney com mais exatidão entre 1942 e 1945, o período em que produziu as animações encomendadas para a Boa Vizinhaça, bem como para o esforço de guerra.

¹³¹ O *merchandising* se refere à promoção de artigos comerciais, trazendo imagens e logos de empresas ou esses formatos, incluindo produtos licenciados. Cf. BRYMAN, Alan. *A Disneyzação da Sociedade*. São Paulo: Idéas & Letras, 2007, p. 119.

¹³² Nas palavras da autora, as outras etapas são a produção, a circulação, e o consumo. Cf. MAUAD, Ana Maria. *Fotografia e a cultura política nos tempos da Política da Boa Vizinhaça*. Anais do Museu Paulista. São Paulo: v.22. n.1, 2014, p. 137.

¹³³ Cf. AMÉRICO, Guilherme; VILLELA, Lucas. Op. Cit., p. 259.

imagem possui um patrimônio visual que demanda instrumentos de agenciamento¹³⁴.

Para Walt Disney, promover a imagem de Mickey sempre significou a obtenção de lucros. A seguinte fotografia exhibe Walt Disney ainda em 1930 com apenas parte dos resultados do investimento:

Figura 3: “Mickey se transforma em uma pequena indústria”.



Fonte: Neal Gabler¹³⁵.

Conforme podemos notar na fotografia, a imagem de Mickey foi comercializada em diversos produtos, entre bonecos de plástico e de pelúcia, relógios, chinelos, meias, balões, toalhas, talheres, louças, instrumentos musicais, placas e quadros decorativos, cadernos e demais artigos de papelaria, etc. De acordo com Alan Bryman, em 1932 já

¹³⁴ Cf. MAUAD, Ana Maria. Imagens de um outro Brasil: o patrimônio fotográfico da Amazônia oitocentista. *Locus: revista de história*. Juiz de Fora, v. 16, n. 2, 2010, p. 134.

¹³⁵ Esta imagem foi digitalizada a partir do livro de Gabler, e o título que utilizamos na figura é uma citação do mesmo autor. Cf. GABLER, 2013, p. 256-257.

existiam entre 50 e 60 companhias que produziam mercadorias de Mickey Mouse, que por sua vez, eram vendidas em 200.000 lojas¹³⁶.

Em 1935, um artigo da revista *The New York Times* publicou um texto dizendo que “consumidores carregavam sacolas e pastas Mickey Mouse”, além de “sabonetes, doces, baralhos, emblemas, escovas, porcelana”, bem como “despertadores e garrafas térmicas”, cujos itens eram “embrulhados em papel Mickey Mouse, amarrados com fitas Mickey Mouse” e “pagas com dinheiro que saía de carteiras Mickey Mouse”. As crianças, segundo o texto, “viviam em um mundo Mickey Mouse”: “elas usam bonés, cintos, meias, sapatos, chinelos, elástico para meias, luvas, aventais, echarpes e roupa de baixo Mickey Mouse, e capas de chuva e guarda-chuva Mickey Mouse”. Afora os momentos de lazer, as “crianças vão para escolas onde objetos escolares Mickey Mouse transformam as lições em prazer”¹³⁷.

Mickey tornou-se, desse modo, o melhor recurso utilizado por Disney durante a Depressão. O personagem se tornou a maior fonte de lucros da empresa, ainda que menos em razão do cinema, e mais da venda de produtos. Nesse momento, cerca de metade dos lucros do estúdio advinham do *merchandising*¹³⁸. A empresa criou um departamento responsável pelos licenciamentos de produtos, logo que percebeu a publicidade como um meio privilegiado para se fazer e vender a animação, uma vez que muitos animadores já possuíam experiências na área na função de cartunistas. Segundo Gabler, a *Walt Disney Productions* se tornou o primeiro estúdio de cinema a admitir, em 1934, que “podia colher imensos lucros de brinquedos, jogos, roupas e outros produtos relacionados com filmes”¹³⁹. Dessa forma, a figura de Mickey comercializada em diversos produtos também encontrou mais espaços de significação para a empresa, pois o personagem passou a ser conhecido por outros públicos, para além das salas de cinema. Segundo Katia Iracema Krause, em 1937 Mickey já podia ser encontrado de alguma forma em pelo menos 38 países, seja por meio do cinema ou do comércio¹⁴⁰.

Todavia, é interessante perceber que esse conjunto de produtos investidos por Disney compunha, principalmente, o universo infantil.

¹³⁶ Cf. BRYMAN, 2007, p. 124.

¹³⁷ Cf. ROBBINS, L., 1935, apud GABLER, 2013, p. 233-234.

¹³⁸ Cf. BRYMAN, 2007 p. 125.

¹³⁹ Cf. GABLER, 2013, p. 234-235.

¹⁴⁰ Cf. KRAUSE, Katia Iracema. *O Rato vai à guerra: como Mickey Mouse se tornou uma imagem de poder dos EUA, 1928-1946*. Niterói: UFF, 2011, p. 92.

Assim, se enquanto cineasta Walt Disney projetou alguns de seus filmes (conforme veremos, com o caso de *Fantasia*) majoritariamente para o público adulto, enquanto produtor, as suas práticas comerciais foram especialmente focalizadas no mercado infanto-juvenil.

A associação entre a animação e o mundo infantil, que começou a se formar nessa época, muito se deve, portanto, ao incentivo ao consumo para essa faixa etária. Não apenas os estúdios Disney, mas o mercado que ajudou a impulsionar os personagens animados também lucraram, primeiramente, com a imagem de Mickey. Nos dois casos seguintes, citados por Gabler, a comercialização desses produtos chegou a significar a sobrevivência financeira das empresas. A *Lionel Corporation*, que passou por um processo de falência em 1934, reverteu a situação ao comprar uma licença para criar produtos com as imagens de Mickey e Minnie. A companhia vendeu 235 mil unidades no Natal. Um segundo exemplo diz respeito à empresa *Ingersoll*, que lançou um relógio com o rosto de Mickey, e o produto “se tornou tão popular” que a companhia precisou “cancelar a campanha de publicidade porque a capacidade de produção da fábrica ficou esgotada durante os meses seguintes”¹⁴¹.

Havia ainda os *Clubes do Mickey Mouse*, que começaram a surgir logo após o lançamento de *Steamboat Willie* e rapidamente se espalharam pelo país. O primeiro clube foi uma iniciativa de Harry Woodin, na época, o proprietário do teatro *Fox Dome*, em Los Angeles. Woodin começou a organizar matinês durante os sábados à tarde, onde convidava crianças para assistirem os curtas-metragens com o personagem Mickey. De acordo com Gabler, o primeiro *Clube do Mickey* rapidamente se tornou um sucesso vertiginoso e Woodin fez uma campanha para que mais teatros e cinemas abrissem clubes dedicados ao personagem. Em seguida surgiram mais *Clubes do Mickey*, em outras cidades, e todos com grandes números de membros. O cinema *Biltmore*, em Miami, inscreveu 1.200 membros; o *Fox Eckel*, em Nova Iorque, 1.300; e o *Fox MacDonald*, em Oregon, 1.500. Conforme a literatura, esses locais frequentemente se deparavam com filas nas entradas das matinês, e regularmente dispensavam dezenas de jovens quando os lugares se esgotavam¹⁴². Os membros dos clubes também costumavam vestir adereços com a imagem de Mickey, como as máscaras com imensos sorrisos, utilizadas no *Fox Dome Theatre*, em janeiro de 1930:

¹⁴¹ Cf. GABLER, 2013, p. 234.

¹⁴² Mais sobre os *Clubes do Mickey*, vide: GABLER, p. 168-169.

Figura 4: *Clube do Mickey*

Fonte: *Pinterest*¹⁴³.

Descontextualizada, esta fotografia poderia ser assustadora. Deslocada da estética de Mickey, ela poderia ser interpretada como uma multidão de crianças vestidas com máscaras de ratos. Nesse caso, é interessante perceber como um rato, um animal geralmente associado à sujeira, pragas e doenças, pôde se tornar um fenômeno comercial e o símbolo de uma estética artisticamente admirada como a de Disney. Isso só torna essa foto ainda mais instigante, pois ela nos mostra, então, um personagem do cinema de animação, em formato de rato, que se tornou um mito entre a população mais jovem. Já os exagerados sorrisos colocados pelas máscaras nos ajudam a entender a lógica do imaginário de Disney. Os sorrisos fazem parte dessa estética que Disney promoveu nessa época, onde o seu imaginário apresentava-se como um mundo feliz, ou de um conto de fadas. Com essa fórmula, durante os anos 1930 Walt Disney tomou conta de dois mercados que se mostraram lucrativos ao se associarem: o cinema de animação e o universo infantil.

¹⁴³ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/500251471081451623/>. Acesso em: 15 ago. 2018.

Além de assistirem aos curtas-metragens de Mickey, os membros dos clubes se encontravam para celebrar datas especiais, como o ‘aniversário’ do camundongo, ou mesmo para piqueniques, jogos e campeonatos de bola de gude, entre outras atividades. Quando Walt Disney visitou um desses clubes, disse se sentir “energizado ao ouvir cerca de mil crianças gritarem Mickey Mouse”¹⁴⁴. Desde então, Disney apoiou os clubes promovendo camisetas e acessórios diversos, além de shows de música e dança. Portanto, mesmo sem ter sido iniciativa dos estúdios Disney, os *Clubes do Mickey* foram importantes para a popularização do personagem e para a estabilidade das produções e exibições das animações de Mickey no mercado. Pois, para exibir os curtas-metragens nas matinês, os cinemas periodicamente compravam da empresa um pacote de animações de Mickey. A companhia, por sua vez, procurava investir parte da quantia que recebia com a venda de produtos como brinquedos, cartazes, bandeirolas e outros objetos com a imagem do camundongo para reverter em outros produtos para os membros dos clubes, como o exemplo das máscaras da fotografia acima. Dessa maneira, os membros dos clubes acabavam fazendo publicidade dos produtos e aumentavam a tendência de vendas. *Os Clubes do Mickey* transformaram-se, desse modo, em um ótimo negócio para os irmãos Disney¹⁴⁵.

De acordo com Denis, no mundo da animação nunca existiram contradições entre a arte e o comércio¹⁴⁶. Seguindo Disney, todos os demais estúdios de animação não tardaram a investir em publicidade. Uma repercussão interessante ocorreu com o personagem *Popeye*, de propriedade dos irmãos Max e Dave Fleischer, que naquele momento possuíam o segundo maior estúdio de animação dos Estados Unidos. Nas primeiras aparições de *Popeye*, o personagem comia poucos espinafres, até que os seus criadores forneceram a imagem do marinheiro para uma indústria de espinafres enlatados. A parceria entre o estúdio e a indústria alimentícia em pouco tempo arrecadou lucros para ambas, e a partir de então o espinafre tornou-se a marca registrada do personagem. Nessa época, a popularidade de *Popeye* cresceu e o personagem chegou a fazer uma franca concorrência com Mickey¹⁴⁷.

¹⁴⁴ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 168.

¹⁴⁵ Mais tarde, em 1955, o *Clube do Mickey* virou um programa de televisão na emissora estadunidense ABC, e apresentava desenhos e séries para crianças e adolescentes. Cf. GABLER, 2013, p. 168-169.

¹⁴⁶ Cf. DENIS, 2010, p. 103.

¹⁴⁷ Cf. DENIS, 2010, p. 102.

Mas, nesse mesmo período a empresa de Disney investiu cada vez mais no consumo dos produtos de Mickey, e a estimativa de público das animações do camundongo aumentou para cerca de um milhão de pessoas por ano¹⁴⁸. De acordo com Gabler, ainda em 1930, Mickey Mouse recebeu milhões de cartas de fãs¹⁴⁹ e o *Museu Madame Tussaud* pediu permissão para imortalizar Mickey em cera¹⁵⁰. Nessa época, a popularidade de Mickey também fez com que aparecessem várias imitações do personagem criadas por outros estúdios de animação. Segundo Gabler, a *Walt Disney Productions* advertiu as companhias *Paramount*, *Pathé* e *Van Beuren* por lançarem personagens plagiados de Mickey, e chegou a processar as duas últimas¹⁵¹.

Durante esse mesmo período, e à medida que se industrializava, o cinema estadunidense também passou a ocupar de 60% a 90% dos programas cinematográficos fora de seu país de origem¹⁵². Uma vez que os estúdios Disney acompanharam esse processo, Mickey tornou-se também conhecido e enaltecido no exterior. No Brasil, a imprensa referenciou o personagem como um “astro” de cinema mundialmente reconhecido. O jornalista Pedro Lima, na revista *O Cruzeiro*, afirmou que a projeção de Mickey era internacional e que o personagem era “detentor de uma popularidade que jamais atingira [sic] alguém com os filmes silenciosos”¹⁵³. Os cinemas brasileiros incluíram os curtas-metragens de Mickey Mouse nas sessões de exibições desde o início da década de 1930¹⁵⁴. Ademais, encontramos páginas inteiras dedicadas ao personagem em revistas, como em *O Tico Tico*, que publicava as *Aventuras do Camundongo Mickey*, em história em quadrinhos¹⁵⁵. Encontramos, ainda, poucos artigos e algumas tirinhas de Mickey nos

¹⁴⁸ Cf. SEDES, Gilbert, 1931 apud GABLER, 2013, p. 180.

¹⁴⁹ Cf. GABLER, 2013, p. 180.

¹⁵⁰ Cf. TUSSAUD, Madame, 1930 apud GABLER, 2013, p. 180.

¹⁵¹ Cf. GABLER, 2013, p. 180. Essas informações são relatadas pelo autor, mas ele não cita detalhes dos processos, bem como o porquê da *Paramount* não ter sido processada como as outras companhias.

¹⁵² Cf. SADOUL, G. apud SIMIS, Anita. *Estado e Cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 2008, p. 206.

¹⁵³ Cf. LIMA, Pedro. *O CRUZEIRO*. Rio de Janeiro: 04 ago. 1934, p. 10.

¹⁵⁴ As programações dos cinemas estão, por exemplo, no jornal: *CORREIO DE SÃO PAULO*. São Paulo: 21 de março de 1934, p. 04.

¹⁵⁵ Segundo a revista, *As Aventuras do Camundongo Mickey* eram produzidas por Walt Disney e Ub Iwerks, e distribuídas no Brasil por exclusividade da *Tico-Tico*. Cf. *O TICO-TICO*. Rio de Janeiro, 1930-1939.

periódicos¹⁵⁶, além de publicidades de demais produtos com a imagem de Mickey, como bonecos e fantasias, em alguns jornais¹⁵⁷. A popularidade de Mickey no Brasil aumentou gradualmente durante a década de 1930, e (conforme veremos), chegou ao auge com o lançamento de *Fantasia*, em 1941.

1.3. *Silly Symphonies*: as primeiras experimentações.

O cinema de animação é uma coisa experimental e estou disposto a experimentar. Nós temos mais neste meio do que fazer as pessoas rirem. Adoramos que as pessoas riem, mas acho que podemos fazer as duas coisas.
(Walt Disney).

Com sucesso e recursos obtidos com Mickey, a companhia conseguiu investir em uma série chamada *Silly Symphonies*¹⁵⁸, onde Disney pôde experimentar diversos personagens e inovações que depois foram aprimoradas nos longas-metragens. De acordo com Robert Sklar, Mickey permaneceu como o principal protagonista da maioria dos curtas-metragens¹⁵⁹. Entretanto, há animações que não incluíram Mickey e que são hoje mundialmente reconhecidas que também surgiram com as sinfonias. As *Silly Symphonies* seguiram realizando experimentações com a sonorização, e o primeiro curta-metragem lançado recebeu o nome de *The Skeleton Dance (A Dança dos Esqueletos)*¹⁶⁰ porque apresentou quatro esqueletos humanos dançando em sincronia com a música. De *Skeleton Dance* ao *Patinho Feio*¹⁶¹, entre 1929 e 1939, foram lançados 75 curtas-metragens da série.

¹⁵⁶ Principalmente em: O TICO – TICO. Rio de Janeiro, 07 nov. 1934, p. 23.

¹⁵⁷ Encontramos exemplos em: DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 08 out. 1936, p. 05. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 25 maio 1939, p. 13. A NOITE. Rio de Janeiro: 23 out. 1938, p. 07.

¹⁵⁸ Na língua portuguesa as Sinfônias foram traduzidas para “Tolas” ou “Ingênuas”.

¹⁵⁹ Cf. SKLAR, 1975, p. 236.

¹⁶⁰ A música foi criada pelo animador Carl Stalling. A animação está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=h03QBNVwX8Q>. Acesso em: 15 ago. 2018.

¹⁶¹ A lista de animações pode ser acessada no IMDb. Disponível em: <https://www.imdb.com/list/ls059249081/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

As produções das *Silly Symphonies* também permitiram que a companhia aprimorasse as experimentações com as cores nas animações. Naquele período do cinema, ainda predominantemente preto e branco, filmes coloridos constituíam-se em novidade. Porém, alguns cineastas já produziam películas coloridas desde o final da década de 1890. A técnica utilizada era a coloração artesanal, feita quadro a quadro. As obras realizadas por esse processo são chamadas *colorizadas*, já que não se tratam de filmes produzidos em cores, mas coloridos após as gravações. Talvez o exemplo mais emblemático desse período seja *Viagem à Lua*, produzido por Georges Méliès em 1902, com cerca de quatorze mil quadros colorizados¹⁶². De maneira geral, essa técnica foi pouco utilizada pelo cinema *live action*, devido à necessidade de mão de obra, a lentidão da produção e a elevação dos custos, além de uma resistência por parte de cineastas que acreditavam que a cor encobria a atenção dos espectadores em relação à direção, ao enredo e as atuações dos atores nos filmes. Mas no cinema de animação a colorização dos *frames* era bastante utilizada, isso porque a animação, naquele momento, já era por si mesma um processo artesanal, indo do desenho à pintura. Desde o início, a *Walt Disney Productions* possuía um departamento de pintura e coloração com funcionárias¹⁶³ especializadas nessa técnica. Segundo Graeme Turner, o cinema colorizado era associado, então, principalmente às animações (especialmente de Disney) ou a filmes onde a fantasia ou a ilusão do real fossem importantes para a narrativa¹⁶⁴.

No entanto, a coloração à mão era dispendiosa e à medida que o cinema se industrializava, aumentavam as tentativas de registrar a cor diretamente na fotografia do filme. As experiências mais bem-sucedidas foram realizadas desde 1915 pela empresa *Technicolor*, que durante a década de 1930 já havia avançado para uma gama completa de cores. O sistema consistia numa câmera especial de 35 milímetros que gravava em três negativos. Walt Disney assinou um contrato com a empresa em

¹⁶² *Viagem à Lua* também é considerado o primeiro filme de ficção científica da história do cinema. Nem todas as versões do filme estão colorizadas. A versão que citamos está disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_FrdVdKlxUk. Acesso em: 15 ago. 2018.

¹⁶³ O departamento de pintura contratava apenas mulheres, pois Walt Disney as considerava mais delicadas e habilidosas para a coloração dos frames. Lillian Disney, inclusive, antes de tornar-se a esposa de Walt, trabalhou nesse departamento. Cf. GABLER, 2013.

¹⁶⁴ Cf. TURNER, 1997, p. 30.

1932 e produziu a primeira animação distribuída comercialmente a cores, chamada *Flowers and Trees (Flores e Árvores)*¹⁶⁵, que graças a inovação estética ganhou o Oscar de melhor curta-metragem de animação. No mesmo ano, Disney também recebeu um Oscar honorário pela criação de Mickey, ainda que a primeira animação colorida do personagem só tenha sido lançada em 1935. Chamado *The Band Concert (O Concerto da Banda)*¹⁶⁶, o curta-metragem é sobre uma pequena banda marcial conduzida por Mickey. Esse e outras curtas foram o início de um projeto que Disney depois concluiu em *Fantasia*, onde as cores vivas e as músicas regendo a animação são duas das principais características desse longa-metragem.

À medida que avançava nas técnicas de som e coloração, Disney também aprimorava a parte narrativa dos curtas-metragens da *Silly Symphonies*. O auge das experimentações ocorreu com *Three Little Pigs (Os Três Porquinhos)*, lançado em maio de 1933. A história da animação começou enquanto Disney fazia as suas primeiras pesquisas sobre contos de fadas. Não há consenso acerca da origem da fábula, mas *Os Três Porquinhos* ficaram conhecidos a partir da segunda metade do século XIX, quando o escritor australiano Joseph Jacobs publicou o texto. Na história, cada um dos três porquinhos tinha a missão de construir a sua própria casa para se proteger do vilão, o Lobo Mau. Ao adaptar o conto para o cinema, Disney incluiu nomes para os porquinhos: *Fifer Pig, Fiddler Pig e Practical Pig*¹⁶⁷. O primeiro, mais preguiçoso, constrói a sua casa de palha, o segundo de madeira, e o terceiro, mais determinado, de alvenaria. No fim, todos se abrigam na casa do último, a única que sobrevive aos sopros do lobo. Os três, juntos, conseguem espantar o lobo e completar o final feliz¹⁶⁸.

Além de nomes, Disney quis incluir um diferencial para a sua versão: atribuir personalidades aos personagens. No cinema de

¹⁶⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5BqM8nU7-b8>. Acesso em: 15 ago. 2018.

¹⁶⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PIH4ds6gJ3o>. Acesso em: 15 ago. 2018.

¹⁶⁷ No Brasil, eles foram chamados de Cícero, Heitor, e Prático.

¹⁶⁸ *O happy end* é uma característica da narrativa hollywoodiana. Não importa o que tenha acontecido, o final será sempre feliz. De acordo com Sklar: “O final feliz não foi uma fórmula inventada pelos norte-americanos nem pelos filmes, mas, por vários decênios na primeira metade do século XX, nenhum outro meio de comunicação de massa nem a cultura nacional poderiam criar visões de amor e satisfação social à maneira fascinante, confiante e convincente de Hollywood”. Cf. SKLAR, 1975, p. 266.

animação, até então, era comum exprimir as características dos personagens a partir da sua forma física, como o Lobo Mau, que, por ser mau, era também grande e feio. Os três porquinhos, no entanto, foram desenhados de forma muito semelhantes fisicamente, mas com personalidades diferentes e, assim, cada um agia à sua maneira. À época de seu lançamento, *Os Três Porquinhos* foi um curta com personagens dotados de personalidade e por isso passou a ser visto como uma conquista importante da animação. O animador Chuck Jones afirmou que *Os Três Porquinhos* demonstraram que “não era a aparência de um personagem e sim como ele se movimentava que determinava sua personalidade”. De acordo com Jones, tudo o que os animadores quiseram lidar depois de *Três Porquinhos* foi referente à atuação dos personagens¹⁶⁹.

Os Três Porquinhos também foi o primeiro curta-metragem onde os animadores utilizaram uma ferramenta chamada *storyboard*. O formato do *storyboard* é de um esboço sequencial semelhante a uma história em quadrinhos, onde são graficamente organizados alguns processos de produção de um audiovisual a partir da perspectiva do diretor, como enquadramentos de câmera e posicionamentos de cenários, refletores, e demais equipamentos e componentes de cada cena. No caso do cinema de animação, o *storyboard* é particularmente importante, pois funciona como uma espécie de roteiro visual (embora não dispense o roteiro textual) e abrange desde o enredo da história e as características de cada personagem, bem como as relações entre eles, ações, sentimentos, entretenimentos, indicações de cenário, cores, enquadramentos, montagem e todos os demais componentes cinematográficos que podem ser apresentados visualmente¹⁷⁰. Se atualmente o *storyboard* é uma prática consolidada em diversas áreas de produção visual, na época aqui estudada o desenvolvimento dessa ferramenta pelos estúdios Disney revolucionaram as possibilidades de pré-visualizar o conjunto de cada animação, tendo as suas partes narradas em sequências de desenhos. Em *Fantasia* (conforme veremos no próximo capítulo), o *storyboard* chegou a ser produzido em placas de fibra, resultando no tamanho de uma tela de pintura, para que cada animador pudesse enxergar as cenas detalhadamente.

¹⁶⁹ Cf. KANFER, Stefan 1997 apud GABLER, 2013, p. 219.

¹⁷⁰ Cf. CRUZ, Paula Ribeiro. *Do Desenho Animado à Computação Gráfica: a estética da animação à luz das novas tecnologias*. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2006, p. 85.

Durante a produção de *Os Três Porquinhos*, o *storyboard* também alterou significativamente a relação de Walt Disney com a direção das animações. Disney costumava convocar reuniões com as equipes de cada produção, para contar toda a história e cada um dos personagens para demonstrar aos animadores como ele queria vê-los finalizados. Com o auxílio do *storyboard*, esse processo ficou mais claro, e Disney passou, também, a atuar durante essas reuniões, onde ele representava cada ação para um público constituído de seus animadores e, eles, então, posteriormente desenhavam as cenas. Segundo as biografias, entre outras características, Disney ficou conhecido pelo perfeccionismo, e ele desejava que cada animação fosse finalizada conforme a sua imaginação. A partir do *storyboard*, ele encontrou uma maneira de passar aos animadores como pensava o desenvolvimento da narrativa, assim como as características e os comportamentos de cada personagem. Durante as reuniões,

Ele então literalmente se *transformava* no Lobo Mau, encurvava-se ameaçador, enquanto tentava assoprar e derrubar a casa do primeiro porquinho. Então transferia-se para o personagem do porquinho, tremendo de medo, enquanto tentava afastar o lobo de sua porta. Costumava passar de lobo a porco, e vice-versa, por três vezes, a cada vez mudando a representação dos porquinhos com um movimento das sobrelhas ou uma torção do corpo, curvando-se, rosnando, encolhendo-se, rindo, chorando, implorando, até que o último porco heroicamente vencia o lobo¹⁷¹.

É principalmente nesse sentido que Walt Disney ficou conhecido como um cineasta, pois ele participou ativamente das animações do período aqui estudado, não mediante a execução prática das animações, mas planejando cada uma delas, e construindo personagens e narrativas. De acordo com a literatura, nessa época Disney já não queria mais produzir curtas-metragens com piadas soltas. Ele queria desenvolver narrativas de início, meio e fim. Disney também queria que o cinema de animação se adaptasse ao modo de produção dos filmes em ação ao vivo, que, na época, industrializava-se de acordo com a narrativa clássica hollywoodiana. Durante o lançamento, *Os Três Porquinhos* demonstraram à crítica e aos demais estúdios que estavam imersos nesse

¹⁷¹ Cf. ELIOT, 1980, p. 106.

modelo de narrativa, pois, de acordo com David Bordwell, um filme clássico apresenta personagens bem definidos e um problema evidente, com uma trama de conflitos, e finaliza com a resolução do problema e a clara consecução dos objetivos¹⁷², exatamente como acontece em *Os Três Porquinhos*. Na tentativa de adaptar contos de fadas ao modo de produção de Hollywood, Disney começou a desenvolver, assim, um estilo único para as suas animações. *Os Três Porquinhos* receberam um notável reconhecimento por parte da indústria cinematográfica, que antes não apostava em animações nem as via como forma de arte. Para a surpresa de muitos, o curta ficou dois anos sendo exibido ininterruptamente em alguns cinemas dos Estados Unidos, sendo elogiado pelo público e pela crítica, e recebendo o Oscar na categoria de melhor curta-metragem de animação em 1934.

O valor de produção de *Os Três Porquinhos* foi de US\$ 15.568,00 e a companhia conseguiu alcançar um lucro líquido, segundo Gabler, estimado em 600 mil dólares¹⁷³. Mas assim como aconteceu com Mickey, o rendimento mais significativo advinha menos das exibições da animação, e mais da campanha mercadológica. Segundo Marc Eliot, a partir de bonecos dos personagens dessa animação, o estúdio conseguiu obter a marca de um milhão de dólares¹⁷⁴. O grande sucesso de *Os Três Porquinhos* foi, no entanto, a música, que também arrecadou muitos lucros a partir de pagamentos de direitos autorais para o estúdio. O público se identificou com o refrão que os porquinhos cantavam - *Quem tem medo do Lobo Mau?* - e a música passou a representar uma mensagem de recusa ao medo num momento de crise econômica - a Grande Depressão - contribuindo para elevar a moral dos espectadores. Nessa interpretação, a figura do Lobo Mau representou as dificuldades socioeconômicas do período, e os três porquinhos foram associados à importância da união e da perseverança diante das adversidades, além de trazerem recompensas pelo trabalho árduo.

No Brasil, a partir de uma análise das programações semanais de cinemas do *Jornal do Brasil*, percebemos que a animação foi lançada no Rio de Janeiro inicialmente como os *Três Leitõesinhos*, sendo exibida nos cinemas de novembro de 1933 a maio de 1934, mas somente como

¹⁷² Cf. BORDWELL, David. O Cinema Clássico Hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão. *Teoria Contemporânea do Cinema*. Volume II. São Paulo: SENAC, 2005, p. 278-279.

¹⁷³ Cf. GABLER, 2013, p. 219.

¹⁷⁴ Cf. ELIOT, 1980, p. 115.

acompanhamento de longas-metragens¹⁷⁵. Provavelmente porque os curtas-metragens de animação ainda não eram entendidos como uma atração principal, os *Três Porquinhos* não ganharam destaque na imprensa. Encontramos pouquíssimas notícias sobre a animação, e apesar das questões sobre o trabalho e os trabalhadores também estarem em pauta na sociedade brasileira daquele momento¹⁷⁶, aparentemente não houve associações da animação com esses temas.

Já nos Estados Unidos, a recepção da animação foi tão positiva que *Os Três Porquinhos* chegaram a inspirar um dos *slogans* mais lembrados criados por Franklin Roosevelt naquele período: *The only thing we have to fear is fear itself* (*A única coisa que devemos temer é o próprio temor*). A partir de então, para alguns, a imagem do porquinho ‘Prático’ e trabalhador começou a ser associada ao próprio presidente, enquanto este prometia gerar alívio à crise por qual passava o país¹⁷⁷. O sucesso das exhibições também transformou a música da animação em um hino durante a *Depressão*. O crítico de cinema Richard Watts, Jr., do jornal *New York Herald Tribune* queixou-se de que *Quem medo do Lobo Mau?* estava em todo e qualquer lugar: “a música explode em cima de você”, não importa onde você esteja. “Em qualquer cinema”, ou no rádio, a música atira-se sobre você”. “Você pega um jornal em busca de alívio e a encontra gritando para você em uma caricatura na página do editorial”¹⁷⁸.

Mais uma vez, portanto, a música atraiu novos espectadores para o cinema de animação. Segundo Sébastien Denis, o verdadeiro responsável pelo sucesso das animações da década de 1930 foi o cinema sonoro, que transformou desenhos agradáveis em poderosos entretenimentos¹⁷⁹. A partir dos primeiros sucessos das *Silly Symphonies*, todos os grandes estúdios de Hollywood passaram a investir em novas técnicas de animação. Ainda de acordo com Denis, para Disney, o som passou a representar 50% de um filme de animação, seja em termos estéticos ou econômicos¹⁸⁰, já que foi a sincronização

¹⁷⁵ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 1933-1934.

¹⁷⁶ Referimo-nos a Era Vargas e a política de leis trabalhistas. Cf. GONÇALVES, Maurício R. *Cinema e identidade nacional no Brasil (1898-1969)*. São Paulo: LCTE, 2009, p. 83.

¹⁷⁷ Cf. PEREIRA, Wagner Pinheiro. *24 de outubro de 1929: a quebra da bolsa de Nova York e a Grande Depressão*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2006, p. 77.

¹⁷⁸ Cf. WATTS JR, Richard, 1933 apud GABLER, 2013, p. 217-218.

¹⁷⁹ Cf. DENIS, 2010, p. 119.

¹⁸⁰ Cf. DENIS, 2010, p. 90.

mecânica que colocou a companhia em concorrência com os maiores estúdios de Hollywood. A música foi tão importante para a *Walt Disney Productions* que se tornou uma marca registrada dos filmes produzidos pela empresa. *Fantasia*, cuja produção é iniciada em 1937, significou o ápice do processo de desenvolvimento sonoro para o estúdio, sendo considerado um grande musical de sua época e contando, inclusive, com uma orquestra. O gênero musical, aliás, pode ser interpretado como uma fórmula essencialmente estadunidense, pois, segundo Turner, oferece o prazer do cinema e do *vaudeville* ao mesmo tempo¹⁸¹.

À medida que foi industrializando a sua companhia, Disney também se mostrou cada vez mais um produtor de representações do imaginário estadunidense. Ele já havia desenvolvido animações coloridas e inspiradas em musicais, e nessa época começou a produzir narrativas clássicas hollywoodianas. O passo seguinte foi dotar as animações e os personagens de mais ‘realismo’.

1.4. O Realismo

Walt Disney está sempre em processo de reinventar a realidade, e isso é uma conexão fundamental, empática, com o público – a fonte de seu poder.
(Neal Gabler)¹⁸².

A partir de experimentações e conquistas com as *Silly Symphonies*, em 1937 Walt Disney pôde começar a realizar mais um de seus desejos: produzir a primeira animação em longa-metragem em som e a cores da história: *Snow White and the Seven Dwarfs* (*Branca de Neve e o Sete Anões*)¹⁸³. Considerado o primeiro conto de fadas clássico animado pelo estúdio, com história de autoria dos irmãos Grimm, a

¹⁸¹ Também conhecido como “teatro de variedades”, o *vaudeville* foi uma forma de entretenimento presente nos Estados Unidos entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX. As apresentações teatrais aconteciam em locais e formatos variados, podendo ter cantores populares, dançarinos, acrobatas, ilusionistas, etc. Cf. TURNER. Op. Cit., p. 23.

¹⁸² Cf. GABLER, 2013, p. 186.

¹⁸³ O primeiro longa-metragem de animação do mundo, no entanto, foi produzido vinte anos antes na Argentina: *El Apóstol* (1917), de Quirino Cristiani (1896–1984), um imigrante italiano que morou na Argentina e é considerado um precursor do cinema de animação no país. A diferença de *Branca de Neve*, *El Apóstol* é um longa em preto e branco e silencioso.

escolha por *Branca de Neve* se deu pelos atrativos estéticos e narrativos, que condiziam com a narrativa clássica hollywoodiana. Havia uma rainha má e invejosa que queria se livrar da enteada ao temer que esta um dia pudesse superar a sua beleza; havia também os anões que ajudavam a moça na fuga, além de um príncipe que contribuía para o final feliz. Aos anões, Disney designou nomes e personalidades bem marcadas: *Doc, Grumpy, Happy, Bashful, Sleepy, Sneezy e Dopey*. Conhecidos no Brasil, respectivamente, por Mestre, Zangado, Feliz, Dengoso, Soneca, Atchim e Dunga.

A nova animação representou um desafio para os animadores. Acostumados aos traços de animais, eles precisaram desenvolver personagens humanos para *Branca de Neve*. Durante a produção do longa-metragem, Disney ainda insistiu para que *Branca de Neve* e os demais personagens, assim como o cenário e todos os elementos da animação fossem os mais realistas possíveis. O que chamamos aqui de realismo é entendido por Denis como “a relação entre o real e a sua representação”¹⁸⁴, e por Aumont, como uma imagem que “deve proporcionar a sensação de verdade”¹⁸⁵. Em outras palavras, Walt Disney pretendia que a representação de uma princesa fosse interpretada pelo público como tal, tanto quanto a representação da bruxa má e assim por diante. Seu objetivo era que a plateia se envolvesse com a animação, assim como fazia com os filmes em *live action*. E o caminho que ele traçou para alcançar esse objetivo foi criar personagens dotados de personalidade. Para Disney, a personalidade não se limitava ao comportamento físico, mas deveria emergir dos desenhos como se fosse internalizada, como se os personagens estivessem vivos e pensassem, para que dessa maneira extraíssem emoções do público. Disney queria que os espectadores se importassem com os personagens, ao invés de apenas rir deles. Para Disney, o personagem de animação deveria atuar e representar convincentemente, parecer respirar e pensar¹⁸⁶; deveria convencer o público de que ele é real, ou pelo menos quase isso.

Assim como já havia feito em *Os Três Porquinhos*, Walt Disney iniciou a produção de *A Branca de Neve e os Sete Anões* representando cada cena da animação para seus funcionários, não apenas falando, mas atuando, assumindo características dos personagens, criando vozes para eles, etc.; com o intuito de que os animadores observassem exatamente o

¹⁸⁴ Cf. DENIS, 2010, p. 28.

¹⁸⁵ Cf. AUMONT, Jacques. *A estética do filme*. 7ª edição. Campinas: Papirus, 2009, p. 167.

¹⁸⁶ Cf. BARBOSA JUNIOR, 2005 p. 99.

que ele queria ver na tela. Ele se tornou tanto a *Branca de Neve*, quanto a rainha malvada, o príncipe, e cada um dos anões sempre que julgou necessário¹⁸⁷. Com a diferença de que, desde o primeiro esboço, Disney criou uma obstinação sobre cada personagem parecer ‘vivo’. Segundo Ward Kimball, durante as reuniões de enredo Disney exigiu uma delineação completa de cada personagem, pois para ele até uma árvore, se fosse tímida, deveria agir com timidez¹⁸⁸. De acordo com Neal Gabler, em função do realismo, a força da gravidade tornou-se uma obsessão dentro do estúdio, e Disney espalhou cartazes pelas paredes da companhia, que diziam, entre outras frases, “O seu desenho tem peso, profundidade e equilíbrio?”¹⁸⁹. O realismo tornou-se uma marca das animações de Disney a partir dessa época. Com o som para os personagens dialogarem como se fossem humanos e a cor para dar mais impressão de vida ao imaginário, Disney também aprimorou a parte narrativa das animações e desenvolveu novas técnicas de filmagem que o levaram a criação de um realismo próprio.

Tecnicamente, realismo na animação significa captar o movimento. Com as insistências de Disney sobre os personagens se movimentarem e agirem como humanos, a companhia concluiu que se *Branca de Neve* precisava parecer ser o mais próximo possível de uma mulher real, nada melhor do que uma atriz para interpretá-la. Os irmãos Disney contrataram a atriz Marjorie Belcher¹⁹⁰ para fazer o papel da princesa. Ela foi caracterizada pela personagem, e seus movimentos foram observados pelos animadores. Para auxiliá-los, foi utilizada uma máquina chamada rotoscópio. Inventado por Max Fleischer em 1915, o rotoscópio permitia, a partir de retroprojeção, decalcar os movimentos de personagens reais para aplicá-los em desenhos¹⁹¹. Os estúdios *Fleischer* já utilizavam essa técnica nas suas animações, entre elas as séries: *Betty Boop* e o marinheiro *Popeye*. A partir de *Branca de Neve*, Walt Disney também passou a usar o rotoscópio em suas produções. Os desenhos das animações – nesse período produzidos em 24 imagens por

¹⁸⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 256-257.

¹⁸⁸ Cf. CANEMAKER, John, 1973 apud GABLER, 2013, p. 207.

¹⁸⁹ Cf. GABLER, 2013, p. 207.

¹⁹⁰ À época, Marjorie Belcher era uma jovem atriz, dançarina e professora de balé. Walt Disney a contratou para ser modelo de *Branca de Neve* e, em seguida, também para representar a personagem *Fada Azul* em *Pinocchio*. Belcher ainda ajudou a equipe de *Fantasia* encenando personagens em formas de *flores bailarinas* para a animação (conforme veremos no segundo capítulo).

¹⁹¹ Cf. DENIS, 2010, p. 32.

segundo – eram elaborados um a um em celulóide que, por ser transparente, permitia que fossem sobrepostos no rotoscópio para formar uma sequência em movimento.

Os técnicos do estúdio também construíram um sistema de suportes verticais para proporcionar profundidade à imagem. Várias camadas de uma mesma cena - desenhadas e pintadas em celulóides diferentes - foram colocadas no sistema e todos os elementos foram filmados de cima, resultando em uma ilusão de profundidade¹⁹². Essa técnica foi chamada de câmera multiplano, cuja prática revolucionou o cinema de animação, pois tornou possível a filmagem simultaneamente em vários planos, contribuindo assim para o realismo. A técnica continuou a ser utilizada pelos anos seguintes e em *Fantasia*, inclusive, também foi experimentada em uma versão horizontal, para filmar a longa procissão de peregrinos no final da animação¹⁹³. A partir dessas técnicas, os personagens passaram a se movimentar em uma ilusão de três dimensões, podendo se aproximar ou afastar da tela, abaixar, rodar em 360°, etc.

A adaptação de um conto de fadas para a animação, o perfeccionismo dos desenhos e da direção do filme, as cores ‘vivas’, o som sincronizado e o realismo fizeram de *Branca de Neve e o Sete Anões* uma fórmula de sucesso. Os estúdios Disney inovaram, ainda, ao investir em um longa-metragem, pois a maioria dos animadores e críticos da época acreditava que uma animação com mais de uma hora de duração conquistaria apenas o tédio do público¹⁹⁴. Porém, quando estreou, em 21 de dezembro de 1937 no teatro *Carthay Circle*, em Hollywood, como um evento de gala¹⁹⁵, a exibição contou com a presença de nomes ilustres do cinema estadunidense e *Branca de Neve* conseguiu emocionar profundamente esses espectadores. Sobre essa recepção, o animador Bill Peet afirmou que todas as pessoas ali presentes ficaram envolvidas com a animação desde o início e que “à medida que o filme avançava, todos borbulhavam de entusiasmo e, frequentemente, irrompiam em aplausos espontâneos”¹⁹⁶. Ao que parece, em algum momento do filme o ator John Barrymore pulou na cadeira de entusiasmo, e os atores Clark Gable e Carole Lombard não

¹⁹² Cf. COUSINS, 2013, p. 166.

¹⁹³ Cf. CULHANE, John. *Walt Disney's Fantasia*. New York: Harry N. Abrams, 1983, p. 28.

¹⁹⁴ Cf. ELIOT, 1980, p. 128.

¹⁹⁵ Cf. GABLER, 2013, p. 316.

¹⁹⁶ Cf. PEET, Bill, 1937, GABLER, 2013, p. 317.

conseguiram conter as lágrimas durante a cena do velório da protagonista¹⁹⁷. O produtor Nat Levine afirmou, na época, que ao assistir *Branca de Neve* se sentiu “no meio da história do cinema”, e o diretor Cecil B. De Mille escreveu um telegrama à Disney dizendo que “gostaria de poder fazer filmes como *Branca de Neve*”¹⁹⁸. A revista *The New York Times* comparou a importância de *Branca de Neve* ao ‘nascimento’ de Mickey, e afirmou que o longa-metragem era uma autêntica obra-prima, para ser mostrada nos cinemas e “amada pelas novas gerações”, até “muito tempo depois que a atual safra de astros, roteiristas e diretores estiver dormindo onde nenhum beijo de príncipe poderá despertá-los”¹⁹⁹.

Em pouco tempo, *Branca de Neve* se transformou em uma campeã de bilheteria e crítica nos Estados Unidos. O primeiro longa-metragem em animação completamente de acordo com a narrativa clássica também convenceu Hollywood de que Walt Disney era um grande empresário para a indústria cinematográfica, e que animações em longa-metragem poderiam ser comercialmente viáveis. Ao final da sua primeira temporada de exibição, em 1939, *Branca de Neve e os Sete Anões* obtiveram, segundo Gabler, um retorno de mais de US\$ 6,7 milhões²⁰⁰, e de acordo com Otto Friedrich esse número foi ainda maior: 8 milhões de dólares²⁰¹. Apesar das divergências (que são comuns na história do cinema²⁰²), essas quantias nunca haviam sido vistas antes no cinema de animação, ou melhor, em Hollywood, uma vez que *Branca de Neve* conquistou o título de maior arrecadação até aquele momento entre os filmes estadunidenses²⁰³. Mas, novamente, os lucros da companhia superaram as salas de cinema. De acordo com Alan Bryman, Disney assinou pelo menos setenta contratos de licenciamentos e foram lançados mais de dois mil produtos de *merchandising* com as imagens de *Branca de Neve* e dos anões, com destaque para copos de refrigerante e brinquedos²⁰⁴.

¹⁹⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 317.

¹⁹⁸ Cf. DE MILLE apud GABLER, 2013, p. 318.

¹⁹⁹ Cf. NYT, 1938 apud GABLER, 2013, p. 318.

²⁰⁰ Cf. GABLER, 2013, p. 321.

²⁰¹ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 46.

²⁰² Esses números costumam divergir porque durante a primeira metade do século XX a contabilidade dos estúdios geralmente era desorganizada e muitos registros se perderam.

²⁰³ Cf. GABLER, 2013, p. 321-322.

²⁰⁴ Cf. BRYMAN, 2007, p. 126.

Assim como *Os Três Porquinhos*, nos Estados Unidos *Branca de Neve* também remeteu à Depressão, por abordar o trabalho árduo, porém recompensador, mediante os personagens anões; e também porque mais uma vez a música – chamada *Heigh-ho*²⁰⁵ - interpretada pelos anões, pôde ser ouvida em todo o território estadunidense. Disney recebeu um Oscar honorário da Academia por seu pioneirismo e também mais sete miniaturas da estatueta que excepcionalmente representaram os anões²⁰⁶. *Branca de Neve* inaugurou o prêmio de melhor longa-metragem de animação da instituição e também concorreu ao prêmio de melhor trilha sonora. Quando emergiu a Segunda Guerra Mundial, *Branca de Neve* continuou sendo lembrada por estabelecer um elo emocional com os espectadores. Segundo Eliot, a luta da personagem principal contra a madrasta má transformou-se em uma “vívida metáfora” num momento onde a nação estava prestes a entrar em um conflito mundial, quando as sombrias forças do mal pareciam ameaçar a própria existência dos Estados Unidos²⁰⁷.

Durante os contextos da Grande Depressão e, em seguida, da Segunda Guerra Mundial, a fórmula do entretenimento foi, portanto, vencedora nos Estados Unidos. De acordo com Gabler, o termo vem de *inter* (entre) e *tenere* (ter)²⁰⁸ e é produzido para distrair, divertir, entreter. Foi nesse país que o entretenimento se desenvolveu e se tornou elemento central de todas as formas de uma cultura destinada principalmente às camadas médias. O cinema demonstrou ser “uma espécie de realização dos desejos e anseios americanos”²⁰⁹. Otto Friedrich, ao referir-se sobre a importância do entretenimento por meio do cinema naquele período, lembrou que em 1939 existiam mais salas de exibição de cinema (15.115) do que bancos (14.952) nos Estados Unidos e, o número de espectadores era cerca de 50 milhões por semana²¹⁰. As décadas de 1930 e 1940 são, assim, consideradas a ‘época

²⁰⁵ No Brasil ficou conhecido principalmente o refrão, traduzido: “Eu vou, eu vou, para casa agora eu vou...”

²⁰⁶ Na ocasião (11º Oscar), Disney recebeu as oito estatuetas das mãos de Shirley Temple. A atriz, que na época tinha apenas dez anos de idade, já havia conquistado o público de cinema hollywoodiano e era lembrada por ter um otimismo contagiante que a fez ser um mais símbolo de esperança (e do *American Dream*) durante a *Depressão*.

²⁰⁷ Cf. ELIOT, 1980, p. 139.

²⁰⁸ Cf. GABLER. *Vida, o filme*: como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999, p. 25.

²⁰⁹ Cf. GABLER, 1999, p. 50.

²¹⁰ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 27.

de ouro' de Hollywood, que só passou a sentir quedas de audiência após o surgimento da televisão.

Para Gabler, o entretenimento não haveria dado certo se os produtores de cinema não tivessem percebido que as plateias necessitam de elementos de identificação para se envolverem com o espetáculo²¹¹. Nesse sentido, o êxito de Hollywood esteve em seu interesse pelas audiências. Estamos buscando apontar, nesse texto, que a proposta de Disney era justamente esta: sendo um entretenimento, as animações poderiam proporcionar ao público as mesmas emoções que obtinham com os filmes em *live action*. Disney encontrou o caminho da identificação do espectador a partir do realismo nas animações, se aproximando do público a partir de personagens com comportamentos humanos, ao mesmo tempo em que apresentava um universo visual inédito²¹², que poderia trazer os espectadores para um imaginário inspirado na natureza, mas que com vistas ao mundo real, tinham o objetivo de emocionar, divertir e entreter o público.

Branca de Neve e os Sete Anões foi uma das animações mais lembradas desse momento, pois ela realmente se tornou um dos filmes mais populares da história e a sua fama foi internacional. O longa-metragem foi dublado em pelo menos dez línguas e distribuído em quarenta e nove países²¹³, entre eles, o Brasil. Nesse período, aliás, Getúlio Vargas começava a estudar os possíveis acordos com a política estadunidense que, aos poucos, pareceram cada vez mais atraentes para os objetivos do presidente, que incluíam industrializar e modernizar o país. Durante os anos 1930, mesmo que o cinema brasileiro tenha vivido um momento de expansão²¹⁴, desde sempre a indústria nacional enfrentou dificuldades em todos os setores – produção, distribuição e exibição. A maior parte das salas de cinemas exibia filmes estrangeiros e

²¹¹ Cf. GABLER, 1999, p. 14.

²¹² O realismo desenvolvido por Disney era inédito, porém, não era a única possibilidade para os animadores. Ao contrário, a maior parte das animações que depois constituíram o chamado desenho animado provinha de um cinema muito mais formalista do que realista. As formas, as cores, a velocidade, a efusão, estão no centro desses desenhos, e não a narrativa, como no realismo de Disney. Cf. DENIS, 2010, p. 121-140.

²¹³ Cf. GABLER, 2013, p. 322.

²¹⁴ De acordo com Anita Simis, foi durante os anos 1930 que o Estado passou a regular e a estimular a atividade cinematográfica no país. Nessa década também surgiram produtoras que lançaram significativos longas-metragens, sendo as mais expressivas: *Brasil Vita Filmes*, *Cinédia*, e *Sonofilme*. Cf. SIMIS, 2008, p. 70-125.

na imprensa surgiram revistas especializadas que começaram a difundir as estrelas de Hollywood e os mitos estadunidenses. Aos poucos, os brasileiros passaram a apreciar o entretenimento pelo formato do cinema hollywoodiano e permitiram que esse meio passasse a influenciar os comportamentos, o ato de consumir, e também as opiniões políticas²¹⁵. À medida que o público brasileiro passou a preferir o cinema estadunidense em detrimento do nacional, considerado de “má qualidade”²¹⁶, as animações de Disney também conquistaram cada vez mais os espectadores no Brasil.

A partir de pesquisas em programações de cinemas do Rio de Janeiro no *Jornal do Brasil*, percebemos que a primeira temporada de *Branca de Neve* na capital foi entre setembro de 1938 e julho de 1939²¹⁷. Em dezembro a história também virou peça com atores brasileiros no Teatro Municipal²¹⁸. Entretanto, mesmo com as audiências em alta, os periódicos ainda traziam poucas notícias sobre as produções de Disney, com exceção da revista *A Cena Muda*, que era especializada em cinema e colocava-se como a principal representante do cinema hollywoodiano durante esse período no Brasil. *A Cena Muda* chegou a dedicar páginas inteiras à *Branca de Neve* durante o ano de 1938, quase sempre destacando a inovação de Walt Disney. Em um dos artigos a revista afirmou ser esta a primeira animação “constituindo um espetáculo completo, pela sua duração e pela sua importância artística”²¹⁹.

Com *Branca de Neve*, Disney conseguiu expandir as fronteiras artísticas da animação, surpreendeu com suas inovações, e teve um retorno comercial em uma mídia que preferia a segurança do conhecido aos riscos da experimentação²²⁰. Após o seu sucesso, os demais estúdios de animação precisaram investir em longas-metragens para fazer concorrência com Disney. O primeiro estúdio parece ter sido o *Fleischer*, que lançou *As Viagens de Gulliver* em 1939. *Branca de Neve* representou, então, um marco para o cinema de animação, e estabeleceu a reputação da *Walt Disney Productions* como uma das companhias mais notáveis de Hollywood. *Branca de Neve* também cessou com a

²¹⁵ Sobre o cinema brasileiro nos anos 1930 e a influência hollywoodiana, Cf. GONÇALVES, 2009.

²¹⁶ Cf. SIMIS, 2008, p. 79.

²¹⁷ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 1938-1939.

²¹⁸ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 07 dez. 1938, p. 13.

²¹⁹ Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 11 dez. 1938, p. 06.

²²⁰ Cf. ELIOT, 1980, p. 139.

crise financeira do estúdio, ainda que por pouco tempo, já que Walt Disney continuou a investir quase todo o valor que recebia em novas tecnologias para a estética e a técnica narrativa.

Ainda durante a década de 1930, o empresário investiu, sobretudo, em seu principal personagem: Mickey Mouse. Visto que o grande sucesso de *Steamboat Willie* aconteceu devido ao recurso sonoro, por outro lado, o comportamento impetuoso do camundongo, não apenas nessa, mas também em demais animações no estilo *slapstick*, fez com que o estúdio recebesse diversas cartas - tanto do público como de críticos de cinema - que acusavam Mickey de ser um “mau exemplo” para os espectadores²²¹. As pressões possivelmente apressaram o desejo de Disney de tornar as animações mais realistas. Ele se convenceu de que a personalidade de Mickey precisava ser corrigida para, assim, melhor aproximá-lo do público. Em uma reunião de discussão de enredo, Disney comunicou aos animadores: “Acho que as pessoas pensam em Mickey como um personagem bonito. Ele é um personagem bonito - e deveria ser mais amigável em tudo que faz”²²². Aos poucos, o estúdio foi transformando o personagem em uma figura cada vez mais bondosa, respeitável, compreensível, sorridente e de fácil identificação pelo público. O processo de humanização de Mickey deixou de permitir que ele agisse com impertinência. Mickey passou a ter uma moral a zelar.

Havia razões externas ao estúdio para que não apenas Mickey, mas todos os personagens se comportassem moralmente. No início dos anos 1930 houve a aplicação do *Código Hays*²²³ em Hollywood, uma cartilha que enumerou pontos proibidos e preventivos durante as produções cinematográficas, uma forma de autocensura no cinema que durou até 1968. Para Sébastien Denis, essa censura se deu de forma particular na animação, pois sendo este um cinema para todos os

²²¹ As cartas são citadas *In*: GABLER, 2013, p. 239; e KRAUSE, 2011, p. 95.

²²² Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 344.

²²³ Durante a década de 1920 filmes de teor violento ou sexuais fizeram com que Hollywood passasse a ser vista, por muitos, como a “cidade do pecado”. Para melhorar essa imagem, os diretores dos grandes estúdios formaram a *Motion Picture Association of America* (MPAA) e contrataram o advogado William Harrison Hays para ajudá-los a construir regras prévias para a indústria do cinema. O *Código Hays*, ou Código de Produção de Cinema, foi formulado em 1930, mas os efeitos práticos ocorreram a partir de 1934, quando foi criada a *Producers Code Administration* (PCA), uma junta de censores responsável por avaliar o conteúdo das produções hollywoodianas e aprovar sua exibição. Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 66.

públicos, os animadores começaram a ter responsabilidades maiores no momento de pensar as *gags*. A violência, aparentemente, não sofreu grandes impedimentos, mas tudo o que pudesse ser interpretado pelo âmbito sexual tornou-se proibido. Na história do cinema de animação, um dos casos mais prejudicados pela censura aconteceu com a personagem *Betty Boop*, que perdeu grande parte do seu *sex appeal* e por isso foi considerada “menos surrealista e interessante”²²⁴. A partir de 1934, *Betty Boop* mudou seu comportamento, passou a usar roupas mais compridas e o seu cachorro, que antes era seu namorado, virou um simples animal de estimação.

Não podendo exibir nudez, após a censura os personagens passaram a usar vestimentas e a caminhar em pé e não mais a quatro patas, o que fez com que a animação tendesse cada vez mais ao antropomorfismo²²⁵. Também em consequência da censura, as relações de parentesco na animação tornaram-se indiretas – são poucos pais e filhos e muitos tios e sobrinhos. Lembramos que Mickey e Minnie são, até hoje, eternos namorados, já que o casamento implicaria em sexo e consequentemente em filhos. A partir de 1932, Mickey passou a usar roupas, a vestir as luvas brancas que ficaram marcadas como uma de suas principais características, a viver em uma casa e a ter um cão de estimação (*Pluto*). Para Gabler, Mickey passou por um processo de “renascimento” e “domesticação” que tinha por objetivo humanizá-lo²²⁶.

Esse processo gerou complexidades dentro do estúdio. O animador Jack Hannah lembrou tempos depois de como aquele momento foi difícil para definir novas histórias para Mickey, por que: “Ele começou como um criador de casos, mas logo depois se tornou um tipo de pequeno herói, e não se podia maltratá-lo muito”²²⁷. Dizia-se que a sua personalidade estava dividida entre Charlie Chaplin e Douglas Fairbanks²²⁸. O primeiro Mickey, comediante, era associado à Chaplin, enquanto o novo Mickey ia se envolvendo em situações em que era obrigado a agir heroicamente, “essencialmente sacrificando a metade

²²⁴ Cf. DENIS, 2010, p. 118.

²²⁵ Cf. DENIS, 2010, p. 120.

²²⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 236.

²²⁷ Cf. BLITZ, Marcia, 1979 apud GABLER, 2013, p. 235.

²²⁸ Douglas Fairbanks (1883 - 1939): Ator renomado do cinema silencioso, considerado o primeiro grande astro do gênero de ação, protagonizou heróis no estilo de capa e espada, como em *The Mark of Zorro* (1920), e *The Private Life of Don Juan* (1934). Assim como Mickey, outras características marcantes de Fairbanks eram os sorrisos e a simpatia.

Chaplin à metade Fairbanks. Mickey agora estava sempre resgatando Minnie das garras do sádico *Peg Leg Pete*²²⁹.

Definir Mickey como ‘herói’ foi parte do desenvolvimento do estilo realista de Disney que, ao se adaptar a censura, também passou a incentivar a mensagem de que o mundo obedece a regras e é melhor aprendê-las para não se meter em apuros²³⁰. A partir de uma narrativa de princípio, meio e fim, todas as ações passaram a ter consequências nas animações de Disney. Segundo Denis, o cinema de Disney foi construído numa lógica de moralidade, onde o destino existe, e vela por todos os que estão convencidos de ter um²³¹.

Assim, a partir dessa época o estilo de Disney passou a ser visto como um mundo à imagem dos Estados Unidos, que representa uma terra das oportunidades e dos bons sentimentos. A figura de Mickey como exemplo de herói e bom moço ultrapassaram fronteiras rapidamente. A revista *Fortune* o chamou de “herói internacional, mais conhecido que Roosevelt ou Hitler, e parte do folclore mundial”²³². No Brasil, o jornal *Diário Carioca* publicou um artigo sobre os desenhos animados de Mickey e admirou a fórmula de Walt Disney à medida que afirmou que o animador “convidava a humanidade a seguir bons exemplos, a praticar o bem, a punir os culpados, a premiar os inocentes”²³³.

Essa associação da ficção de Disney com o mundo real foi, intensificada, portanto, à medida que o estúdio trabalhou na humanização dos personagens. Durante o processo de torná-los mais realistas, os personagens passaram a ser tratados quase que como pessoas, com traços de animais, mas comportamentos e representações

²²⁹ Com Mickey se comportando como herói, o estúdio sentiu a necessidade de criar outro personagem, um “anti-mickey” que pudesse fazer tudo aquilo que Mickey já não podia mais. Dessa inspiração, surgiu o *Pato Donald*. Segundo Gabler, o estúdio conseguiu fazer de Donald um personagem imune as expectativas de civilidade porque, apesar dele claramente transgredir condutas esperadas pela moralidade, sendo desastrado, arrogante, desconfiado, esquentado, egoísta, mal-educado e agressivo, ao final das animações o personagem sempre recebia uma punição por esses comportamentos. Cf. GABLER, 2013, p. 235-239.

²³⁰ Cf. SKLAR, 1975, p. 233-235.

²³¹ Cf. DENIS, 2010, p. 141.

²³² Cf. FORTUNE 1934 apud GABLER, 2013, p. 231.

²³³ Cf. As fábulas do Brasil nos desenhos animados de Walt Disney. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 17 ago. de 1941, p. 5.

humanos. No Brasil, a humanização dos personagens de Disney foi destacada pela imprensa, como nessa notícia do jornal *Diário Carioca*:

O cinema de gente, de homens e de mulheres, andava vazio de humanidade, de alma humana, de sentido humano. Os homens e as mulheres tinham se transformado em sombras de gente, em gente inventada de propósito, imitando a gente de verdade numa porção de coisas inúteis e ingênuas: andar de táxi, fazer compras, lavar o rosto. Os bichos de Walt Disney vieram humanizar o cinema²³⁴.

As mudanças de Mickey foram concluídas em 1937. Ele foi redesenhado pelos animadores Fred Moore e Ward Kimball²³⁵. Mickey deixou de ser essencialmente feito de círculos para lembrar um formato de pêra, com mais curvas e menos rigidez, ganhou massa e peso, teve a cabeça aumentada, os ombros ficaram mais estreitos e os olhos passaram a ter formato oval e adquiriram maior expressão²³⁶. As marcas de camundongo foram suavizadas e as características humanas ressaltadas. (Figura 6).

Quanto à trajetória de Walt Disney; ao passo que ao final da década de 1930 ele havia crescido como empresário em Hollywood, ele também passou a ser reconhecido como ‘artista’ pelo público, e como um símbolo vivo do *self made man* aos olhos do governo e da imprensa estadunidense. Nos jornais e revistas, começaram a ser divulgadas figuras como o exemplo, onde, numa junção entre a fotografia e o desenho, Mickey Mouse apresentava o rosto de Walt Disney ao público.

De acordo com Denis, o próprio Disney aprovava pessoalmente os “vazamentos” da imprensa²³⁷, onde o empresário e o personagem apareciam, ambos, de sorrisos abertos e olhares expressivos. No Brasil, foram publicadas biografias e entrevistas de Walt Disney em páginas de jornais ou revistas especializadas em cinema que, por vezes, traziam fotografias do empresário. Algumas matérias aclamavam Disney como um inovador e uma personalidade singular, e se referenciavam a ele

²³⁴ Cf. P. de S. DIÁRIO CARIOCA, 19 ago. 1941. Walt Disney, p. 04.

²³⁵ Cf. KRAUSE, 2011, p. 96.

²³⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 343-344.

²³⁷ Cf. DENIS, 2010, p. 173.

como o “criador” ou “pai” de Mickey²³⁸. A partir da analogia com a paternidade entre Mickey e seu produtor, o personagem passou a ser uma representação de herança de Walt Disney e o principal símbolo dos estúdios que levam o seu nome.

Figura 6: Walt Disney e Mickey Mouse no final da década de 1930.



Fonte: The Telegraph²³⁹.

Assim, além de transformar Mickey em sua figura máxima, à medida que reformulou a personalidade do camundongo, Disney quis fazer do personagem uma extensão da sua própria personalidade, ou melhor, do que ele imaginava sobre ela. Disney fez de Mickey um personagem simpático, otimista, por vezes ingênuo, e determinado. Walt Disney fez de Mickey Mouse o seu *alter ego*. Apesar das comparações anteriores à Chaplin e à Fairbanks, ao final da década de 1930 Mickey finalmente encontrou a sua identificação em Walt Disney. Se o realismo proposto por Disney foi uma espécie de fusão entre a animação e a

²³⁸ Alguns xemplos em: O CRUZEIRO. Rio de Janeiro: 25 jul. 1932, p. 13. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 21 mar. 1934, p. 14. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 19 ago. 1940, p. 04. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 28 ago. 1935, p. 56. O CRUZEIRO. Rio de Janeiro, 22 dez. 1945, p. 145.

²³⁹ Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/culture/disney/10381103/Disney-celebrates-90th-birthday.html>. Acesso em: 10 ago. 2018.

vida²⁴⁰, como defendeu Denis, então, acrescentamos que essa ‘vida’ sempre foi inspirada no seu próprio imaginário.

Lillian Disney chegou a declarar em uma entrevista que “Walt e Mickey eram compatíveis”: “Eles pareciam ter quase a mesma identidade”²⁴¹. As semelhanças também ocorriam pela voz. Segundo Gabler, “se Walt encontrou voz em Mickey, Mickey Mouse encontrou sua voz, literalmente, em Walt Disney”, pois o empresário começou a dublar Mickey nessa época²⁴² e só parou em 1947, quando gradualmente se afastou das produções das animações para se dedicar a construção do parque *Disneylândia*. Cabe ainda mencionar que as primeiras palavras do camundongo foram *Hot dog*²⁴³, o que reforça a idéia de que o realismo imbuído no personagem contribuiu para que Disney trabalhasse ativamente em uma representação de uma identidade estadunidense.

Mickey foi personificado como um ‘homem médio’, que sofrendo uma variedade de situações, poderia ser tanto um barqueiro, quanto um inventor, motorista, pescador, encanador, músico, jardineiro, mágico, operário, cozinheiro, caçador, etc. A recorrente temática do trabalho passou a aparecer nas animações de Mickey em conformidade com as histórias de cidadãos comuns que construíram a nação estadunidense²⁴⁴. Uma vez que aqueles eram os anos da Grande Depressão, a personalidade de Mickey foi associada a um ideal de civismo, esperança e união nos Estados Unidos²⁴⁵. O historiador da animação John Culhane atribuiu aos formatos circulares de Mickey uma invulnerabilidade que era a “expressão perfeita do que simboliza –

²⁴⁰ Cf. DENIS, 2010, p. 135.

²⁴¹ Cf. DISNEY, Lillian apud GABLER, 2013, p. 184.

²⁴² De acordo com Gabler, durante as produções dos primeiros curtas-metragens em que Mickey dialogou, Walt Disney procurou por alguém que pudesse dublar a voz do personagem com ‘perfeição’ e com frequência demonstrou aos animadores como pensava que deveria ser. Alguns candidatos apareceram, mas Disney não ficou satisfeito com nenhum deles, afirmando que lhes faltava emoção na voz. Até que alguém da equipe perguntou à Disney por que ele mesmo não fazia a dublagem de Mickey, e ele posteriormente contou a sua resposta em uma entrevista, brincando: “Eu sabia que estaria sempre na folha de pagamento e, então, fiz”. Cf. DISNEY, Walt, 1959 apud GABLER, 2013, p. 185.

²⁴³ Foi durante a animação *The Karnival Kid*, em 1929 Nesta animação a voz de Mickey foi dublada, provavelmente, por Carl Stalling. *The Karnival Kid* está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fla1Tvbh1qo>. Acesso em: 15 ago. 2018.

²⁴⁴ Cf. KRAUSE, 2011, p. 105.

²⁴⁵ Cf. KRAUSE, 2011, p. 91.

sobrevivência” em um período de Depressão²⁴⁶. Conforme Krause, Mickey acabou “transcendendo intencionalidades econômicas e alcançou reconhecimento artístico e político”²⁴⁷.

Ao final da década de 1930, portanto, Mickey estava colorido e falante (em um mundo ainda predominantemente silencioso e preto e branco), e uma vez considerado um ‘homem’ caracteristicamente estadunidense, encontrou-se finalmente pronto para protagonizar *Fantasia* (conforme veremos no próximo capítulo).

1.5. Os bastidores

Você pode sonhar, criar, desenhar e construir o lugar mais maravilhoso do mundo. Mas é necessário ter pessoas para transformar seu sonho em realidade.

(Walt Disney).

Se Walt Disney conseguiu, em pouco tempo, elevar seu estúdio à altura dos maiores de Hollywood, certamente não foi sozinho. Conforme estamos mencionando, realizar uma animação é um processo complexo e demorado, principalmente se tratando da produção de longas-metragens, que nesse período costumavam levar alguns anos até a finalização e, isso, sendo trabalhados em grandes equipes. Embora as primeiras animações da história sejam muitas vezes atribuídas a trabalhos individuais, desde que inseridas no processo industrial, essas produções passaram a ser caracteristicamente coletivas.

Assim, conforme o processo de industrialização, os estúdios precisaram contratar mais animadores. No caso da *Walt Disney Productions*, foi principalmente a partir da produção do primeiro longa-metragem – *Branca de Neve e os Sete Anões*, que a companhia investiu na contratação de mais funcionários. Às vésperas do início da produção, os irmãos Disney organizaram um período de contratação intensiva de novos empregados. O próprio Walt Disney elaborou estágios de testes aos candidatos, e os que foram aprovados passaram por um processo de aperfeiçoamento. Porém, os novos contratados não ocuparam as funções de animadores, mas de assistentes dos animadores. Segundo o animador Ham Luske, na época, para cada animador, o estúdio contratava cerca de

²⁴⁶ Cf. CULHANE, John, 1978, apud GABLER, 2013, p. 181.

²⁴⁷ Cf. KRAUSE, 2011, p. 91.

dez assistentes²⁴⁸. Os assistentes que demonstravam talento, com o tempo, e dependendo da vontade de Walt Disney, podiam, então, chegar ao cargo de animador.

Como naquele momento os profissionais contratados pelos estúdios de animação geralmente provinham do ofício de cartunista ou eram estudantes de artes, a maioria deles iniciava tendo pouca ou nenhuma experiência na técnica do movimento. Mas ainda que houvesse a necessidade de contratar pessoas inexperientes devido à escassez de animadores no mercado, Walt Disney preferia contratar jovens artistas ao invés de animadores veteranos, não apenas por isso, mas principalmente porque dessa maneira ele poderia moldá-los ao *sistema Disney*.

O *sistema Disney* foi uma forma de treinamento e orientação de animação para os novos funcionários. Walt Disney começou a aplicá-lo em 1932, pouco antes de iniciar *Branca de Neve*. O sistema funcionava como um curso, onde estagiários assistiam a oito horas de aulas por dia com o instrutor Donald W. Graham, que descreveu as aulas como “palestras intensivas sobre construção de personagem, animação, *layout*, cenário, técnica e direção que passavam o conhecimento do estúdio para o mais jovem neófito”²⁴⁹. Após semanas de aulas, os assistentes eram designados para trabalhar com os animadores. Aos poucos, Disney ampliou o curso formando uma biblioteca visual e acrescentando aulas específicas de caricatura, composição, teoria da cor, desenhos de animais (com lições externas no zoológico), etc. Desse modo, mais do que um estúdio, a *Walt Disney Productions* funcionou como uma escola para muitos animadores.

No entanto, percebemos o *sistema Disney*, sobretudo, como uma forma de padronização dentro do estúdio. Segundo Eliot, o empresário não permitia que os animadores desenvolvessem outro estilo durante o expediente²⁵⁰. Nesse sentido, o sistema funcionava como um aperfeiçoamento do estilo Disney, e também fez parte do processo de segmentação das tarefas. Disney passou a encarregar cada animador de alguma parte da animação e não mais da sua totalidade, como antes fizera Ub Iwerks com as primeiras animações de Mickey, por exemplo. Para a produção de *Branca de Neve*, Disney delegou a criação de cada

²⁴⁸ Cf. LUSKE, Ham 1956 apud GABLER, 2013, p. 266.

²⁴⁹ Contratado pessoalmente por Walt Disney, Donald W. Graham (1883-1976) foi chefe das aulas internas até 1940. Cf. GRAHAM apud GABLER, 2013, p. 270.

²⁵⁰ Cf. ELIOT, 1980, p. 151.

personagem a um funcionário, e outros se encarregaram de cenários, técnicas de som, coloração e pintura, etc. Foram cerca de seiscentos empregados para desenhar, pintar, animar e sonorizar quase 250 mil frames durante quatro anos de trabalhos ininterruptos.

Dessa maneira, *Branca de Neve* foi a primeira experiência de um grande processo de setorização do modo de produção da companhia. Os irmãos Disney realizaram esse processo conforme a tendência de Hollywood, que começou a desmembrar a cadeia produtiva a partir da especialização do trabalho. Concomitantemente ao processo de sincronização mecânica do som, surgiu o ‘sistema de estúdio’ em Hollywood, um método de organização e divisão entre as funções – direção, roteiro, atuação, montagem, edição, etc. – onde todas elas eram subjugadas à figura do produtor, que, neste caso, era Walt Disney.

Nessa época, Hollywood consolidou também as subdivisões cinematográficas em forma de gêneros – drama, comédia, aventura, suspense, musical, faroeste, etc; e investiu cada vez mais no *star system*, o estrelismo dos atores auxiliado pelos veículos de publicidade de produtos, como o cigarro e a Coca-Cola, que começaram a aparecer frequentemente nas películas. A partir de então, cada vez mais um filme deixou de ser apenas um audiovisual para ser uma “plataforma de lançamentos para toda uma variedade de extensões desse filme”²⁵¹. Segundo Martín-Barbero, esses dispositivos comerciais funcionaram sobre “mecanismos de percepção e reconhecimento popular”²⁵², pois, com o *star system*, Hollywood também passou a ser um articulador de comportamentos. As atrizes, por exemplo, passaram a ser vistas como ícones de padrões de beleza ao serem recrutadas para fazer publicidades de produtos relacionados ao gênero feminino. Dessa forma, os espectadores tornaram-se também reprodutores de valores mediados pelo cinema, ao se comportarem influenciados por determinado ator, atriz ou filme²⁵³.

Mickey se tornou o maior representante do *star system* para a animação. E deste cinema também emergiu o desenho animado, que se formou nessa época. Os chamados desenhos animados são os curtas-metragens de determinados personagens lançados em série, no mesmo formato que conhecemos hoje. Além de Mickey e de toda a ‘família’ Disney, outros desenhos animados expressivos daquele momento foram, especialmente, os chamados *Looney Tunes*, produzidos pela Warner

²⁵¹ Cf. BRYMAN, 2007, p. 119.

²⁵² Cf. MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 206.

²⁵³ Cf. MENEGUELLO, 1992, p. 85.

desde a década de 1930. A emergência do desenho animado também foi determinada pela censura, pois, com a proibição de animações pensadas para o público adulto, os desenhos animados passaram a ser voltados cada vez mais para outro público específico, o infantil. Outro fator para o desenvolvimento do desenho animado foi o *merchandising*, que mostrou ser muito lucrativo quando se tratava de parcerias entre os estúdios e fábricas de brinquedos²⁵⁴ e, quanto a isso, já vimos que esse foi um investimento iniciado, mais uma vez, pelos estúdios Disney. Mas os desenhos animados se consolidaram realmente na década de 1950, quando o veículo de exibição dos curtas-metragens passou a ser a televisão e, assim, houve uma aproximação maior com o público infantil, sem precisar deslocá-lo até as salas de cinema. Surgiram, por exemplo, *Os Flintstones*, *Os Jetsons*, *Zé Colméia*, *Frajola e Piu Piu*, *Papa-léguas*, *Pica-Pau* e demais desenhos animados que apresentavam problemas familiares e cotidianos, e não importava o quão estranho eles pudessem parecer, já que a animação permite todas as excentricidades possíveis de se imaginar. A diferença entre os conceitos de ‘cinema de animação’ e ‘desenho animado’ ficou mais perceptível, portanto, à medida que a produção do segundo tipo se voltou para a televisão e permaneceu no formato de curta-metragem. A nossa pesquisa, contudo, é referente ao cinema de animação, mais precisamente aos filmes animados, os longas-metragens, que se formaram, conforme estamos vendo, concomitantemente a industrialização desse cinema.

Também são as histórias de produções dos longas-metragens, principalmente, que revelaram o comportamento autoritário de Walt Disney dentro da empresa. Se *Branca de Neve* foi uma produção de prestígio para o estúdio, também foi um momento de exaustão para os funcionários. Foram quatro longos anos de produção, e a companhia ainda tinha compromissos com as produções das *Silly Symphonies*, que demandavam aos animadores um novo curta-metragem finalizado a cada duas semanas. Para cumprir o cronograma da empresa, muitos funcionários precisaram fazer horas extras frequentemente e por isso passaram a se queixar de estarem “fisicamente incapazes de produzir” e “cansados e exaustos das sessões noturnas”²⁵⁵. E após *Branca de Neve*, as pressões só aumentaram, pois quase simultaneamente, os estúdios iniciaram as produções dos demais longas-metragens: *Pinóquio*, *Bambi* e *Fantasia*. Desse modo, os funcionários dos estúdios Disney tinham direito a poucas folgas. Segundo Gabler, apenas a partir de 1935 a

²⁵⁴ Cf. BRYMAN, 2007, p. 133.

²⁵⁵ Cf. HOPKINS, Paul, 1936, apud GABLER, 2013, p. 283.

companhia passou a conceder duas semanas de férias a cada funcionário que completasse um ano na empresa²⁵⁶.

A literatura descreve Walt Disney como um empresário de comportamento “paternalista”²⁵⁷, porque ele dizia que pensava na companhia “como uma grande família feliz”²⁵⁸. Uma família, no entanto, que vivia sob uma hierarquia capitalista, onde ele era o chefe. Segundo Eliot, Walt Disney gostava de ser chamado de “tio Walt” pelos empregados²⁵⁹, pois, assim, ao criar uma relação de familiaridade, utilizava a mesma para justificar a sua autoridade e alguns comportamentos egoístas. Disney levava, por exemplo, presentes para os funcionários em feriados²⁶⁰ como o natal, porque a imagem da ‘família feliz’ ajudava a justificar o trabalho daqueles dias.

Disney também utilizava a defesa da ‘família’ para lembrar aos funcionários de alguns valores que ele prezava, como a lealdade. Os animadores que Disney selecionava como talentosos e fiéis aos interesses da companhia eram frequentemente recompensados com privilégios e benefícios. Enquanto os “artistas recém-contratos”, como citou Eliot, recebiam o pagamento de 15 dólares semanais, àqueles animadores considerados por Walt Disney como os “melhores” do estúdio, podiam receber cerca de US\$ 300 semanais²⁶¹. Segundo Gabler, esses valores eram um pouco menores – entre 100 e 125 dólares por semana. Ainda assim, eram altas quantias para tempos de crise e as maiores entre os estúdios de animação. Disney ainda oferecia bônus para os animadores que se destacavam nos trabalhos diários e, então, somando-os com os salários, há registros de que os principais animadores chegavam a ganhar pelo menos o dobro da quantia anual em relação aos demais funcionários²⁶². De acordo com Antonio Gramsci, técnicas como bônus salariais eram também uma característica do Fordismo, que utilizava altos salários como mecanismos de persuasão para a racionalização do trabalho²⁶³. Dentro da companhia, no entanto,

²⁵⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 282.

²⁵⁷ Cf. GABLER, 2013. Cf. ELIOT, 1980.

²⁵⁸ Cf. ELIOT, 1980, p. 118.

²⁵⁹ Cf. ELIOT, 1980, p. 145.

²⁶⁰ Cf. ELIOT, 1980, p. 152.

²⁶¹ Cf. ELIOT, 1980, p. 116; 164.

²⁶² Gabler chega a citar o valor de 15 mil dólares por ano. Cf. GABLER, 2013, p. 282.

²⁶³ Cf. GRAMSCI, Antonio. Caderno 22: americanismo e fordismo. *In: Cadernos do Cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, p. 247.

esta persuasão desconsiderava alguns animadores enquadrados por Walt Disney como funcionários de baixo rendimento. Sem direito aos bônus, eles costumavam receber os piores salários do setor. Desse modo, é perceptível de que não havia uma base salarial para os funcionários da companhia. Enquanto certo animador poderia receber o mais alto salário da categoria, outro poderia receber o menor. Porque eles não recebiam pelo tempo de trabalho e sim por metas, e, de acordo com o que Disney julgava sobre o resultado das mesmas. Segundo Eliot, os contratos da empresa também permitiam que Disney despedisse os funcionários a qualquer tempo e a qualquer critério²⁶⁴.

Além disso, a política de créditos adotada por Walt Disney era bem simples: com o seu nome e sobrenome representando a ‘família’, o ‘patriarca’ ficava com todos os créditos das produções. Já os animadores, na maioria das vezes permaneciam anônimos. Durante os lançamentos, era o nome de Disney que aparecia proeminente na tela. Em seguida, e em letras menores, poderiam aparecer os nomes daqueles considerados os principais animadores. Mas, a maior parte dos funcionários era constantemente omitida. Em 1941, conforme veremos mais adiante, esse comportamento ‘paternalista’ de Walt Disney levou os animadores a organizarem uma greve que gerou diversos embates entre os funcionários e o empresário.

Antes, ao final da década de 1930, e conforme a industrialização do cinema, os estúdios Disney tornaram-se estruturalmente pequenos e não suportaram mais as demandas de produção. Para suprir a necessidade de crescimento da empresa, os irmãos Disney utilizaram os lucros obtidos com *Branca de Neve e os Sete Anões* para obter um novo endereço, em Burbank, Califórnia. A antiga sede localizava-se em Los Angeles, era mais próxima dos demais estúdios de Hollywood, mas era três vezes menor. De acordo com Gabler, assim como Disney se dedicou à maioria das produções cinematográficas que produziu, também participou ativamente da construção da nova sede. Para o autor, o empresário projetou a nova companhia com amplos espaços e visando uma sensação de conforto²⁶⁵. Se Disney dizia enxergar a companhia como uma grande família, de preferência feliz, a nova sede foi também planejada para criar esse ambiente de comunidade. O novo local foi construído para ter vários prédios com salas de estúdios equipados, com poucos andares, mas em estruturas horizontais e que se integravam, lembrando a disposição de um campus universitário. O modelo foi

²⁶⁴ Cf. ELIOT, 1980, p. 180.

²⁶⁵ Cf. GABLER, 2013, p. 372.

estratégico para permitir que os diretores gerenciassem todos os departamentos de cada novo filme animado, e promovessem as aulas do *sistema Disney*. A nova estrutura permitiu maximizar a eficiência das produções cinematográficas, pois diferentes animações passaram a ser realizadas ao mesmo tempo, em diversos estúdios localizados nos prédios que, em conjunto, formam (até hoje) a *Walt Disney Productions*.

Assim, as histórias de todas as produções entre o final da década de 1930 e o início da década de 1940 estão diretamente relacionadas aos processos de industrialização e expansão do estúdio, com a nova sede em Burbank e, são, dessa forma, grandes realizações cinematográficas daquele momento, ricas em qualidades técnicas, mas também muito arriscadas (estéticas e financeiramente) para o seu tempo de produção. Já vimos que a primeira dessas produções - *Branca de Neve*, apesar de ter sido arriscada se tornou um grande sucesso. Os demais longas-metragens do período, no entanto, não tiveram a mesma sorte. Durante a Segunda Guerra Mundial a *Walt Disney Productions* lançou mais quatro grandes produções: *Pinóquio* (1940), *Fantasia* (1940), *Dumbo* (1941) e *Bambi* (1942). E se hoje todos eles são considerados ‘filmes clássicos’ dos estúdios Disney, à época, essas animações vivenciaram recepções conturbadas.

Faremos uma análise crítica de *Fantasia* no capítulo seguinte, e citaremos *Dumbo* no mesmo texto, uma vez que a sua história de produção está relacionada à *Fantasia*. Já *Pinóquio*²⁶⁶ e *Bambi*²⁶⁷ distanciam-se do nosso tema, mas ainda assim podem nos ajudar a

²⁶⁶ *Pinóquio* foi inspirado no romance *As Aventuras de Pinóquio*, do autor Carlo Collodi, de 1883, que conta a história de um boneco de marionete e seu pai, um velho escultor chamado Geppetto. Na versão de Disney, *Pinóquio* ficou conhecido como o menino travesso cujo nariz aumentava quando mentia. A animação foi lançada em duas *premières*: no dia 7 de fevereiro de 1940, em Nova Iorque, e no dia 9 corrente, em Los Angeles. *Pinóquio* tornou-se a primeira animação a vencer categorias competitivas no Oscar, nas categorias de trilha sonora original e canção original, por *When You Wish Upon a Star*. Cf. NUGENT apud GABLER, 2013, p. 376.

²⁶⁷ *Bambi: uma vida na floresta* é um romance do autor austríaco Felix Salten, sobre o ciclo de vida de um veado. A animação foi lançada por Disney em 13 de agosto de 1942. *Bambi* foi o quinto longa-metragem por ordem de exibição, mas estava sendo produzido desde a época dos primeiros. *Bambi* é lembrado, assim, pela sua lenta produção, pois levou cerca de cinco anos até ser finalizado. Após a recepção negativa da animação, Disney declarou que “uma coisa que aprendemos com essa experiência é que nunca mais gastaremos tanto tempo com outro projeto”. Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 456.

compreender como ocorreram os lançamentos dos longas-metragens durante a guerra. Por um lado, essas animações receberam largos elogios de críticos que viram em cada uma das produções evoluções nas qualidades técnicas e estéticas do estúdio. Para citarmos apenas dois exemplos, Arthur Miller, do *Los Angeles Times* escreveu que “Pinóquio supe[r]ou todos os desenhos animados que [ele] jamais [viu]”²⁶⁸. E Raymond J. Brown, editor do *Outdoor Life*, elogiou *Bambi* dizendo que a animação foi “um triunfo artístico” e a maior realização de Disney²⁶⁹. Por outro lado, surgiram críticas severas que acusaram as produções de serem “realistas demais” para os tempos da guerra. *Pinóquio*, de acordo com Neal Gabler, “descreveu racionalmente o tema central de Disney sobre as responsabilidades da maturidade e o que se tem que sacrificar para crescer” e, portanto, serviu como um lembrete das dificuldades e da guerra²⁷⁰. *Bambi*, da mesma maneira, foi duramente criticado pelo realismo, em especial, referente à cena da morte da mãe do protagonista. Segundo Gabler, o realismo e a seriedade de *Bambi* “não eram qualidades que o público parecia desejar em um tempo em que todos viviam dentro de uma realidade grave e cruel”²⁷¹. Além disso, uma pesquisa encomendada pelo estúdio, na época, apontou que o público “não gostava de ‘desenhos animados’ compridos”²⁷². À exceção de *Branca de Neve*, o público havia aprendido a gostar de curtas-metragens em séries, os desenhos animados, e do mundo fantástico que eles traziam. Enquanto Mickey Mouse e Pato Donald “viviam em uma bonita terra da diversão, onde voavam pelos ares, nadavam sob a água, morriam mil mortes e viviam para ver o fim de cada filme”²⁷³, os longas-metragens que tentavam “imitar o realismo fabricado dos filmes de carne e sangue”, de acordo com o crítico Manny Farber, caminhavam para o lado oposto da fantasia, que era, para ele, “o elemento mágico” do cinema de animação²⁷⁴. Nesse sentido, foi justamente o investimento no realismo desenvolvido por Disney que lhe causou prejuízos durante a Segunda Guerra Mundial.

O realismo intencionado por Disney, contudo, dialogava pouco com a guerra. As biografias apontam que Walt Disney, naquele

²⁶⁸ Cf. Miller apud GABLER, 2013, p. 376.

²⁶⁹ Cf. BROWN apud GABLER, 2013, p. 455.

²⁷⁰ Cf. GABLER, 2013, p. 377.

²⁷¹ Cf. GABLER, 2013, p. 455.

²⁷² Cf. Pesquisa *Gallup* apud GABLER, 2013, p. 454.

²⁷³ Cf. GABLER, 2013, p. 454.

²⁷⁴ Cf. FARBER apud GABLER, 2013, p. 454.

momento, sobrecarregado de tarefas, vivia alheio ao conflito que atingia a Europa²⁷⁵. Conforme estamos descrevendo ao longo desta dissertação, o realismo desenvolvido por Disney nos longas-metragens dialogava mais com a sua própria fase de amadurecimento na indústria cinematográfica, e menos com o contexto mundial, até porque, a produção de todos eles foi iniciada entre 1936 e 1937, sendo, portanto, anteriores à emergência do conflito. No entanto, eles precisaram lidar com a guerra durante as recepções. Para Disney, o início da guerra foi “lamentável” para a companhia, que não poderia deixar de lançar as suas obras, mas acabou prejudicada por conta do conflito. Segundo o empresário, o que ele pretendia com esses longas-metragens era produzir entretenimentos “tão bons” e que pudessem ser levados “tão a sério” quanto os filmes em *live in action*²⁷⁶. De certa forma, então, Disney conseguiu alcançar esses objetivos, mas aparentemente não previu que a seriedade das animações seria comparada de maneira desfavorável com o contexto da guerra.

Uma vez que a relação das obras dos estúdios Disney com o contexto da Grande Depressão havia sido interpretada como ‘escapista’ – pois *Os Três Porquinhos* e *Branca Neve* representaram um alívio para aquele período, elevaram a moral e divertiram os espectadores; possivelmente o público de animação esperava obras semelhantes em relação à Segunda Guerra Mundial. Durante as recepções, todos esses longas-metragens foram reconhecidos pelos significativos desenvolvimentos do cinema de animação, mas nenhum deles rendeu retornos de bilheterias. Esse quadro se agravou com o fato dessas animações terem sido particularmente caras para aquele momento. Juntos, *Pinóquio* e *Bambi* custaram cerca de 3 milhões e 700 mil dólares²⁷⁷, e com baixos números de bilheterias, não conseguiram recuperar nem a metade da quantia; resultando, portanto, em fracassos para a companhia. Os prejuízos só não foram maiores que os gerados por *Fantasia*, no mesmo período.

Em razão do conflito, as exhibições de cinema também declinaram no mercado europeu, o que contribuiu para diminuir o número de bilheterias de toda a Hollywood. O momento de distribuição voltou-se, então, para as Américas. Assim, esses longas-metragens foram dublados

²⁷⁵ Cf. GABLER, 2013; ELIOT, 1980.

²⁷⁶ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 455.

²⁷⁷ *Pinóquio* custou quase dois milhões de dólares e *Bambi* US\$ 1,7 milhão. Cf. GABLER, 2013, p. 453.

em apenas duas línguas: espanhol e português²⁷⁸. No Brasil, encontramos *Pinóquio* nas programações de cinemas a partir de março de 1940²⁷⁹. Mas, exceto isso, não há notícias dedicadas à animação nos jornais e revistas pesquisados, a não ser um pequeno artigo do jornal *Diário de Notícias*²⁸⁰, que trazia não a imagem de Pinóquio, mas sim do personagem que era, na animação, uma representação de sua consciência: o Grilo Falante. O jornal dizia que o grilo estava famoso e que era ele quem tentava levar Pinóquio para os bons caminhos da vida. Assim, a publicação elogiava um personagem secundário da animação, mas que lembrava o otimismo, enquanto parecia evitar o seu protagonista, de cunho mais pessimista. Talvez, no Brasil, *Pinóquio* também não tenha tido sucesso de bilheteria porque o protagonista deixava de ouvir os conselhos do sábio grilo para andar por caminhos tortuosos que poderiam causar ao espectador ainda mais angústia naqueles tempos de guerra, e nesse sentido, a recepção no Brasil foi semelhante aos Estados Unidos.

Mas *Bambi* também foi recebido no Brasil com pouco interesse da imprensa, com exceção do jornal *A Manhã* que, curiosamente, elogiou a obra diversas vezes pelo seu realismo: “o público terá a impressão de estar assistindo a um filme real, vivido por personagens reais”²⁸¹. Disney era o único cineasta, dizia o jornal, que sabia usar o colorido “de maneira a dar a impressão de profundidade”: “a perspectiva da floresta que ele apresenta em *Bambi* é surpreendente e dá um sentimento de realismo aos desenhos”²⁸². Já os demais periódicos que trabalhamos nesta pesquisa restringiram *Bambi* às páginas de programações dos cinemas nacionais. Devemos perceber, no entanto, que o momento de recepção de *Bambi* no Brasil é diferente das outras obras que citamos. A primeira temporada de *Bambi* nos cinemas brasileiros ocorreu entre março e maio de 1943²⁸³, ou seja, três anos depois de *Pinóquio*, e cerca de um ano e meio após *Fantasia*, quando as obras de Disney que atraíam a atenção da imprensa brasileira eram aquelas voltadas para o esforço de guerra. Retomaremos esses temas mais adiante, mas, por enquanto, é importante notarmos que todos os

²⁷⁸ Cf. GABLER, 2013, p. 377.

²⁷⁹ Cf. Programações dos cinemas em: *Diário Carioca*, 07 de março 1941, p. 04.

²⁸⁰ Cf. DIÁRIO DE NOTÍCIAS. Rio de Janeiro, 19 maio 1940, p. 06.

²⁸¹ Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 20 fev. 1943, p. 05.

²⁸² Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 17 fev. 1943, p. 05.

²⁸³ Cf. as programações dos cinemas em: *CORREIO DA MANHÃ*. Rio de Janeiro, 1943.

longas-metragens de Disney, independentes de quais sejam, costumavam ser elogiados mais pela admiração que os brasileiros obtiveram com o cineasta, do que pelos conteúdos das obras em si. Desde a criação de Mickey e, em seguida, com o sucesso de *Branca de Neve*, a imprensa e os intelectuais brasileiros aprenderam a admirar Disney pelo seu pioneirismo, e a exaltá-lo a partir de adjetivos como “mago”, “poeta” e “gênio”²⁸⁴. Para Monteiro Lobato, por exemplo, Disney era “um novo tipo de gênio” e sua arte era “totalmente e absolutamente nova, jamais prevista nem pelas mais delirantes imaginações”²⁸⁵.

A identificação de Walt Disney como um *self made man* do mundo do cinema não se limitava, portanto, aos Estados Unidos. No Brasil, essa relação foi ocorrendo de maneira gradual durante os anos 1930, e quando o cineasta visitou o país pela primeira vez, em 1941, para lançar *Fantasia*, a admiração que os brasileiros já nutriam por ele foi essencial para determinar o sucesso da animação no país, mesmo ela tendo sido um fracasso de bilheteria em seu país de origem. Assim, desde ponto em diante começaremos a entender as diferenças entre os dois eventos de recepção de *Fantasia*, primeiro nos Estados Unidos e, depois, no Brasil. E para compreendermos ambas as recepções, necessitamos, antes, conhecer o contexto de produção da animação.

²⁸⁴ Para citar alguns: CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 14 ago. 1941, p. 08. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 13 ago. 1941, p. 04. O CRUZEIRO. Rio de Janeiro, 25 jul. 1932, p. 15.

²⁸⁵ Cf. LOBATO, Monteiro 1941 apud PEGORARO, 2012, p. 7-8.

2. FANTASIA: UMA ANÁLISE DE PRODUÇÃO À RECEPÇÃO

A realização desse filme só podia ser obra de um poeta ou de um louco. De um poeta, pelo lirismo de que se reveste; de um louco, pelo desastre financeiro que resultaria de tamanha audácia.
(Renato de Alencar, setembro de 1941)²⁸⁶.

Este capítulo é dedicado à *Fantasia*, uma animação/musical lançada em 1940, após apenas *Branca de Neve e os Sete Anões*, e *Pinóquio*; sendo, portanto, o terceiro longa-metragem da *Walt Disney Productions*. *Fantasia* é considerada o triunfo das experimentações realizadas pela companhia durante o período aqui abordado e, também, a obra de maior anseio da vida cinematográfica de Walt Disney. Conforme vimos no capítulo anterior, essas experimentações aconteceram, principalmente, nos âmbitos do som, da cor e do realismo nas animações. À época do lançamento do longa-metragem, Walt Disney declarou que a sua profissão durante aqueles anos se resumia em uma “viagem interminável de descoberta nos domínios de cor, som e movimento” e nesse caminho *Fantasia* era “a aventura mais excitante”, a prova viva de uma possível união entre “a grande música de todos os tempos e a inundação de novas ideias que ela inspira”²⁸⁷.

Fantasia foi uma obra ambiciosa e inovadora para a sua época de produção. Foi o filme mais caro que os estúdios Disney já haviam produzido, custando cerca de 2 milhões e 280 mil dólares²⁸⁸. Um orçamento como esse surpreendeu não apenas o mundo da animação, mas a toda Hollywood dos anos 1940. *Fantasia* foi artisticamente tão diferente que as pessoas a consideraram um filme além de seu tempo²⁸⁹; uma obra que olhou para o futuro, trazendo ao público bastantes inovações, sendo que algumas delas se tornaram comuns no cinema apenas vários anos depois. *Fantasia* chegou a ser considerada, inclusive,

²⁸⁶ Foi com essa frase que o crítico brasileiro Renato de Alencar começou observando *Fantasia* em seu artigo na *A Cena Muda*, uma das mais importantes revistas especializadas em cinema do país. Assim como veremos nesse capítulo, e como bem percebeu Alencar, *Fantasia* é uma obra grandiosa, mas também polêmica. Cf. ALENCAR, Renato de. In: A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 02 set. 1941, p. 30.

²⁸⁷ Cf. DISNEY apud CULHANE, John. *Walt Disney's Fantasia*. New York: Harry N. Abrams, 1983, p. 09.

²⁸⁸ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 48.

²⁸⁹ Cf. PEGORARO, 2012, p. 02.

uma obra precursora do videoclipe, um modelo de audiovisual que só ficou conhecido a partir da década de 1960²⁹⁰. Contudo, pretendemos apontar neste texto que *Fantasia* foi, antes disso, uma animação (sim) de seu tempo, como resultado das experimentações do cinema de animação daquele momento. Nesse sentido, *Fantasia* pode ser lida como uma animação sobre a história dessa técnica cinematográfica, afinal, refere-se mais a outras animações produzidas anteriormente (no caso, aos curtas-metragens da *Silly Symphonies*) que ao mundo real²⁹¹.

Ao mesmo tempo em que aprimorou técnicas já utilizadas, *Fantasia* também lançou outras novas, e inaugurou uma forma diferente de entretenimento. *Fantasia* ocupa um espaço peculiar dentro do estúdio, pois, estruturalmente, a obra não se assemelha às produções anteriores ou posteriores. A estrutura desta animação não é a de um conto de fadas nem de um desenho animado, tampouco possui uma narrativa clássica de início, meio e fim. O seu formato é de vários curtas-metragens com histórias diferentes, cada uma delas comandadas por uma composição musical, em que todas juntas formam o longa-metragem. Além de ser animação, *Fantasia* também pertence ao gênero musical, e ela foi elaborada para ser um espetáculo, sendo de preferência exibido em um ambiente elegante, enquanto na tela o espectador assiste a trechos em *live action*, com uma orquestra e um narrador. Por essa e demais razões que apontaremos ao longo deste capítulo, *Fantasia* foi uma obra polêmica desde o seu lançamento. E continua sendo intrigante e, muitas vezes, incompreendida.

2.1. Sobre a análise de produção

Neste capítulo privilegiamos dois entre os processos que envolvem os circuitos comunicacionais de uma obra cinematográfica: a produção e a recepção. Dividimos, assim, este texto em duas partes, ou por dois objetivos centrais: primeiro concentramo-nos na análise de produção e, em seguida, na análise de recepção de *Fantasia* nos Estados

²⁹⁰ Sobre essa leitura de *Fantasia*, Cf. SILVA, Alexandre Rocha; CONTER, Marcelo. *Aprendizes do Fantasia*. Trabalho apresentado à Jornada de Iniciação Científica em Comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

²⁹¹ Segundo Michèle Lagny os filmes frequentemente referem-se a outros filmes, mesmo que às vezes pareçam escapar à sua época. De acordo com a autora, os filmes podem nos dizer algo sobre a sociedade em que foram produzidos, mas também podem abarcar uma ‘memória’ do cinema. Cf. LAGNY, 2009, p. 124.

Unidos – cujo lançamento resultou no maior fracasso de bilheteria da *Walt Disney Productions*. As duas análises, contudo, por vezes se entrelaçam, já que uma contribui para o entendimento da outra. Salientamos que o objetivo final desta dissertação é compreender como ocorreu a recepção de *Fantasia* no Brasil, em 1941; mas, para construirmos elucidações necessárias para esse evento, precisamos primeiro nos dedicar a produção e a recepção de *Fantasia* nos Estados Unidos. Organizamos, assim, esse trabalho de maneira cronológica, e reiteramos que para todas as análises aqui propostas não existem fórmulas prontas ou maneiras limitadas ao historiador dedicado ao cinema. Desenvolver essas operações é sempre um desafio, principalmente quando há uma distância temporal com o objeto. É nesse sentido que avaliamos que os métodos fundamentados na História Social do Cinema são os mais apropriados aos nossos interesses, que perpassam pelos contextos em que *Fantasia* esteve inserida. Em concordância com a autora Janet Staiger, consideramos que o conhecimento contextual pode influenciar e até alterar significativamente a história de um filme²⁹².

No tocante à análise de produção fílmica, nos embasamos no método já proposto pelo historiador Alexandre Busko Valim, que o dividiu em quatro etapas: 1) contexto de produção – a história do filme e de seu momento de realização; 2) narrativa – a discussão da trama fílmica e enunciados presentes nos recursos de imagem, texto e sonorização; 3) níveis semânticos – os discursos cinematográficos e os elementos significativos presentes nos filmes; 4) redes temáticas ou representacionais - conjuntos de temas característicos em um ou mais filmes²⁹³. A primeira etapa, desse modo, consiste em uma investigação contextual sobre a qual já estamos defendendo desde o parágrafo anterior. Ponderamos que somente é possível compreender um audiovisual quando possuímos conhecimentos acerca da cultura produtora do mesmo²⁹⁴. Afinal, um filme não pode ser fonte histórica se não for confrontado com seu contexto socioeconômico e político, localizado e datado. Como já discorreu Michèle Lagny, por mais que as estruturas de produções de filmes tenham uma história própria, em alguma medida estão sempre condicionadas pelas estruturas locais, ou

²⁹² Cf. STAIGER, Janet. *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*. New York:

New York University Press, 2000, p. 05.

²⁹³ Cf. VALIM, 2012, p. 296-297.

²⁹⁴ Cf. AMÉRICO; VILLELA, Op. Cit., p. 244.

até mesmo globais. Compreendemos que os filmes sempre possuem, assim, uma estreita ligação com a sociedade em que foram produzidos²⁹⁵, pois, quando um grupo emite uma mensagem ele mantém contato perceptivo com o ambiente em que está inserido. Especificamente sobre a história de produção de *Fantasia*, entre outras questões, queremos entender: Quais foram os grupos envolvidos nessa produção? Quais foram os objetivos e intenções com o resultado da animação? Para quais públicos ela foi pensada? Como se deu o financiamento de custos tão elevados?

Já as etapas 2, 3 e 4 propostas por Valim referem-se mais precisamente ao conteúdo fílmico e, dessa forma, as retomaremos em seguida, quando faremos uma análise das sequências da obra, ou seja, uma leitura do audiovisual. Como *Fantasia* é uma obra *sui generis*, procuramos utilizar os passos citados pelo autor de maneira conjunta e à medida que eles contribuem com o nosso ensaio e respondem aos nossos questionamentos. Optamos por não separá-los porque julgamos ser mais pertinente fazer as divisões da análise a partir dos segmentos que compõem *Fantasia*, afinal, cada um deles possui uma sinopse particular e independente do longa-metragem. Enquanto o que os une pode ser visto justamente pelas questões de narrativa, níveis semânticos, e redes temáticas; como as músicas regendo as imagens, as lutas do bem contra o mal, ou o tema do poder representado em diversos dos segmentos. Após conhecermos o processo de produção de *Fantasia*, poderemos enfim responder: Qual o posicionamento ideológico representado pela obra? Qual a relação de *Fantasia* com a Segunda Guerra Mundial? E, ainda, há alguma relação da produção de *Fantasia* com a Política de Boa Vizinhança? Pois, já afirmamos que existe essa vinculação no que tange a recepção da animação no Brasil; mas e quanto à produção e a recepção da obra nos Estados Unidos, existe alguma intenção política?

2.2. A história de produção de *Fantasia*

Fantasia não é a expressão final dessa nova união de cor e música e ação. É o início de um novo tratamento e técnica para a tela, bem como uma indicação do maior desenvolvimento de gravação e reprodução de som.
(John Culhane)²⁹⁶.

²⁹⁵ Cf. LAGNY, 2009, p. 124.

²⁹⁶ Cf. CULHANE, 1983, p. 31.

Podemos dizer que a história de *Fantasia* começa logo no início da década de 1930, com as *Silly Symphonies*, quando Walt Disney produziu muitas curtas-metragens animadas e musicais, que cada vez mais aprimoraram a sincronização entre as imagens e a música. Desde então, Disney se interessou em produzir animações para a música erudita, tendo as composições como inspirações para os movimentos das imagens, ou onde “a pura fantasia se desdobra em um padrão musical”, como ele mesmo afirmou²⁹⁷. No entanto, com o tempo Disney optou pelo realismo nas animações e não aprofundou essa ideia mais próxima do abstrato pelo menos até 1937, quando encontrou o maestro Leopold Stokowski (1882-1977) em um restaurante em Los Angeles. Na época, Stokowski era regente da famosa *Orquestra da Filadélfia* e Disney aproveitou o jantar para contá-lo sobre um dos projetos que vinha imaginando: fazer um curta-metragem a partir da composição *O Aprendiz de Feiticeiro*, de Paul Dukas, sobre um aprendiz que aproveita a ausência do poderoso feiticeiro para utilizar de objetos mágicos, e os resultados das suas travessuras acabam não sendo felizes. Segundo Neal Gabler, assim como Disney, Stokowski também se interessava por novas técnicas de reprodução do som e já havia participado de alguns experimentos em gravações cinematográficas²⁹⁸. A partir daquele dia, Stokowski começou a partilhar um anseio com Disney: realizar uma animação para a música erudita.

Com a parceria estabelecida, Stokowski começou a participar de reuniões de enredo no estúdio de Disney, e juntos eles começaram a pensar a produção do curta-metragem. Mas, o orçamento necessário para a sua realização tornou-se tão alto que os dois logo decidiram ampliar o projeto para um longa-metragem²⁹⁹. Disney e Stokowski planejaram um ambicioso projeto e se dedicaram a criar um espetáculo em musical, provisoriamente intitulado de *O Filme do Concerto*. A ideia do espetáculo hoje pode parecer incomum, mas durante as décadas de

²⁹⁷ Cf. DISNEY 1937 apud GABLER, 2013, p. 342.

²⁹⁸ A participação mais expressiva de Stokowski foi com o filme *One Hundred Men and a Girl* (Cem Homens e uma Menina), de 1937. Sob Direção de Henry Koster. Cf. GABLER, 2013, p. 342.

²⁹⁹ O orçamento do curta-metragem *O Aprendiz de Feiticeiro* foi de 125 mil dólares. Normalmente, um curta-metragem de Disney era produzido por 40 mil dólares, o que ainda assim era um valor acima da média dos estúdios concorrentes. Cf. PEGORARO, 2012, p. 02.

1930 e 1940 muitos eventos ao vivo ocorriam nas casas de cinema³⁰⁰, entre eles, apresentações de bandas, orquestras ou grupos musicais. O desejo de Disney e Stokowski foi levar para as telas do cinema uma prática que já ocorria nas salas desses mesmos estabelecimentos.

Para integrarem o *Filme do Concerto*, Disney e Stokowski fizeram um estudo minucioso e selecionaram composições que posteriormente receberam cores e movimentos. O resultado foi uma animação/musical colorida de 124 minutos, possuindo sete segmentos e oito composições, sendo elas, respectivamente: *Tocata e Fuga em Ré menor*, de Johann Sebastian Bach; *Suíte do Quebra Nozes*, de Pyotr Ilyich Tchaikovsky; *Aprendiz de Feiticeiro*, de Paul Dukas; *Sagração da Primavera*, de Igor Stravinsky; *Sinfonia Pastoral*, de Ludwig van Beethoven; *Dança das Horas*, de Amilcare Ponchielli; *Noite do Monte Calvo*, de Modeste Moussorgsky; e *Ave Maria*, de Franz Schubert.

Com uma visão ampla da obra, o nome *Filme do Concerto* não pareceu mais fazer sentido para Walt Disney, e após algumas reuniões com a equipe selecionada para a produção, foi escolhido o nome definitivo do longa-metragem: *Fantasia*. A descrição parece ter sido apropriada, pois, de acordo com os dicionários, uma das definições do termo pode ser interpretada como uma “variação mais ou menos desenvolvida sobre um trecho musical”, ou, como uma “composição musical, com uma forma livre de variações e desenvolvimentos temáticos”³⁰¹. Encontramos essas definições também na língua inglesa³⁰² e, visto que os autores escolheram *Fantasia*, e não *Fantasy* - algo que indica imaginação, ficção, coisa que não tem existência real - a definição mediante a linguagem musical parece ser mais adequada, ainda que a associação com as fantasias da imaginação também estejam bastantes presentes nesta obra.

Sendo uma produção peculiar, é importante fazermos algumas ressalvas sobre *Fantasia*. De acordo com a literatura³⁰³, *Fantasia* foi a

³⁰⁰ Cf. STAIGER, 2000, p. 20.

³⁰¹ Essas definições de ‘fantasia’ foram retiradas, respectivamente, dos dicionários: DICIO - Dicionário online de português. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/fantasia/>. INFOPÉDIA – Dicionários Porto Editora. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/fantasia>. Acesso em: 10 nov. 2018.

³⁰² Cf. FANTASIA in WORDREFERENCE. Disponível em: <http://www.wordreference.com/definition/fantasia>. Acesso em: 10 nov. 2018.

³⁰³ Incluindo os seguintes autores: ELIOT, 1980. CULHANE, 1983. GABLER, 2013.

obra mais idealizada por Disney, uma vez que muitas inspirações utilizadas na longa-metragem já haviam sido inicialmente pensadas pelo cineasta mediante as produções das *Silly Symphonies*. Desse modo, ela foi a obra que mais se aproximou do imaginário particular de Walt Disney. Para John Culhane, o pesquisador que participou dos bastidores da produção, *Fantasia* foi a criação “mais íntima” do cineasta. Ou, em uma interpretação mais crítica, *Fantasia* foi uma obra que em boa medida resultou de ‘caprichos’ de Walt Disney. Leopold Stokowski ficou encarregado da parte técnica das composições, e embora fosse um trabalho essencial, não admitia o poder de decisão sobre a obra. Como sempre, Walt Disney ficou com o crédito do filme, mas, cabe lembrar que as execuções das animações são coletivas, e *Fantasia* teve, provavelmente, o maior número de profissionais entre os demais longas-metragens do período. Segundo Culhane, foram cerca de mil funcionários que participaram da produção, sendo a maior parte deles, os animadores³⁰⁴ e seus assistentes. Os demais, técnicos em som, atores e atrizes, músicos, etc. Contudo, o planejamento e o supervisionamento da produção são competências atribuídas a Walt Disney com unanimidade pela bibliografia, até mesmo nas mais pessimistas, como a de Marc Eliot. Nesse sentido, a obra parece ter sido a mais influenciada pelo paternalismo de Disney, pois praticamente tudo o que foi criado pelos animadores precisou passar pela sua aprovação antes de entrar para o longa-metragem. Segundo Eliot, Disney foi um produtor que gostava de ter controle sobre tudo³⁰⁵, e isso nunca foi tão literal como em relação à produção de *Fantasia*. Tanto para Eliot quanto para Gabler, *Fantasia* tornou-se uma obsessão na vida de Disney, e mais do que em qualquer outro longa-metragem do período, ele trabalhou ativamente em *Fantasia*, porque viu na animação “uma oportunidade de produzir uma grande obra de arte”³⁰⁶. Por isso, a produção de *Fantasia* foi a mais ambiciosa da história de Disney, e também a mais audaciosa. Na leitura de Gabler, àquela altura de sua carreira, Disney desejava “fazer arte” e ser reconhecido pela chamada cultura erudita³⁰⁷.

³⁰⁴ Durante a recepção do longa-metragem, muitos desses animadores fizeram parte da greve que fechou as portas do estúdio, em 1941. Sobre o número de funcionários, vide: CULHANE, 1983, p. 61.

³⁰⁵ Cf. ELIOT, 1980, p. 145.

³⁰⁶ Cf. ELIOT, 1980, p. 171.

³⁰⁷ Reiteramos que não somos a favor de uma distinção entre culturas erudita e popular, mas durante o período estudado ainda fazia-se essa separação e por

Ao mesmo tempo, Disney também desejava o inverso: pretendia que o público de cinema, formado principalmente pelas camadas médias, pudesse desfrutar da música erudita sem precisar ir a um elitizado concerto. Na época, Walt Disney declarou pensar em si mesmo como “uma pessoa comum” e ponderou que, “se pessoas comuns”, como ele, Stokowski e a sua equipe de animadores podiam encontrar entretenimento em visualizações que partem da música erudita, então o público de cinema também poderia”³⁰⁸. Por outro lado, Disney declarou que o público provavelmente não entenderia algumas músicas, até que assistiria objetos na tela, que as representavam. “Então eles vão sentir a profundidade na música”, disse o empresário. “Nosso objetivo é alcançar as pessoas que não entendem a música erudita. Eu sou uma dessas pessoas. Mas quando eu entendo isso, eu gosto disso”³⁰⁹. Stokowski partilhava dessa ideia, e nesse sentido, ambos possuíam pretensões mútuas com *Fantasia* e sonhavam com o que chamavam na época de “uma união entre o erudito e as camadas médias”. Para Gabler, Disney e Stokowski compartilhavam do mesmo senso de entretenimento e grandiosidade (e, talvez, de arrogância?), porque ambos desejavam “desmistificar a música, visualizando-a”³¹⁰.

Fantasia foi, assim, pensada principalmente para dois públicos previamente determinados: primeiro os críticos e apreciadores da música erudita e, segundo, o público do cinema de animação que, desde as *Silly Symphonies*, já assistia animações inspiradas na música. Entretanto, *Fantasia* representou uma proposta de entretenimento inovadora ao fazer da música o veículo narrativo do longa-metragem, e desde o início, Disney soube que estava arriscando. Apesar das esperanças de sucesso, ele já previa que a recepção de *Fantasia* enfrentaria barreiras, bem como sabia que a obra significava um investimento financeiro bastante alto para a companhia. Roy Disney chegou a pedir ao irmão que desistisse do projeto, pelas constantes dívidas da empresa e pelo risco financeiro que ele representava. Nesse sentido, *Fantasia* parece ter sido uma ‘teimosia’ de Disney, que insistiu em produzi-la, porque ela significava a conclusão das experimentações com o sistema sonoro: “Mesmo que essa coisa seja um fracasso”, defendeu Disney, o mais importante é que

isso os termos são utilizados nas obras consultadas. Cf. GABLER, Op. Cit., p. 348-349.

³⁰⁸ Cf. DISNEY, apud CULHANE, 1983, p. 10.

³⁰⁹ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 36.

³¹⁰ Cf. GABLER, 2013, p. 348.

“teremos adquirido a dimensão completa do que pode ser feito com a música”³¹¹.

Os possíveis usos com a música são, de fato, a grande originalidade de *Fantasia*. No entanto, para o desenvolvimento desta pesquisa, alegamos que não temos pretensões de nos aprofundarmos em relação à teoria da música. Além disso, os trabalhos já existentes sobre *Fantasia* têm como objetivo justamente a parte musical da animação e, portanto, são neles que nos embasamos para descrever as características fundamentais da parte musical da obra. Entre eles, destacamos as contribuições de Melissa Ribeiro de Almeida³¹², autora da área de Comunicação Social, que defendeu que a estrutura musical de *Fantasia* foi o grande mérito dessa animação, e também o que fez a obra ter um caráter singular mesmo para os padrões atuais; assim como o artigo de Celbi Vagner Melo Pegoraro, autor da área de Ciência da Comunicação, que discutiu a “dimensão sonora” da animação³¹³. E, por fim, a pesquisa de Filipe Salles, autor da área de Comunicação e Semiótica, que tomou *Fantasia* como resultado de um relacionamento entre o som e a imagem³¹⁴.

A imagem e o som, aliás, são os dois materiais significantes do cinema³¹⁵. Mas, após alguns anos de sucesso do *Jazz Singer* (e de *Steamboat Willie*), a utilização da música no cinema declinou em relação à descoberta dos diálogos, que passaram a ser interpretados pelos atores e atrizes. E a música permaneceu, na maioria dos filmes, um complemento da linguagem visual. A trilha sonora propriamente dita, então, pressupõe a subordinação da música à ação dramática da imagem³¹⁶. No entanto, para o cinema de animação, a trilha sonora costuma acontecer de duas maneiras. De acordo com Denis, ela pode estar presente na forma ilustrativa em relação às imagens (o caso mais

³¹¹ Cf. GABLER, 2013, p. 349.

³¹² Cf. ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. *Quando a música fala: a produção de sentido em Fantasia*. Monografia. Juiz de Fora: UFJF, 2002.

³¹³ Cf. PEGORARO, Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica. *Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*. 4ª ed. São Paulo: USP, 2012.

³¹⁴ Cf. SALLES, Filipe. *Imagens Musicais ou Música Visual: Um estudo sobre as afinidades entre o som e a imagem, baseado no filme Fantasia (1940) de Walt Disney*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/São Paulo, 2002.

³¹⁵ Cf. AUMONT, 2009, p. 178.

³¹⁶ Cf. SALLES, 2002. Ainda que os musicais permaneçam até hoje como um gênero importante de Hollywood, bem como dentre as animações da Disney.

frequente também no cinema de ação ao vivo), ou como um lugar de experimentação, em relação constante com a imagem³¹⁷. No segundo caso, a música muitas vezes faz-se tão importante que ocupa o espaço da narrativa, como ocorre em *Fantasia*.

Para Almeida, as produções de Disney são marcadas, principalmente, pela “perfeição dos traços e cores com a espetacular e criativa aliança das imagens e movimentos com a música”³¹⁸. E entre as músicas, as composições eruditas tiveram espaço privilegiado nas suas realizações, seja a partir de trilhas sonoras encomendadas ou da utilização de composições já consagradas. Mais do que um elemento secundário, a música desempenhou (e continua desempenhando) papel fundamental nas animações dos estúdios Disney.

Para compreendermos *Fantasia*, precisamos, assim, entender que pelas intenções dessa obra, não foram as músicas que se tornaram acompanhamentos das imagens, mas as imagens que foram inspiradas nas composições. Desse modo, a inovação de *Fantasia* não esteve na associação da música com a imagem, mas na maneira como essa relação foi estabelecida. A obra foi pioneira pela ousadia de ter a música como a forma narrativa, submetendo, pela primeira vez em um longa-metragem, às imagens a um papel secundário em relação à música. A música constituiu, assim, o fator de produção de sentido em *Fantasia*. Ao contrário de suas demais produções daquele momento, em *Fantasia* Disney não pretendeu formar uma narrativa clássica na animação. Para Culhane, com *Fantasia* Disney teve a intenção de provocar no público a sensação de “ver a música e ouvir a imagem”³¹⁹. Segundo Gabler, o cineasta chegou a instruir os roteiristas de que tudo deveria estar conectado, mas sem formar uma trama, pois o que estava sendo representado era a música³²⁰. *Fantasia* foi, portanto, a proposta de uma nova linguagem cinematográfica, conduzida pela música. No mesmo momento em que Orson Welles produziu *Citizen Kane*, um filme que marcou a história da narrativa textual no cinema³²¹, Walt Disney produziu *Fantasia* e revolucionou ao subordinar as imagens às músicas.

Porém, naquele momento não existia uma tecnologia capaz de suprir as ambições de Disney. Então, ele reuniu técnicos do estúdio e da

³¹⁷ Cf. DENIS, 2010, 79.

³¹⁸ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 56.

³¹⁹ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 36.

³²⁰ Cf. DISNEY, apud GABLER, 2013, p. 357.

³²¹ *Cidadão Kane*, como é chamado no Brasil, foi lançado em 5 de setembro de 1941, foi indicado a nove categorias do Oscar e recebeu a estatueta de melhor roteiro original.

RKO³²², a distribuidora contratada pela companhia na época, para desenvolver um sistema de reprodução de som estereofônico exclusivo para a animação, que foi nomeado de *Fantasound*. O som estéreo é um formato comum atualmente. O áudio é dividido em canais e o sistema é mixado para proporcionar uma sensação de profundidade de som e ambiente. Mas, para a época, o *Fantasound* foi uma novidade. Para os padrões de hoje, o sistema equivaleria ao formato 5.1³²³. Ele incluía “um auto-falante na frente e outro no centro da tela e outros alto-falantes à direita e à esquerda e embaixo, ao longo das laterais”³²⁴. Dessa maneira, o *Fantasound* fez de *Fantasia* o primeiro filme comercial lançado em som estéreo³²⁵ e se tornou parte importante para a história do desenvolvimento da trilha sonora no cinema, produzida em um nível nunca antes experimentado³²⁶. A partir do sistema, o espectador pôde, pela primeira vez, ouvir os diferentes instrumentos provindos de vários canais de som.

O primeiro teste com o *Fantasound* ocorreu em 28 de setembro de 1938, um dia antes de começarem as gravações de *Tocata e Fuga em Ré Menor*. As gravações foram realizadas com o maestro Leopold Stokowski e a *Orquestra da Filadélfia*. Para isso, Stokowski realizou bastantes cortes nas composições, por duas razões. Primeiro, porque se o estúdio seguisse todas elas na íntegra, o longa-metragem resultaria em mais de três horas de duração. E, segundo, porque a música é uma linguagem distinta do cinema e, segundo Salles, muito do que nela pode ser dito de maneira enfática, em imagens pode se tornar repetição e redundância³²⁷. A linguagem cinematográfica normalmente exige mais

³²² RKO (*Radio-Keith-Orpheum*) Pictures, é uma produtora e distribuidora de filmes que foi fundada em 1928, inicialmente com o objetivo de lançar filmes exclusivamente sonoros. A empresa também é detentora da rede *Keith-Albee-Orpheum*. Nesta época, os maiores produtores de filmes também controlavam seu próprio sistema de distribuição. De acordo com Otto Friedrich, uma pesquisa realizada em 35 grandes cidades dos Estados Unidos, em 1940, mostrou que, entre todas as salas de cinema consultadas, 35 eram de propriedade da *Paramount*; outros 35 da *Warner*; 30 da *20th Century-Fox*; 29 da *RKO* e 24 da *MGM*. Mas como a *Walt Disney Productions* não possuía espaços de exibição, contratava distribuidoras (no caso a *RKO*) para este fim. Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 200.

³²³ Cf. DENIS, 2010, p. 89.

³²⁴ Cf. GABLER, 2013, p. 358.

³²⁵ Cf. PEGORARO, 2012, p. 06.

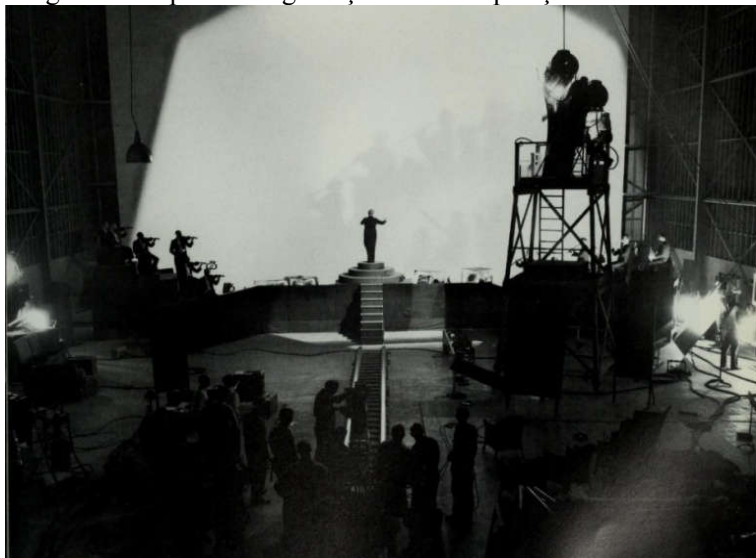
³²⁶ Cf. SALLES, 2002.

³²⁷ Cf. SALLES, 2002.

dinâmica e fluidez do que a linguagem musical e, dessa maneira, os cortes foram necessários para os argumentos visuais.

Além de obter sucesso de produção com o *Fantasound*, o momento do estúdio também ficou marcado pelas primeiras gravações inteiras de ação ao vivo. Mesmo que a animação, como veremos, tenha se inspirado, em parte, no cinema abstrato, o realismo está presente em *Fantasia*. Isso em razão da contínua busca dos animadores pelo realismo em cada desenho, mas também porque, pela primeira vez no estúdio, os segmentos foram intercalados por partes em *live action*. As cenas de ação ao vivo foram rodadas com Stokowski e a orquestra (desta vez fictícia, com o trabalho de atores). Disney e Stokowski pensaram que a participação dos músicos no longa-metragem frisaria o aspecto de espetáculo da animação. A ideia, certa vez escreveu Disney, era criar “a ilusão de que a própria Orquestra Sinfônica estaria tocando no cinema”³²⁸.

Figura 7: As primeiras gravações das composições de *Fantasia*.



Fonte: John Culhane³²⁹.

Para realizar as gravações de ação ao vivo, um palco foi montado no estúdio. O local reservado ao centro dele foi de Leopold Stokowski,

³²⁸ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 378.

³²⁹ Esta figura foi capturada no livro de CULHANE, 1983, p. 33.

que durante todo o longa-metragem aparece acima de um pódio, na condição de maestro da orquestra.

Esta fotografia (figura 7) foi capturada no primeiro dia de gravações do longa-metragem, durante a encenação para *Tocata e Fuga em Ré Menor*, onde podemos ver Stokowski comandando a regência e, ao lado esquerdo da foto, alguns os atores que enceram os papéis dos músicos. Ao fundo da fotografia podemos ver discretamente o efeito de sombras proporcionado por técnicas de iluminação. Segundo Culhane, após a coloração da animação, o uso de sombras foi um dos efeitos mais admirados do filme³³⁰. Nesse caso, são sombras nítidas das figuras humanas – as representações dos músicos. Para as cenas como essa, em ação ao vivo, a coloração utilizada durante a feitura da animação foi de fundo primeiramente azul, que depois variava entre cores quentes - tons entre amarelo, vermelho e roxo. As cores no cinema, aliás, costumam estar associadas às emoções. Em *Fantasia*, as cores estão presentes não para combinarem com o tom da música, mas para transmitir um estado de espírito apresentado pelo arranjo musical. Por isso, a utilização das cores quentes, que denotam vivacidade e movimento. Lembramos que a coloração dessa e das demais animações de Disney, na época, era possível a partir do sistema chamado *Technicolor*, que proporcionava o melhor resultado de filme em cores, mas também era a tecnologia mais cara daquele momento.

O filme foi rodado em uma câmera de 35 milímetros e, na fotografia acima, podemos ver que a equipe da gravação está concentrada ao centro da imagem, na parte inferior. Logo abaixo da câmera, há uma espécie de trilho no chão, que permitia que a mesma se aproximasse ou distanciasse do palco. Assim, na animação, Stokowski esteve sempre ao centro da tela, em alguns momentos em um plano³³¹ mais distante, como nesta fotografia, e em outros momentos em um enquadramento aproximado de seu corpo. Sobre a posição do maestro, localizado no pódio, também podemos dizer que essa é uma representação do principal eixo temático de *Fantasia*, presente em muitos dos segmentos e que une o longa-metragem: o tema do poder. Conforme veremos, o poder é representado de maneiras distintas em *Fantasia*, a partir de vários trechos visuais das composições, mas como todos os blocos são regidos por Stokowski, é ele quem exerce a posição de autoridade do espetáculo. Uma vez que a música é a forma narrativa

³³⁰ Cf. CULHANE, 1983, p. 69.

³³¹ Na linguagem cinematográfica, o “plano” é determinado pela distância entre a câmera e o objeto que está sendo filmado.

de *Fantasia*, então é Stokowski que, de certa forma, conduz essa narrativa e, portanto, tem poder sobre ela.

Todavia, além da música há mais um recurso narrativo em *Fantasia*. Deems Taylor, que se associou ao projeto em 1938, ocupou os papéis de anfitrião e de narrador do espetáculo. Desse modo, além dos trechos com a orquestra, há também cenas de ação ao vivo com Deems Taylor durante a animação. No início do longa-metragem, Taylor dá boas vindas ao público, em nome de Disney e de Stokowski³³². E ao longo de *Fantasia*, Taylor introduz ao espectador algumas considerações sobre cada novo segmento que iniciará em seguida. Ademais, há um pequeno intervalo a pouco mais de uma hora da animação, que também é realizado por Taylor. As cenas com Stokowski, com Taylor, e com a orquestra foram o início de uma tendência que a *Walt Disney Productions* seguiu mais tarde: produzir filmes que mesclam a animação e a ação ao vivo.

Dessa maneira, a primeira etapa da produção de *Fantasia* consistiu nas gravações das músicas e dos trechos em *live action*. Com as gravações musicais concluídas, ocorreu a segunda e mais longa etapa da produção: as imagens criadas pelos animadores, que foram estimuladas pelas gravações de Stokowski. Segundo a literatura, cada animador dispunha de um gravador e eles passavam horas ouvindo a música e esboçando os quadros, o que ocorria conforme as supervisões de Walt Disney. À medida que os desenhos ganharam formas, os profissionais criaram *storyboards* que, pela primeira vez no estúdio, foram executados em placas de fibra, como esse (figura 8), desenvolvido para o segmento *O Aprendiz de Feiticeiro*.

Nesta fotografia, à frente do *storyboard*, e da esquerda para a direita, estão: Walt Disney, Deems Taylor, e Leopold Stokowski. Disney, como de costume, provavelmente estava representando para os colegas as cenas da produção, no caso, de *O Aprendiz de Feiticeiro*. Além de uma inovação, este modelo de *storyboard* foi um investimento, pois, possibilitava que cada animador pudesse enxergá-los de uma considerável distância. Como as equipes de animadores eram grandes, esse modelo facilitou as reuniões de enredo. Além dos *storyboards*, Disney ainda encomendou (também pela primeira vez) modelos de argila tridimensionais de cada personagem, de modo que os animadores pudessem enxergá-los sob todos os ângulos, para, mais uma vez, aprimorar o realismo dos desenhos.

³³² Cf. *Fantasia* em 2 min. 5 seg.

Figura 8: Storyboard de *O Aprendiz de Feiticeiro*.



Fonte: John Culhane³³³.

A equipe de produção levou cerca de três anos para os trabalhos serem concluídos, devido à complexidade da obra, mas principalmente às exigências de Disney. Alguns segmentos foram feitos e refeitos diversas vezes. A compulsão, o perfeccionismo e a ambição do empresário com essa obra foram tamanhos que, no início, ele quis produzir *Tocata e Fuga em Ré Menor* em tecnologia 3D, e também pensou na possibilidade de aspergir perfume na sala de cinema durante as cenas com flores de *Suíte do Quebra-Nozes*, propondo uma espécie de “cinema aromático”: “Estou falando sério sobre toda essa ideia de perfume”, afirmou Disney, “poderíamos espaçar a borrifação para que o perfume só viesse em determinados momentos”³³⁴. Com o tempo, estes projetos foram abandonados pelas inviabilidades técnicas³³⁵, mas

³³³ Cf. Esta fotografia foi capturada no livro de CULHANE, 1983, p. 14.

³³⁴ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 358. Aqui cabe um adendo para dizer que a ideia de aromas colocado por Disney não era inédita. As tentativas de ‘odorizar’ as salas de cinema são bastante antigas e ocorreram, pelo menos, desde os primeiros anos do século XX. O exemplo mais emblemático, provavelmente, foi realizado em 1929 durante uma exibição do filme *The Broadway Melody* (Harry Beaumont), em Nova York, onde o cinema borrifou perfume do teto.

³³⁵ O projeto 3D foi abandonado porque para isso se fazia necessário que as salas de cinema dispusessem de projetores e óculos 3D, o que ainda estava

também porque Disney se dedicou, acima de tudo, ao *Fantasound*. Afinal, para ele o mais importante era que a sonorização pudesse oferecer a sensação de que uma orquestra completa estaria presente durante as exibições da animação. Havia também as dificuldades financeiras de investir em todos estes projetos, uma vez que o *Fantasound*, sozinho, já representava mais de um terço do custo total da obra.

Para efetuar os altos investimentos, os irmãos Disney adquiriram mais dívidas nessa época. Inclusive, com o *Bank of America*, que, além de contribuir com significativas quantias para os longas-metragens, também financiou a construção da nova sede do estúdio, em Burbank, que custou mais de três milhões de dólares. A soma total de gastos da companhia em 1939 chegou a oito milhões de dólares e, entre os quais, 4,5 milhões ela devia para o *Bank of America*³³⁶. De acordo com Gabler, a cada novo empréstimo solicitado por Roy Disney, Joseph Rosenberg, um dos diretores do banco, em Los Angeles, frequentemente o advertia de que o estúdio deveria economizar nas produções, reduzir a equipe de funcionários e os salários. Como Walt Disney nunca concordou com nenhuma dessas iniciativas, a solução que Roy Disney encontrou para manter os empréstimos foi lançar ações da empresa no mercado, iniciando em abril de 1940. Com isso, a companhia finalmente conseguiu liquidar as dívidas em relação à nova sede e também parte dos empréstimos relacionados às produções cinematográficas. Contudo, os estúdios Disney continuaram com pendências financeiras devido às produções em andamento, sendo a obra mais cara entre elas, justamente, *Fantasia*.

2.3. A análise filmica

O filme é um meio de comunicação audiovisual e, portanto, possui um discurso visual e sonoro. Todo filme tem uma materialidade filmica (seu formato, estrutura), e conteúdos sonoros e imagéticos, incluindo símbolos e representações, que em conjunto constroem uma narrativa. Nesse sentido, podemos dizermos que ao assistir um filme, o

longe de se tornar comum, já que o primeiro filme comercial em 3D foi lançado apenas doze anos depois - *Bwana Devil*, em 1952. Mais sobre o filme: <http://www.imdb.com/title/tt0044462/>. Acesso em: 02 ago. 2018. E a ideia de aspergir perfume complicaria cada uma das exibições, pois necessitaria de uma equipe disponível nas salas de cinema para a sua execução.

³³⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 380.

espectador pratica uma leitura. E, do mesmo modo que ocorre com um texto, essa leitura não é neutra, porque cada espectador pode interpretar e reinterpretar um determinado filme de maneira que escapa ao controle das intenções de quem o produziu.

A linguagem de um audiovisual chega ao espectador por convenções sociais e codificações estéticas que são próprias da indústria do cinema. Como são diversas e múltiplas as significações existentes em um conteúdo filmico, ao fazer uma análise de um audiovisual o historiador dificilmente consegue abarcar todos esses elementos. Salientamos, assim, que toda análise filmica, mesmo sendo bem elaborada, nunca é completa e nem se limita a única forma correta de interpretação. Para chegarmos aos nossos objetivos com essa pesquisa, elencamos (como já dissemos anteriormente) os métodos sugeridos por Valim, denominados pelo autor de: narrativa; níveis semânticos; e redes temáticas ou representacionais; além dos contextos de produção, sobre os quais esperamos já ter esclarecido uma boa parte durante o subitem anterior, e continuaremos discorrendo a seguir.

Discutir *Fantasia* por meio da narrativa é o nosso ponto de partida para a análise que segue, onde construímos uma proposta de leitura do audiovisual. Já sabendo que os recursos narrativos de *Fantasia* são especialmente as músicas, mas também as descrições realizadas por Deems Taylor, desenvolvemos uma descrição filmica das sequências do longa-metragem, mediante a apresentação das sinopses de cada segmento da animação, e levantamos dados pertinentes acerca dessas produções. Interessamo-nos em observar quais foram os avanços tecnológicos e as particularidades dessa animação, e em perceber possíveis representações presentes no audiovisual.

Como a representação é um processo pelo qual se estabelece a relação entre o mundo e os objetos, elas são estruturadas a partir de dois mecanismos, denominados por Serge Moscovici de “ancoragem” e “objetivação”. A ancoragem classifica e nomeia alguma coisa que nos é estranho, a fim de torná-lo familiar. Em outras palavras, a ancoragem nos ajuda a rotular alguém ou alguma coisa encaixando-o em determinada categoria que já conhecemos³³⁷. A objetivação dá sentido ao recurso ancorado, atribuindo-o de “qualidade icônica”, ou seja, reproduzindo o conceito em uma imagem³³⁸. As representações, então, igualam “toda imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem” e, de

³³⁷ Cf. MOSCOVICI, 2007, p. 61-62.

³³⁸ Cf. MOSCOVICI, 2007, p. 71.

certa forma, são uma maneira de comunicar o que nós já sabemos³³⁹. Dessa maneira, analisar imagens significa não apenas interpretar o que está sendo representado, mas perceber o modo em que está sendo feita essa representação³⁴⁰.

Tratando-se de imagens de um audiovisual, percebê-las a partir dos níveis semânticos e redes temáticas, como propôs Valim, nos ajuda a estabelecer quais são as principais representações sociais existentes em *Fantasia*. As redes temáticas, como o nome diz, referem-se aos conjuntos de temas mais característicos em um filme; enquanto os níveis semânticos dividem-se em três categorias que já foram previamente delimitadas pelo autor Ciro Flamarion Cardoso³⁴¹, sendo elas: temático, figurativo, e axiológico. O nível semântico temático diz respeito ao tema central de uma obra, que em *Fantasia*, já adiantamos, é a representação do poder. O nível semântico figurativo refere-se à maneira que o tema se manifesta durante o audiovisual, podendo ser, por exemplo, pela música, por personagens, por cores ou objetos. E o nível semântico axiológico é associado a sistemas de valores socialmente compartilhados, e costumam ser observados na forma de oposições, como na representação do bem vs. mal, da paz vs. guerra, de heróis vs. bandidos³⁴², entre outras.

Feitas as considerações teóricas, a partir deste momento a nossa proposta é fazer uma análise individual de cada um dos blocos de *Fantasia*, respeitando a sua ordem narrativa. Ou seja, iniciando com *Tocata e Fuga em Ré Menor* e finalizando com *A Noite no Monte Calvo* e a *Ave Maria*, sendo que estas duas últimas formam um único segmento animado. As interpretações que seguem não são as únicas possíveis, mas procuram se aproximar das representações produzidas pelos animadores e das intenções de Walt Disney.

Salientamos, primeiramente, que *Fantasia* foi pensada para ser um espetáculo, e os seus primeiros minutos constituem-se em uma apresentação do mesmo. A abertura do longa-metragem é realizada em *live-action*, conforme é apresentado um luxuoso palco de teatro, e as cortinas, vermelhas, se abrem. O palco é o espaço onde a orquestra executa as peças musicais durante todo o longa-metragem. O espectador é convidado a assistir a um concerto, à medida que os músicos – os

³³⁹ Cf. MOSCOVICI, 2007, p. 46.

³⁴⁰ Cf. TURNER, 1997, p. 53.

³⁴¹ Cf. CARDOSO, Ciro F. *Sobre as representações sociais*. Niterói, 2004 apud VALIM, 2012, p. 296.

³⁴² Cf. VALIM, 2012, p. 297-298.

homens trajando fraques e as mulheres vestidos longos - vão chegando e se posicionando de acordo com seus instrumentos, destacados pelos recursos de iluminação. São apenas duas mulheres entre todos os músicos, e elas são posicionadas quase que ao centro da tela, uma à direita e outra à esquerda do espaço central, reservado para o narrador do filme: Deems Taylor. Quando Taylor sobe ao palco, ele cumprimenta o público com um “Como vai você?”³⁴³, direcionando, assim, a sua fala ao espectador, individualmente, com o intuito de que o mesmo se sinta realmente presente no espetáculo. Em seguida, Taylor se apresenta e dá boas vindas ao público, dessa vez, no plural. Nesse momento Taylor descreve *Fantasia* como uma nova proposta de entretenimento e faz uma breve introdução sobre a animação, deixando claro que ela também é um musical³⁴⁴.

Segundo Taylor, houve três modelos de interpretações das composições seguidos pela equipe de produção de *Fantasia*: “Primeiro existe o tipo que conta uma história definida”. Então existe “o tipo que gera uma série de imagens mais ou menos definidas”. E, por fim, um “terceiro tipo, onde a música que existe simplesmente por sua própria causa”. Sobre o primeiro, são as músicas que foram compostas com o intuito de descrever uma narrativa, e cujas interpretações em *Fantasia* consideraram a intenção do compositor ao escrevê-las. São exemplos desse tipo, os segmentos: *O Aprendiz de Feiticeiro*, *Sinfonia Pastoral* e *Noite no Monte Calvo*. O segundo tipo descrito por Taylor refere-se às músicas que foram interpretadas diferentemente da ideia inicial do autor, mas que ainda “conservaram a atmosfera sugerida pela sua harmonia, propondo um contexto que mantém o conteúdo emocional e característico da composição”. Fazendo uma analogia, é como se a composição uma tela livre e disponível para os animadores pintarem. Encaixam-se aqui os segmentos: *Suíte do Quebra-Nozes*, *Sagração da Primavera*, *Dança das Horas*, e *Ave Maria*, cujas animações seguem propostas diversas daquelas pensadas pelos compositores das obras e apresentam uma nova interpretação, com pouca ou bastante divergência da proposta do autor. Além disso, *Suíte do Quebra-Nozes* e a *Dança das Horas* apresentam balés e, por isso, não pretendem formar uma narrativa, a não ser pela perspectiva da dança. Já o terceiro tipo de composição narrado por Taylor refere-se a um paradigma visual que tem como ponto de partida “desenhar a música”, também chamada de “música absoluta”. O melhor exemplo deste terceiro modelo ocorre com

³⁴³ Cf. *Fantasia* em 1 min. 50 seg.

³⁴⁴ Cf. *Fantasia* em 2 min. 14 seg.

a composição *Tocata e Fuga em Ré Menor*, que faz a introdução dos blocos de *Fantasia* após os quase quatro minutos da apresentação em *live action*.

2.3.1. Tocata e Fuga em Ré Menor (03 minutos e 50 segundos)

O fascínio de Disney com a faixa sonora foi encontrar o equivalente visual em Tocata e Fuga. (John Culhane)³⁴⁵.

Tocata e Fuga em Ré Menor foi escrita pelo compositor alemão Johann Sebastian Bach (1685-1750) durante a primeira década do século XVIII, e é um de seus trabalhos mais famosos. Derivada do termo italiano *Toccare*, a Tocata é uma peça para instrumentos de teclas, neste caso o órgão, que segue a tendência experimental da música barroca³⁴⁶, com formas livres e improvisações que contrastam com as Fugas. Já a Fuga se fundamenta essencialmente na técnica de repetição de um único tema. Ao explicar a forma da música, Leopold Stokowski descreveu que é como se a Tocata fosse o *A*, e a Fuga o *B*: a Tocata começa como se fosse uma massa, pois tudo nela é muito semelhante. Em seguida, seguem imensos contrastes com a Fuga³⁴⁷. Assim, a composição segue “apresentando diferentes linhas melódicas que se sucedem, como se uma estivesse perseguindo a outra”³⁴⁸. A tonalidade (em ré) menor, por sua vez, reforça as tensões da música. Desde a década de 1930 essa composição foi frequentemente utilizada no cinema³⁴⁹, geralmente com o intuito de provocar mistério ou suspense. Mas em *Fantasia* a sensação desejada foi a de “enxergar” a própria música, a partir de “uma descrição pictórica da sua forma”³⁵⁰.

Na animação, ao introduzir a composição, Taylor convida o espectador a conhecer imagens abstratas e a imaginar que estivesse em

³⁴⁵ Cf. CULHANE, 1983, p. 39.

³⁴⁶ *Barroco* significa “pérola irregular” e o estilo se caracterizou pelo rebuscamento e o exagero de ornamentos que dão uma ideia de irregularidade. Na música, o período barroco é datado entre o início do século XVII e o final do século XVIII, e Sebastian Bach é considerado o seu principal expoente.

³⁴⁷ Cf. STOKOWSKI apud CULHANE, 1983, p. 39.

³⁴⁸ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 60.

³⁴⁹ A lista de filmes que contêm composições de Bach foi catalogada pelo IMDb. Disponível em: <http://www.imdb.com/name/nm0001925/>. Acesso em: 30 ago. 2018.

³⁵⁰ Cf. CULHANE, 1983, p. 35.

uma sala de concerto ouvindo a música. O narrador continua dizendo que a música então pode começar a estimular a sua imaginação. As imagens que seguem podem ser, segundo ele, “simplesmente massas de cores, ou elas podem ter formas de nuvens, ou grandes paisagens, ou sombras vagas, ou objetos geométricos flutuantes no espaço”³⁵¹. É isso que faz de *Tocata e Fuga* uma “música absoluta”, pois ela é uma música voltada para a representação de si mesma, e existe “unicamente para a beleza de seu próprios padrões de tom”³⁵². Segundo a interpretação de Walt Disney, quando Bach criou essa composição, provavelmente não tinha mais nada em mente a não ser lidar com a música, e era o mesmo resultado que ele esperava de *Tocata e Fuga em Fantasia*³⁵³. Na animação, Deems Taylor afirma que “até o título da composição não tem significado, além de uma descrição da forma da música”³⁵⁴.

Quando entra em cena, Leopold Stokowski inicia a condução de *Tocata e Fuga em Ré Menor*³⁵⁵ e, ao mesmo tempo, promove uma demonstração do *Fantasound*, com partes da peça tocadas em cada um dos três canais do sistema – primeiro à esquerda do espectador, em seguida à direita e, por fim, ao meio. Stokowski está inicialmente inserido em um plano médio³⁵⁶ de fundo azul e é iluminado por tons de amarelo, verde e roxo, respectivamente. Em seguida abre-se um plano de conjunto³⁵⁷ e a orquestra é apresentada tocando a peça, igualmente iluminada por luzes que se alternam conforme o tempo da música e criam sombras sobrepostas. Aqui encontramos o primeiro nível axiológico do longa-metragem: luz versus sombras; que são componentes constantes durante o todo o espetáculo. Nesse momento, as incidências das luzes fazem as cores variarem entre o azul, o verde, o roxo, o vermelho, o amarelo e o marrom, em sincronia com o andamento da música. Dessa maneira, *Fantasia* inicia apresentando os dois elementos essenciais e imateriais do cinema sonoro: a luz e o som³⁵⁸, que adentram nos sentidos (visão e audição) do espectador.

³⁵¹ Cf. *Fantasia* em 3 min. 30 seg.

³⁵² Cf. CULHANE, 1983, p. 37.

³⁵³ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 41.

³⁵⁴ Cf. *Fantasia* em 3 min. 2 seg.

³⁵⁵ Cf. *Fantasia* em 4 min.

³⁵⁶ O “plano médio” costuma enquadrar a figura humana por inteiro, deixando aparecer o cenário entre a cabeça e os pés, como está Stokowski em *Fantasia*.

³⁵⁷ No “plano de conjunto” o ângulo visual é aberto, e é possível reconhecer várias figuras humanas na tela.

³⁵⁸ Cf. MENEZES, Paulo Roberto Arruda de. Cinema: imagem e interpretação. *Tempo Social*. Revista de Sociologia da USP. São Paulo, 1996, p. 87.

Assim, durante a primeira parte da Tocata as cenas do filme permanecem em *live action*. Quando a composição chega à parte da Fuga, as imagens tornam-se cada vez menos concretas e passam a ser caracterizadas pela abstração. É o início da animação³⁵⁹. Nesse momento, a orquestra deixa de aparecer e o azul entra na tela novamente, iniciando uma representação de céu com nuvens brancas. Em seguida, o som do violino é representado por gotas de chuva. As figuras que seguem são abstratas, como pontos de luz, traços e formas geométricas. Quando os tons graves são tocados pela orquestra, são apresentadas na tela cores fortes, em tons avermelhados e alaranjados, que segundo Melissa Almeida, reforçam o clima pesado dos trechos da composição³⁶⁰. A Fuga se repete por sete vezes e na animação são apresentados, em sua maioria, movimentos de traços e ondas, que se alteram conforme o desenvolvimento do tema musical. As figuras parecem dançar em sincronia com a composição. Sempre que há um contraponto na música, também há um contraponto na imagem.

De acordo com Almeida, a música, por si só, é uma manifestação abstrata, assim considerada pela sua capacidade de afetação e expressão de ideia e sentimentos subjetivos, ainda que também seja capaz de estabelecer significados objetivos³⁶¹. Já o cinema abstrato tem por essência evitar a representação de objetos³⁶². Por essa razão, *Tocata e Fuga* foi considerado um dos trechos mais difíceis de animar em *Fantasia*. Segundo o animador Marc Davis, a ousadia de lançar desenhos abstratos durante o mesmo período em que o estúdio lucrava com o realismo de *Branca de Neve*, representava um risco comercial ainda desconhecido nos Estados Unidos, já que o cinema abstrato, ou experimental, era caracteristicamente europeu³⁶³.

No entanto, foi justamente aos cineastas europeus que Disney foi recorrer. Desde o final dos anos 1930, e muito devido à emergência da guerra, imigrantes europeus, entre músicos, animadores e cineastas, foram contratados por Disney para integrar a equipe do estúdio. Entre eles, destacamos o alemão Oskar Fischinger (1900-1967). Considerado um pioneiro em formas e linhas abstratas na animação³⁶⁴, Fischinger ficou conhecido por ultrapassar todas as funções de ‘artista’. Ele foi

³⁵⁹ Cf. *Fantasia* em 07 minutos e 40 segundos.

³⁶⁰ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 71.

³⁶¹ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 13.

³⁶² Cf. *Abstrato*. In: AUMONT; MARIE, 2003, p. 09.

³⁶³ Cf. DAVIS, Marc apud SALLES, 2002.

³⁶⁴ Cf. CULHANE, 1983, p. 37.

músico, pintor, cineasta, animador e inventor, e tornou-se famoso após lançar filmes abstratos, durante a década de 1920. Seus filmes são uma combinação entre a pintura abstrata, notadamente em formas geométricas, e a música, especialmente a música erudita e o jazz.

Em *Fantasia*, Disney incumbiu Fischinger do desenvolvimento de *Tocata e Fuga*, deixando-o à frente de uma equipe de produção³⁶⁵. Assim, apesar de Deems Taylor apresentar o segmento como “interpretado em imagens por Walt Disney” e “em música pela Orquestra da Filadélfia e seu regente, Leopold Stokowski”³⁶⁶, encontramos aqui uma contradição, pois o verdadeiro talento que projetou *Tocata e Fuga* foi Oskar Fischinger. Ainda que Disney afirmasse que *Tocata e Fuga* fosse fruto de um trabalho inédito³⁶⁷, ela foi inspirada e desenvolvida pelos projetos de Fischinger, que já realizava experimentações de sincronização entre música e figuras abstratas anos antes de integrar os estúdios Disney, inclusive, em realizações nos Estados Unidos. No curta-metragem *An Optical Poem (Um Poema Óptico)*³⁶⁸, por exemplo, Fischinger desenvolveu desenhos geométricos para a composição *Rapsódia Húngara N° 2*, de Franz Liszt, cujo resultado pode ser comparado pela semelhança com o segmento de *Tocata e Fuga*.

³⁶⁵ Mais nomes que trabalharam de alguma maneira neste segmento: Samuel Armstrong; Lee Blair; Elmer Plummer; Phil Dike; Robert Cormack; Jose Stahley; John Hench; Nino Carbe; Cy Young; Art Palmer; Daniel MacManus; George Rowley; Edwin Aardal; Joshua Meador; e Cornett Wood. Entretanto, toda a parte de desenvolvimento visual foi responsabilidade de Oskar Fischinger.

³⁶⁶ Cf. TAYLOR in *Fantasia*, a partir de 3 minutos e 50 segundos do longa-metragem.

³⁶⁷ Publicamente, Disney afirmava que *Tocata e Fuga* não devia se assemelhar a qualquer filme abstrato já produzido, pois a proposta deveria resultar em novidade. Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 358. Mas, nos bastidores, Disney esperava que Fischinger criasse um curta-metragem semelhante às experiências de “música visual” que já vinha desenvolvendo na sua carreira pessoal. Cf. SALLES, 2002.

³⁶⁸ *An Optical Poem* foi lançado em 1938, e encomendado pelo estúdio *Metro-Goldwyn-Mayer* (MGM), Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6Xc4g00FFLk>. Acesso em: 13 abr. 2019. Entre outros filmes de Oskar Fischinger, anteriores, e produzidos na Alemanha, citamos: *Spiritual Constructions* (1927); *Liebesspiel* (1931); *Circles* (1933); *Squares* (1934) e *Composition in Blue* (1935).

Por outro lado, em *Tocata e Fuga* Fischinger não possuiu a mesma liberdade de produção, pois precisou se moldar ao planejamento da narrativa de *Fantasia* e às exigências de Walt Disney, o que gerou atritos entre o animador e o empresário, e estendeu a produção do curta-metragem para mais de um ano³⁶⁹.

Apesar da característica de abstração do segmento, *Tocata e Fuga* também foi planejada (e aqui, sim, por Disney) para conter elementos realistas que dialogassem com a trama central da narrativa. Trata-se de elementos da natureza, e o mais emblemático deles pode-se observar na seguinte figura, ao fundo: uma representação de um sol.

Figura 9: *Tocata e Fuga em Ré Menor*



Fonte: John Culhane³⁷⁰.

O sol é um dos elementos figurativos que compõe o tema central do longa-metragem: o poder. Sendo o sol o astro supremo da natureza, ele é uma força essencial para o ciclo da vida terrestre. Em *Fantasia*, ele representa o poder da vida criada pela natureza. Já a natureza, como de costume nas obras de Disney, é também uma rede temática de *Fantasia* e está presente em todos os segmentos a partir de diversas figuras, sobre as quais apontaremos ao longo desse texto. A natureza é um cenário comum em todos os segmentos e, entre todos os níveis figurativos, o sol é o mais expressivo porque dialoga com dois temas simultaneamente: a natureza e o poder; e, ainda, foi utilizado como uma ilusão de continuidade do longa-metragem, pois tanto o nascer do sol quanto o

³⁶⁹ Cf. SALLES, 2002.

³⁷⁰ Esta figura foi captura no livro de CULHANE, 1983, p. 42.

entardecer aparecem em diversos dos segmentos. O pôr do sol aparece na cena final de *Tocata e Fuga*³⁷¹, e faz um diálogo com o último bloco do longa-metragem, *Ave Maria*, quando há o céu do amanhecer e o otimismo referente ao nascimento de mais um dia, elementos que (como veremos) consagram o final feliz de *Fantasia*.

A ideia de começar a animação com *Tocata e Fuga* não foi ocasional, já que ela se apresenta como uma introdução de *Fantasia*, como um indício visual do que o espectador ainda assistirá durante do longa-metragem. Embora os demais segmentos não conversem diretamente com a arte abstrata, todos eles têm um objetivo em comum: reproduzir imagens para as composições. É nesse sentido que *Tocata e Fuga em Ré Menor* foi escolhida para iniciar o longa-metragem, para fazer a afirmação do “diálogo da imagem”³⁷², como chamou Almeida. Stokowski resumiu as suas intenções com esse segmento dizendo que em *Tocata e Fuga* “a música explica a tela e a tela explica a música”³⁷³.

De acordo com Culhane, após a recepção, o segmento foi apreciado pela sua impecável movimentação das cores e uma precisa sincronização com o som, e foi considerado o primeiro bloco animado de arte abstrata em um longa-metragem comercial³⁷⁴. No Brasil, o crítico Lourival Gomes Machado, que à época escrevia para a revista *Clima*, afirmou que *Tocata e Fuga* era uma “grande aula” sobre *Fantasia*³⁷⁵. Mário de Andrade defendeu que esse segmento em homenagem a Bach traduziu a maior lição deixada por *Fantasia*: “a liberdade criadora” de “formas puras”. O segmento foi, segundo Andrade, “uma invenção genial” em pleno “domínio da abstração plástica”³⁷⁶. Dessa maneira, as imagens abstratas proporcionadas por *Tocata e Fuga* foram consideradas por muitos críticos a forma mais adequada de se traduzir as sutilezas da linguagem musical, enquanto outras figuras do longa-metragem, assim como também ocorreu com *Pinóquio* e *Bambi*, sofreram o peso do realismo no momento da Segunda Guerra Mundial.

³⁷¹ Cf. *Fantasia* em 12 min. 48 seg.

³⁷² Cf. ALMEIDA, 2002, p. 71.

³⁷³ Cf. STOKOWSKI apud CULHANE, 1983, p. 36.

³⁷⁴ Cf. CULHANE, 1983, p. 43.

³⁷⁵ Cf. MACHADO. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941. Quatro afirmações para a Salvação de Disney, p. 67.

³⁷⁶ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941. Fantasia vista pela imprensa, p. 89-90.

2.3.2. Suíte do Quebra Nozes (13 minutos e 40 segundos)

Os amantes da dança encontrarão muito da Fantasia gratificante no escopo coreográfico de Suíte do Quebra-nozes, que estimula seu brilhante uso de uma ótima arte [...] trazendo grandes danças e simples danças para todos.
(Walter Terry, crítico de dança)³⁷⁷.

Pyotr Ilyich Tchaikovsky (1840-1893) compôs essa Suíte inspirado no conto *O Quebra-Nozes de Nuremberg*, de adaptação de Alexandre Dumas. Tchaikovsky apresentou a composição pela primeira vez ao público em 1892, em São Petersburgo, na Rússia. Na linguagem musical, o termo Suíte significa série ou sucessão³⁷⁸. *Suíte do Quebra-Nozes*, assim, é dividida em três atos: o primeiro é chamado *Abertura*; o segundo *Danças* (incluindo, a *Marcha*, a *Dança da Fada Açucarada*, a *Dança Russa*, a *Dança Árabe*, a *Dança Chinesa* e a *Dança dos Mirlitons*) e o terceiro ato é chamado de *Valsa das Flores*. No conjunto da obra, a série de balés conta a história de uma menina que, na véspera de Natal, recebe de presente um misterioso boneco quebra-nozes de madeira, no formato de um homem em miniatura, mas que também pode se transformar em um príncipe após vencer um exército de ratos que invade a casa. Em seguida, o quebra-nozes leva a menina até um lugar fantástico, onde há um grande baile de flores.

Deems Taylor começa apresentando a composição como a mais popular que Tchaikovsky já escreveu. Isso porque, anos depois, a *Suíte do Quebra-Nozes* tradicionalmente passou a ser associada ao Natal. Entretanto, Taylor alerta ao espectador que ele não verá nenhum quebra-nozes na tela, pois, na versão de *Fantasia*, sobre o quebra-nozes restou apenas o nome³⁷⁹. Essa é, assim, uma composição que se encaixa no segundo tipo de música pensada na estrutura de *Fantasia*, aquela que conta uma história mais ou menos definida, mas com uma interpretação divergente da proposta do compositor. Para *Fantasia*, Disney e Stokowski fizeram uma seleção de seis peças do balé original, alteraram a ordem das mesmas, e declararam que a intenção com esse segmento

³⁷⁷ Cf. TERRY apud CULHANE, 1983, p. 69.

³⁷⁸ Suíte também pode ter o significado de versão condensada das partes principais de uma obra mais longa.

³⁷⁹ Cf. *Fantasia* em 14 min. 12 seg.

foi apresentar uma série de danças. Taylor escreveu na época que "uma vez que o trabalho é uma suíte e não uma sinfonia", não há "conexão vital entre os movimentos, e que a ordem em que eles ouvem, desde que seja musicalmente eficaz, é imaterial"³⁸⁰. Mas, ao desenvolver as imagens que acompanham a música, o estúdio foi confrontado com o fato de que, se apresentasse a Suíte simplesmente como uma sucessão de danças, sem um tema central, o resultado seria apenas um grupo de assuntos curtos não relacionados. A solução da companhia foi defender a visualização da Suíte como um todo, como um "balé da natureza", dançado por plantas e flores, fadas e criaturas marinhas³⁸¹. O tema de *Suíte do Quebra-Nozes* foi definido como a mudança das estações da natureza, começando pela representação da primavera e do verão, a partir principalmente de flores, e depois chegando ao outono e ao inverno. A partir desse segmento, então, a abstração do bloco anterior deu lugar a imagens definidas pelo olhar, e as duas redes temáticas aqui encontradas são a natureza e a dança.

Essa foi uma das sequências mais complicadas de toda a produção de *Fantasia*, em parte porque tinha seis seções a serem produzidas. Vários esboços foram produzidos até que Disney finalmente se decidiu por quais ficariam e quais seriam descartados. Segundo Culhane, *Suíte do Quebra-Nozes* foi um ponto culminante de uma década de esforços do estúdio em usar o ritmo da natureza como movimento de filmes animados. As primeiras experimentações nesse sentido começaram em 1929 com um ciclo das *Silly Symphonies* justamente sobre o tema das estações do ano. Desde então, o estúdio encarou o desafio de fazer interpretações visuais de espíritos da natureza³⁸². E, em *Suíte do Quebra-Nozes*, o desafio foi finalmente vencido³⁸³.

³⁸⁰ Cf. TAYLOR, Deems apud CULHANE, 1983, p. 58.

³⁸¹ Cf. CULHANE, 1983, p. 58.

³⁸² Cf. CULHANE, 1983, p. 54.

³⁸³ De acordo com Culhane, foram cinquenta e três as pessoas que trabalharam em *Suíte Quebra-nozes*, mas entre eles, apenas vinte e dois receberam créditos. São eles: o diretor, Samuel Armstrong; e quanto ao desenvolvimento da história: Sylvia Moberly-Holland; Norman Wright; Albert Health; Bianca Majolie; e Graham Heid. Quanto ao designs dos personagens: John Walbridge; Elmer Plummer; e Ethel Kulsar; Direção de arte de: Robert Cormack; Al Zinne; Curtiss D. Perkins; Arthur Byram; e Bruce Bushman. Quanto a pintura de fundo: John Hench; Ethel Kulsar; e Nino Carbe. E quanto à animação: Art Babbitt; Les Clark; Don Lusk; Cy Young; e Robert Stokes.

A primeira dança apresentada no segmento se chama *A Fada do Açúcar*³⁸⁴ e nesse trecho a música tem como principal instrumento o piano. As imagens representam o início da manhã de um dia de primavera, e delicadas fadas espalham o orvalho entre as flores, plantas, cogumelos e uma frágil teia de aranha. Para Almeida, nesse segmento Disney preservou o espírito natalino da composição³⁸⁵ e as fadas chegam como representações de bolinhas coloridas de árvores de natal. Ao preparar o amanhecer, as fadas se comportam como se estivessem organizando uma festa, ao decorar todos e tudo por onde passam com cores, luzes e brilhos, conforme os leves toques da melodia da música.

A segunda peça é a *Dança Chinesa*³⁸⁶. De acordo com Almeida, as danças étnicas da composição foram inspiradas por Tchaikovsky na vertente nacionalista do período romântico da música³⁸⁷, e buscaram representar diferentes sociedades a partir do balé. A *Dança Chinesa* é executada por flautas e, em *Fantasia*, a sua sequência é conduzida por um pequeno grupo de cogumelos que representam homens chineses vestidos com longas túnicas e chapéus típicos. O menor cogumelo, sempre fora do compasso da música, foi chamado *Hop Low* e é um dos personagens mais graciosos de *Fantasia*.

Figura 10: *Dança Chinesa*



Fonte: Pinterest³⁸⁸.

³⁸⁴ Cf. *Fantasia* em 14 min. 36 seg.

³⁸⁵ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 72.

³⁸⁶ Cf. *Fantasia* em 17 min. 2 seg.

³⁸⁷ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 63.

³⁸⁸ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/77827899780796876/>. Acesso em: 20 ago. 2018.

Após a estreia, esse trecho foi recebido como um dos momentos mais bem-sucedidos de toda a animação. Segundo Culhane, o pequeno cogumelo conseguiu evocar a emoção do público mesmo sem reproduzir qualquer diálogo ou gesto, a não ser a dança³⁸⁹.

A terceira peça é a *Dança das Flautas*³⁹⁰, que apresenta flores multicoloridas em forma de bailarinas que dançam sobre a superfície d'água, que ao final desemboca em uma cachoeira. Segundo Walt Disney, não havia imposição para as flores dançarem diretamente na água. “Se você jogar uma flor na água, ela flutua”, ele afirmou em uma das reuniões com a equipe: “é quase como se estivessem sido levadas pelo vento”³⁹¹. Na animação, assim, a música e o vento conduzem as flores bailarinas em um fluxo de padrão giratório que, para Culhane, é um dos movimentos mais lembrados de *Fantasia*³⁹². Para obter a perfeição dos movimentos, para essa dança foram contratadas duas dançarinas profissionais, Marjorie Belcher (que já havia feito *Branca de Neve*) e Joyce Coles. Belcher e Coles vestiram longas saias que se assemelhavam à forma de pétalas de flores e, ao observá-las, o maior desafio dos animadores foi criar a diferença entre dançar no palco e dançar sob a água.

A quarta peça é a *Dança Árabe*³⁹³, que leva o espectador para debaixo d'água. Esse trecho é um balé subaquático realizado por peixes de diferentes espécies. A maioria deles foi produzida em tons de cor-de-rosa e todos têm caldas que representam véus usados por mulheres árabes, ou odaliscas. O cenário onde eles estão é de uma floresta de plantas ondulantes que representa um harém. Assim, todos os peixes são representações de figuras femininas que dançam inspirados no ritmo da música, a partir de movimentos lentos e coreografias e gestos sensuais, como olhares e beijos direcionados ao espectador. Apesar de a sensualidade soar polêmica para uma animação, lembramos que *Fantasia* foi pensada especialmente para o público adulto. Além disso, de acordo com Culhane, Walt Disney sabia exatamente o que queria com essa dança: os peixes deveriam ser femininos e sensuais, segundo ele, como em uma “verdadeira” dança árabe³⁹⁴. Assim, as representações desse trecho foram formadas a partir de estereótipos

³⁸⁹ Cf. CULHANE, 1983, p. 46-48.

³⁹⁰ Cf. *Fantasia* em 18 min. 8 seg.

³⁹¹ Cf. DISNEY, Walt apud CULHANE, 1983, p. 58.

³⁹² Cf. CULHANE, 1983, p. 58.

³⁹³ Cf. *Fantasia* em 19 min. 55 seg.

³⁹⁴ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 61.

pautados na construção do imaginário ocidental sobre o Oriente Médio. Nesse imaginário (durante meados do século XX), a dança do ventre e o harém eram vistos genericamente “como parte de toda a cultura árabe, sendo ambos com elevado grau de erotismo”³⁹⁵. De acordo com Edward Said, nessa interpretação as mulheres possuíam uma sensualidade ilimitada e eram vistas como criaturas disponíveis para satisfazer as fantasias masculinas de poder³⁹⁶. Nesse sentido, o tema do poder é retomado nesse segmento, mas na ausência de uma figura masculina, o diálogo é sobre o único poder que é atribuído aos estereótipos femininos no mundo de Disney: o da sedução³⁹⁷. Para os autores Ariel Dorfman e Armanda Mattelart, que desenvolveram um estudo sobre as revistas em quadrinhos publicadas pela companhia no mercado latino-americano, as figuras femininas nessas comunicações se caracterizam pelos aspectos domésticos e passivos, sendo a sedução o único poder da qual as mulheres podem utilizar. Por razões como essas, o mundo de Disney é frequentemente lembrado pelo caráter machista, o que, de fato, é percebido pelo tratamento com o gênero feminino.

Entretanto, a acusação de machismo no mundo de Disney ultrapassa os personagens das animações e chega ao relacionamento entre o empresário e as funcionárias. De acordo com Marc Eliot, o único espaço da companhia destinado às mulheres era o departamento de pintura, onde Walt Disney descrevia o serviço como “delicado” e, por isso, dizia que as mulheres o desempenhavam melhor. Mas, apesar de achar a função delicada, as folhas de pagamentos dessas funcionárias representavam alguns dos valores mais baixos da companhia³⁹⁸. Contudo, encontramos alguns registros de mulheres desempenhando outras funções, como Bianca Majolie, que teve participação fundamental

³⁹⁵ Os estereótipos eram (e continuam sendo, salvo diferenças que mudaram com o passar do tempo) uma prática comum em Hollywood, tanto na produção de *live actions* quanto de animações. Tratando-se do mundo árabe, essa visão sexualizada sobre as mulheres mudou apenas durante as últimas décadas do século XX, quando o cinema passou a dar ênfase ao mundo religioso muçulmano, e então a imagem feminina passou de mulher do harém para a mulher de burca e totalmente subjugada. Cf. ORTUNES, Leandro; GAFFO, Leandro. Hollywood e o mundo árabe. *Temática*. Ano XI, n. 08. Agosto/2015. NAMID/UFPA.

³⁹⁶ Cf. SAID, Edward. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990, p. 214.

³⁹⁷ Cf. DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980, p. 34.

³⁹⁸ Cf. ELIOT, 1980.

durante o desenvolvimento do *storyboard* desse curta-metragem, a *Suíte do Quebra-nozes*; assim como a participação das duas mulheres entre os músicos da orquestra montada para *Fantasia*. Logo, apesar de não termos encontrado registros de mulheres animadoras, as figuras femininas existem na história da companhia. Afora a questão dos salários, o machismo de Walt Disney costuma ser mais citado em relação ao mundo fictício que ele produziu, porém, lembramos que o mesmo foi criado a partir de representações do seu próprio imaginário. Segundo Dorfman e Matterlat, todos os personagens de Disney fazem parte de uma hierarquia, onde os que estão nas posições mais altas exercem domínio financeiro, ameaças, repressão e a coerção constante, e os que estão abaixo se submetem e obedecem³⁹⁹. No caso das mulheres, elas foram constantemente representadas como submissas e organizadoras do lar nos contos de fadas produzidos pelo empresário⁴⁰⁰.

Todavia, observamos que além das relações de gêneros, predominavam as relações de classes nas animações de Disney. Uma representação frequente nas animações ocorria com a subjugação das mulheres, umas com as outras. Mulheres brancas, com poder aquisitivo, muitas vezes possuíam serviçais, mestiças ou negras. Encontramos essa representação ao final da *Dança Árabe*, quando um peixe dourado que está na condição de ilustração feminina mais influente e luxuosa (há bastante brilho durante todo o bloco) daquele harém, é exclusivamente amparada por um cardume de peixes negros, que têm a função de servi-la e protegê-la. Apesar de tudo acontecer em pouco mais de um minuto⁴⁰¹ e de maneira sutil, encontramos nesse trecho, então, o primeiro elemento de preconceito racial do longa-metragem. *Fantasia* é, até hoje, lembrada como uma das obras mais racistas da história dos estúdios Disney. A *Dança Árabe*, entretanto, costuma passar despercebida quanto a essas referências. O segmento mais polêmico nesse sentido é, sem dúvida, a *Sinfonia Pastoral* e, portanto,

³⁹⁹ Cf. DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980, p. 29 et seq.

⁴⁰⁰ Atualmente, a Walt Disney Productions vem ressignificando o papel feminino em suas produções, lançando novos modelos de heroínas que se distanciam da submissão característica das princesas dos contos de fadas, como *Mérida* e *Moana*, personagens, respectivamente, das animações: *Valente* (2016); e *Moana – um mar de aventuras* (2016). Já sobre a participação das mulheres na companhia, infelizmente não possuímos dados recentes. A este tema cabe uma nova pesquisa, a quem interessar.

⁴⁰¹ Cf. *Fantasia* entre 21 min. 55 seg. até 23 mi.

retomaremos esse tema à medida que faremos a análise desse curta-metragem.

Seguindo com a análise de *Suíte do Quebra-Nozes*, a quinta peça na ordem de exibição do segmento é a *Dança Russa*⁴⁰², que é um breve trecho da composição em ritmo acelerado, que em *Fantasia* ganhou vida a partir de um grupo de orquídeas vestidas como “cossacos”, um povo nativo do sudeste da Europa, que habitou principalmente as regiões da Ucrânia e do sul da Rússia. As partes superiores das flores foram desenhadas para se assemelharem aos chapéus tradicionais dos cossacos, altos e em formatos redondos. Já as flores que representam as figuras femininas, para dançarem com os cossacos (masculinos), vestem saias volumosas e chapéus de camponesas.

O movimento final de *Suíte do Quebra-Nozes* se chama a *Valsa das Flores*⁴⁰³. Esse é o trecho mais longo entre todos os anteriores e o que mais nitidamente representa as mudanças das estações da natureza. Nesse segmento entram na tela novamente as fadas, agora fadas do outono, que envelhecem as folhas verdes das plantas ao tocá-las. Com o vento, várias folhas secas (agora em tons de marrom) se desprendem dos galhos e passam a fazer parte do balé. Quando chegam as fadas do inverno, elas passam a cobrir de gelo tudo aquilo em que tocam. A referência ao inverno nessa parte mais uma vez lembra o tempo natalino. Quando o chão fica completamente congelado, as fadas dançam como se estivessem usando patins, e o segmento termina com flocos de neve que cobrem a paisagem.

2.3.3. O Aprendiz de Feiticeiro (28 minutos e 50 segundos)

O Aprendiz de Feiticeiro é a apoteose de Fantasia: a melhor ação possível com a melhor música possível.
(John Culhane)⁴⁰⁴.

O Aprendiz de Feiticeiro é considerado a obra-prima do compositor francês Paul Dukas (1865-1935). Segundo Almeida, essa composição foi um marco para a “música descritiva”⁴⁰⁵. Esse termo é utilizado na linguagem da música erudita para designar composições

⁴⁰² Cf. *Fantasia* em 23 min. 8 seg.

⁴⁰³ Cf. *Fantasia* em 24 min. 22 seg.

⁴⁰⁴ Cf. CULHANE, 1983, p. 81.

⁴⁰⁵ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 64.

que têm por objetivo evocar uma narrativa para além da música. A música descritiva é especialmente associada ao período romântico durante o século XIX, cujas composições intencionavam descrever histórias, contos e poemas. Costumava haver, portanto, uma narrativa textual nessas composições. *O Aprendiz de Feiticeiro* é um poema sinfônico e foi executado por Dukas pela primeira vez em 1897. A história remete ao século II, mas foi publicada por Johann Wolfgang Von Goethe em 1797. A trama é sobre um aprendiz de feiticeiro que está ansioso para começar a praticar a profissão e, quando é ordenado por seu mestre a buscar água em uma fonte para encher o poço do castelo, resolve lançar um feitiço em uma vassoura para que esta ganhe vida e faça o serviço por ele. Só então o aprendiz percebe que ainda não consegue controlar a sua mágica, e as consequências são desastrosas. De acordo com Almeida, cada parte narrativa de *O Aprendiz de Feiticeiro* é “ilustrada musicalmente” pelo compositor, e a música pode ser dividida entre os seguintes trechos: “a marcha da vassoura; a água enchendo o salão; a confusão do aprendiz; a machadada na vassoura e o seu renascimento; e a chegada do mestre”.⁴⁰⁶

Walt Disney assegurou os direitos da música em 1937⁴⁰⁷ e decidiu seguir a ideia original da composição. Esse é, assim, o primeiro segmento de *Fantasia* em que a sucessão de imagens forma uma narrativa definida, ainda que a composição tenha sofrido alguns cortes por Stokowski.

Diferente da ordem de exibição da animação, esse foi o primeiro curta-metragem gravado para *Fantasia*. Para iniciá-lo, Disney designou ao animador conhecido como Bill Tytla a tarefa de criar o personagem que faria o papel do feiticeiro. Vladimir Peter Tytla (1904-1968) já havia criado, entre outros trabalhos, o personagem *Zangado*, um dos anões de *Branca de Neve*, e *Stromboli*, um dos personagens antagonistas de *Pinóquio*. Tytla é famoso na história da animação pela intensidade e a concentração que dedicava aos seus trabalhos. O animador se destacava pela fluidez dos movimentos dos personagens, e por saber lidar com o peso e a sincronia deles. Tytla se tornou um dos principais e mais bem pagos animadores do estúdio, e um dos melhores profissionais da chamada ‘era de ouro’ da animação⁴⁰⁸. De acordo com Gabler, Tytla

⁴⁰⁶ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 64.

⁴⁰⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 345.

⁴⁰⁸ Os demais nomes que trabalharam em *O Aprendiz de Feiticeiro* foram: como diretor, James Algar. Quanto ao desenvolvimento da história: Perce Pearce; e Carl Fallberg. Quanto a direção de arte: Tom Codrick; Charles Phillipi; e Zack Schwartz. Quanto a pintura de fundo: Claude Coats; Stan Spohn; Albert

decidiu desenhar o feiticeiro com as sobrancelhas levantadas, inspirando-se nas feições de Walt Disney, e o chamou de *Yen Sid*, Disney soletrado ao contrário, para fazer uma “conexão entre a onipotência mágica”⁴⁰⁹ do feiticeiro e a de Disney. Como vimos no primeiro capítulo, entre outros adjetivos, a imprensa designava Disney como “mago” ou “mágico”, pois no universo da animação ele havia se tornado o “mestre”, a partir dos seus investimentos e experimentações. Sendo então o personagem do feiticeiro uma alusão a Walt Disney, ninguém melhor para contracenar com ele, senão Mickey Mouse, escolhido pelo estúdio para fazer o personagem de aprendiz do feiticeiro.

Assim, quando *O Aprendiz de Feiticeiro* foi ampliado para *Fantasia*, a oportunidade pareceu perfeita para servir de primeiro longa-metragem para Mickey. Pois *Fantasia* é um musical e a história de Mickey desde sempre esteve associada à música. Segundo Gabler, a música tornou-se “a metáfora da musa interior” em Mickey, e a “condição *sine qua non* de sua existência”⁴¹⁰. Aos olhos de Disney, *Fantasia* emergiu naquele momento como a oportunidade de Mickey estreitar como protagonista em um longa-metragem, e consagrar-se, enfim, como o principal personagem do estúdio, e ser definitivamente a sua principal representação.

No segmento, o feiticeiro começa executando uma magia⁴¹¹, mas logo a finaliza e sobe as escadas do castelo indicado que irá descansar. O aprendiz (Mickey) fica encarregado de pegar água no poço, mas decide aproveitar o momento em que o mestre não está por perto para usar o seu chapéu de mago e para fazer um feitiço com a vassoura. Inicialmente, o feitiço funciona bem e a vassoura, nesse momento com braços e pernas, enche os baldes d’água e os carrega de volta para o castelo. O aprendiz se sente feliz e satisfeito o suficiente para tirar um cochilo. Quando adormece, Mickey tem um sonho, onde ele é um grande feiticeiro que sabe conduzir as ondas do mar, as estrelas e os trovões. Mas quando acorda, o aprendiz percebe que o castelo está inundado pelo excesso de água que a vassoura encantada levou, e

Dempster; e Eric Hansen. Quanto à animação (além de Vladimir Tytla): Fred Moore; Les Clark; Riley Thompson; Marvin Woodward; Preston Blair; Edward Love; Ugo D’Orsi; George Rowley; e Cornett Wood.

⁴⁰⁹ Cf. GABLER, 2013, p. 342.

⁴¹⁰ *Sine qua non* é uma expressão em latim para ‘indispensável’, ‘essencial’. Cf. GABLER, 2013, p. 186.

⁴¹¹ Cf. *Fantasia* em 29 min. 50 seg.

continua levando, sem parar. De acordo com Culhane, durante as exibições desse segmento, o *Fantasound* proporcionou que nessa cena os espectadores pudessem ouvir o som das águas por todos os lados nas salas dos cinemas⁴¹², dando a sensação de que a inundação estivesse acontecendo nesses estabelecimentos.

Conforme o andamento da inundação, Mickey tenta, desesperadamente, fazer com que a vassoura pare; mas, sem obter sucesso, em um momento o aprendiz alcança um machado e destrói a vassoura com vários golpes. Essa cena⁴¹³ ficou consagrada por utilizar o recurso das sombras. Nela, o espectador não assiste Mickey violentando a vassoura com o machado, mas entende os gestos por meio das sombras dos personagens, o que torna a cena um pouco mais sutil e menos agressiva. Porém, o terror de Mickey não acaba ali. Logo em seguida, a partir da melodia da música, cada pedaço da antiga vassoura se transforma em uma nova, e cada uma delas segura dois baldes cheios d'água na mão, que continuam a levar o líquido para o castelo - a essa altura com o tórax submerso.

Após alguns minutos de música de suspense, e da angústia de Mickey, o feiticeiro finalmente aparece e desfaz a desordem provocada pelo aprendiz. Com o problema resolvido, Mickey sente-se constrangido ao perceber o olhar de reprovação do feiticeiro. O aprendiz devolve o chapéu ao mago, bem como a vassoura, e retoma os baldes de água para si, indicando que voltará a cumprir a sua tarefa, dessa vez, sem feitiços. À medida que Mickey se direciona para a saída do castelo, o feiticeiro bate em suas nádegas com a vassoura, apressando os passos do aprendiz e finalizando o segmento.

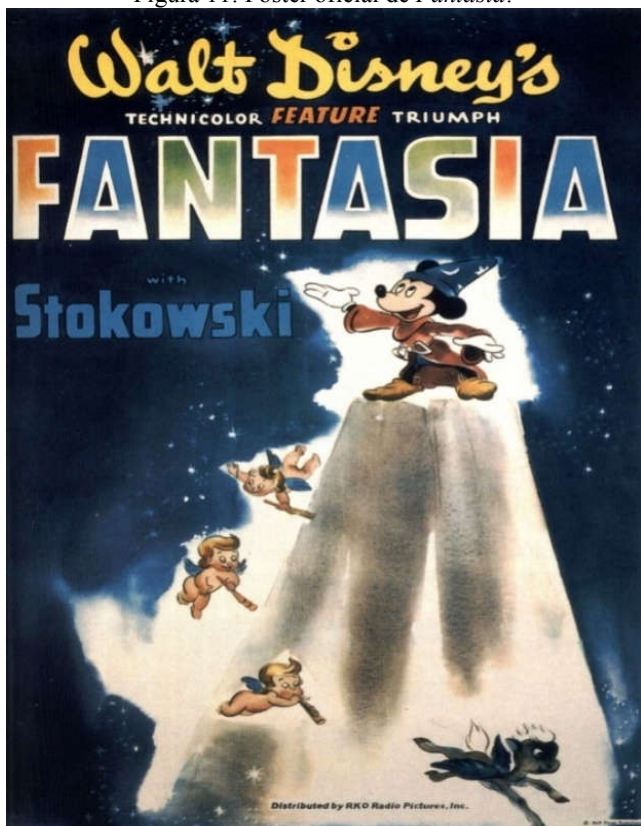
Assim, apesar de *Fantasia*, como um todo, não ser um conto de fadas, o *Aprendiz de Feiticeiro* pode ser interpretado por esse conteúdo, pois, ao final, Mickey recebe uma lição de moral do feiticeiro, que lhe dá um castigo e o ordena voltar ao trabalho. Nesse segmento, então, o estúdio seguiu o padrão narrativo que vinha desenvolvendo durante os últimos anos. Mickey normalmente não recebe lições de moral em suas animações, uma vez que ele é o personagem que ocupa o topo da hierarquia no mundo de Disney. Entretanto, em *O Aprendiz de Feiticeiro* a lição de moral parte de *Yen Sid*, ou seja, da figura que representa Disney, sendo, portanto, o único personagem que pode ter autoridade sobre Mickey.

⁴¹² Cf. CULHANE, 1983, p. 10.

⁴¹³ Cf. *Fantasia* em 35 min. 38 seg.

Na leitura de John Culhane, esse segmento representa as intenções de Disney com o longa-metragem, porque dialoga com o tema central da obra: o poder de Walt Disney. Nessa hipótese, *Yen Sid* seria o nível figurativo que representa o poder de Disney, e o *Aprendiz de Feiticeiro* seria sobre a auto-afirmação de Disney como o “mago” do cinema de animação. Contudo, a representação mais clara do curta-metragem diz respeito ao poder de Mickey Mouse, ocupando a posição de maior ‘estrela’ do cinema animado.

Figura 11: Pôster oficial de *Fantasia*.



Fonte: IMDb⁴¹⁴.

⁴¹⁴ Disponível em:

<http://www.imdb.com/title/tt0032455/mediaviewer/rm1186985216>. Acesso em: 31 jul. 2018.

O poder de Mickey pode ser interpretado, especialmente, pelo trecho em que o personagem está sonhando – o mesmo trecho utilizado para o pôster oficial de animação. (Figura 11). Durante o sonho, Mickey é um poderoso feiticeiro que está acima de uma montanha e tem total controle sobre a Terra e seus elementos; e ele os comanda de maneira semelhante a um maestro com uma orquestra. Ao mesmo tempo, uma vez que esses elementos pertencem à natureza, o poder de Mickey nesse trecho também pode ser interpretado como o poder de um deus criador. Além disso, Mickey encontra-se em um mundo dotado de fantasias que só a animação pode proporcionar. Por estar no topo da montanha, Mickey localiza-se no ápice desse mundo.

Ao observarmos o pôster, percebemos que Mickey é a figura de destaque, logo abaixo dos nomes Walt Disney e *Fantasia*, ao lado do nome de Stokowski, e acima e com dimensões maiores dos demais personagens⁴¹⁵. Um aspecto relevante sobre este pôster é o nome de Stokowski ressaltado quase tanto quanto o de Disney. Stokowski foi uma das raríssimas pessoas com quem Disney compartilhou um pôster em vida. Normalmente, mesmo com uma equipe de desenhistas, os créditos dos pôsteres e das produções eram apenas de Disney. Mas Stokowski foi um parceiro essencial para a criação dessa animação e o maestro também já era muito famoso entre os meios artísticos daquela época e, sendo assim, para Disney, parecia ser lucrativo dividir o espaço com o veterano Stokowski. Porém, como já defendemos anteriormente, é Mickey a grande estrela do pôster⁴¹⁶. O seu chapéu, que na verdade é do feiticeiro, contém desenhos de astros - da lua e estrelas - fazendo uma analogia aos ‘astros’ do cinema; ou também pode ser interpretado como uma representação de um mundo de sonhos que transporta o público para as ‘fantasias’ da animação.

No audiovisual, ainda há mais uma representação do poder e da humanidade de Mickey. Assim que é finalizado o segmento de *O Aprendiz de Feiticeiro*, a cena seguinte ocorre no palco do espetáculo, quando Mickey aparece (como se fosse humano) para conversar com Stokowski⁴¹⁷.

⁴¹⁵ Os demais personagens do cartaz são três cupidos e um pégaso preto, todos parte do curta *Sinfonia Pastoral*. É interessante percebermos a nudez como características desses personagens, aspectos que serão comentados a respeito da *Pastoral*, mais adiante.

⁴¹⁶ Os demais personagens do pôster são três cupidos e um pégaso. Eles pertencem ao segmento *Sinfonia Pastoral*, sobre o qual discorreremos pouco mais adiante.

⁴¹⁷ Cf. *Fantasia* em 39 min. 10 seg.

Figura 12: Mickey Mouse e Leopold Stokowski.



Fonte: Pinterest⁴¹⁸.

O maestro, como sempre, está na posição de autoridade do concerto. Em um plano médio, assistimos as sombras de Mickey e Stokowski e atrás deles há a cortina vermelha que, com a iluminação, aparece em tom de alaranjado no centro da tela, entre os personagens. Desde o início do longa-metragem, Stokowski aparece de costas para o público, mas quando Mickey se aproxima e chama à atenção do maestro, ele então se movimenta e fica de frente para Mickey. Assim, o público finalmente consegue ver o perfil de Stokowski, conforme a figura acima. Mickey, dublado pelo próprio Walt Disney, cumprimenta Stokowski e diz: “Meus parabéns, senhor”. Stokowski retribui o cumprimento de Mickey, e agradece: “Parabéns a você, Mickey”. Quando os dois se despedem e Mickey sai de cena, há uma salva de palmas efetuada por uma hipotética plateia que existe dentro da animação, assim como pelos músicos que compõem a orquestra. Dessa maneira, além das músicas e das cores, podemos dizer que *Fantasia* foi o ápice dos investimentos do estúdio também no âmbito do realismo. A sombra de Mickey dava a impressão de ter vida própria. Como se fizesse parte do mundo real, a tecnologia de *Fantasia* possibilitou a Mickey contracenar com pessoas, como se também fosse uma. Por esse motivo e pelo trecho do sonho, foi em *Fantasia* que Mickey obteve o papel mais significativo em toda a sua história no cinema. Da mesma

⁴¹⁸ Disponível em: <https://in.pinterest.com/pin/277393658273720031/>. Acesso em: 20 ago. 2018.

forma, *O Aprendiz de Feiticeiro* consagrou-se como o principal segmento de *Fantasia*.

Visto que toda a imaginação humana, independente do veículo de comunicação em que está inserida, é capaz de transformar símbolos em ídolos, a novidade que o estúdio trouxe, na época, foi mostrar que a animação era tão ou mais capacitada para criar mitos, ao fazer com que até um rato, quando possui traços suaves e está usando sapatos, roupas e se comportando e falando como um humano, pode se tornar uma ‘estrela’ no cinema.

2.3.4. Sagração da Primavera (40 minutos).

Há algo fantástico em dinossauros, lagartos voadores e monstros pré-históricos - pode haver beleza nas configurações.

(Walt Disney)⁴¹⁹

Igor Stravinsky (1882-1971) foi um compositor, pianista e maestro russo. A *Sagração da Primavera* ficou consagrada como uma das músicas mais influentes do período moderno. Stravinsky levou cerca de trinta anos para finalizá-la e quando finalmente estreou, em 1913, em Paris, a composição ficou marcada como um dos maiores escândalos da história da música. Isso porque Stravinsky escreveu o balé inspirado em um tema polêmico: rituais pagãos; e a obra é dividida em duas partes: *Adoração da Terra* e *O Sacrifício*. A trama envolve anciãos que assistem uma garota dançar até morrer, em forma de sacrifício, para que haja harmonia entre a tribo e o “deus da primavera”, presente na narrativa da música. De acordo com Almeida, a composição é extremamente complexa e por vezes agressiva, e também surpreendeu pela liberdade rítmica⁴²⁰.

Durante o projeto de *Fantasia*, Walt Disney procurou por uma composição que pudesse construir algo de um tema pré-histórico. Deems Taylor sugeriu que a *Sagração da Primavera* poderia se encaixar nesse tema e, em setembro de 1938, apresentou a composição a Disney. Ao ouvi-la, o empresário achou a música perfeita para trabalhar com animais extintos⁴²¹, e a produção do segmento logo começou.

⁴¹⁹ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 108.

⁴²⁰ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 64-65.

⁴²¹ Cf. DISNEY 1938 apud CULHANE, 1983, p. 108. FRIEDRICH, 1988, p. 47.

Essa produção, no entanto, teve uma particularidade. Assim como já vinha fazendo em relação aos contos de fadas, em *Fantasia*, Walt Disney procurou usar composições consagradas pela facilidade de isenção de pagamentos de direitos autorais. A única exceção do longametrageo foi em relação a essa composição de Igor Stravinsky, porque, como o autor era vivo, na época, o estúdio precisou solicitar permissão para utilizar a *Sagração da Primavera*. A literatura diverge quanto aos detalhes dessa negociação, mas os autores recordam que, de alguma maneira, Disney ficou sabendo que os direitos de a *Sagração* haviam sido registrados durante a Rússia pré-revolucionária e provavelmente não possuíam mais validade. Disney, então, enviou um telegrama à Stravinsky oferecendo cinco mil dólares pelo uso da composição em *Fantasia*, e junto à oferta enviou um aviso deseducado que deixava claro que, caso a permissão fosse negada, a música seria utilizada da mesma maneira⁴²². Na versão de Marc Eliot, Stravinsky se aborreceu com a atitude, mas “temendo que sua música lhe fosse roubada”, “assinou o contrato com Disney”⁴²³. Já segundo Otto Friedrich, Stravinsky assinou o contrato porque naquele momento (durante a Segunda Guerra Mundial) passava por problemas pessoais e financeiros⁴²⁴.

Na mesma época, Stravinsky visitou os estúdios Disney para acompanhar as produções da *Sagração da Primavera*, embora não tenha ficado claro em nossas pesquisas, se foi por sua própria iniciativa ou por convite de Disney. É nesse ponto que as versões dos fatos divergem, pois, de acordo com Friedrich e Eliot, a relação entre Stravinsky e Disney foi, desde o início, conturbada, e quando o compositor assistiu à animação, detestou o resultado⁴²⁵. Por outro lado, John Culhane e Neal Gabler negam as possíveis desavenças entre o empresário e o compositor e afirmam que Stravinsky se entusiasmou com a produção quando esteve no estúdio⁴²⁶. Analisando as divergências, percebemos que Culhane e Gabler possivelmente seguiram a versão do próprio Walt Disney, que dizia que o encontro com Stravinsky havia sido “ameno e agradável”⁴²⁷. Gabler, no entanto, considerou também os depoimentos

⁴²² Cf. CULHANE, 1983. Cf. ELIOT, 1980. Cf. FRIEDRICH, 1988. Cf. GABLER, 2013.

⁴²³ Cf. ELIOT, 1980, p. 174.

⁴²⁴ O contrato foi assinado em dezembro de 1939. Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 48.

⁴²⁵ Cf. ELIOT, 1980, p. 173-174; FRIEDRICH, 1988, p. 42.

⁴²⁶ Cf. CULHANE, 1983, p. 110; GABLER, 2013, p. 395-396.

⁴²⁷ Cf. DISNEY apud GABLER, p. 396.

de Stravinsky. Segundo o compositor, o encontro havia sido uma decepção, pois, quando ele chegou aos estúdios com a sua própria partitura, avisaram-lhe que a música já havia sido modificada⁴²⁸. Previamente, Leopold Stokowski havia feito vários cortes na composição para deixá-la com cerca de trinta minutos, e havia alterado algumas sequências dos movimentos para facilitar a continuidade do acompanhamento visual⁴²⁹. Além disso, a *Sagração da Primavera* foi interpretada por Disney com um argumento completamente diferente do original proposto por Stravinsky. Ao invés de apresentar balés, como uma série de danças tribais, em *Fantasia*, a história é sobre a formação da Terra, o surgimento da vida e a evolução.

Durante a recepção de *Fantasia*, ao ser questionado sobre a sua participação na animação, Stravinsky disse à imprensa que preferia não criticar “uma supina imbecilidade”⁴³⁰. Ao mesmo tempo, percebemos que a crítica de Stravinsky não foi uma exceção. Conforme veremos, à época do lançamento *Fantasia* não encontrou público entre os críticos de música ou compositores eruditos. Em relação à teoria e a estética da animação, porém, a *Sagração da Primavera* foi reconhecida pela artisticidade e pela pesquisa científica que envolveu todo o segmento.

A *Sagração da Primavera* deixou visível o investimento do estúdio em pesquisas durante a produção dos filmes. Com base no que a ciência da época pensava sobre os primeiros milhões de anos da Terra, o estúdio propôs uma viagem ao espaço cerca de vinte anos antes do primeiro astronauta sair e voltar da atmosfera terrestre⁴³¹. Para representar a aparência de coisas nunca antes vistas, foram realizados estudos e reconstruções arqueológicas. De acordo com o animador John Hubley, o estúdio manteve contato com museus, paleontólogos e outros cientistas que puderam fornecer informações sobre os períodos primitivos da Terra⁴³².

Ao mesmo tempo, o Departamento de Efeitos Especiais⁴³³ dos estúdios Disney realizou as experiências imaginativas. Um modelo do

⁴²⁸ Cf. STRAVINSKY apud GABLER, 2013, p. 396.

⁴²⁹ Cf. CULHANE, 1983, p. 109.

⁴³⁰ Cf. STRAVINSKY apud GABLER, 2013, p. 396.

⁴³¹ Cf. CULHANE, 1983, p. 10.

⁴³² Cf. HUBLEY apud CULHANE, 1983, p. 120.

⁴³³ Os dois nomes encarregados dos efeitos especiais deste segmento são: Gail Papineau; e Leonard Pickley. Os demais nomes que trabalharam em *Sagração da Primavera* são: os diretores, Bill Roberts; e Paul Satterfield. Quanto ao desenvolvimento e à pesquisa da história: William Martin; Leo Thiele; Robert

planeta foi produzido em um globo com cerca de dezesseis polegadas de diâmetro, e pintado de vermelho. Ele foi suspenso ao final de uma sala escura e iluminado de maneira que mostrasse as suas crateras. Na mesma sala, os animadores criaram um pequeno universo de estrelas, a partir de objetos brilhantes de diversos tamanhos pendurados nas extremidades de fios de vários comprimentos. Ao final da sala, também havia uma tela escura, que foi perfurada com inúmeros e pequenos orifícios, iluminados por trás da tela. Durante as filmagens, uma câmera de 35 milímetros foi direcionada inicialmente para os pontos luminosos e, em seguida, voltada para o globo terrestre, dando a ilusão de que havia uma infinidade de estrelas cintilando além do planeta.

Na animação, ao apresentar o curta-metragem, Deems Taylor defende que foi a “ciência, não a arte, que escreveram o argumento dessa imagem”⁴³⁴. No início do segmento, Taylor convida o espectador a se imaginar no espaço acerca de bilhões de anos atrás⁴³⁵. A música começa lenta e o episódio inicia com uma tela escura. A tela nos leva a uma representação do universo, com astros e constelações de estrelas. Até que vários meteoros seguem em direção à Terra e um deles finalmente explode. A imagem acelera e leva o espectador ao interior do planeta, avermelhado, porque há vulcões em erupção. Nesse momento são apresentadas imagens das lavas que vão saindo dos vulcões conforme a melodia da música. Com alguns minutos, a lava chega até o mar, e a Terra começa a passar por um processo de resfriamento.

Assim, apresentando didaticamente um novo processo do planeta, o segmento prossegue com o surgimento de um oceano, onde nascem os primeiros seres vivos. São criaturas unicelulares que começam a se multiplicar. Depois, aparecem hidras, parasitas, pequenos crustáceos, águas vivas, e os primeiros peixes. Fora d’água, há os primeiros répteis e anfíbios. É a evolução sendo representada pelo estúdio de animação.

Em seguida, surgem os dinossauros, cujos movimentos passam a ser acompanhados pelos recursos musicais. A intenção da animação nesse trecho foi apresentar uma rotina de diversas espécies de dinossauros, entre hábitos alimentares e práticas de caça ou voo (nesse

Sterner; e John Fraser MacLeish. Quanto à direção de arte: McLaren Stewart; Dick Kelsey; e John Hubley. Quanto a pintura de fundo: Ed Starr; Brice Mack; e Edward Levitt. Quanto à animação: Wolfgang Reitherman; Joshua Meador; Philip Duncan; John McManus; Paul Busch; Art Palmer; Don Tobin; Edwin Aardal; e Paul B. Kossoff.

⁴³⁴ Cf. *Fantasia* em 40 min. 35 seg.

⁴³⁵ Cf. *Fantasia* em 42 min. 30 seg.

último caso, de Pterodáctilos). Segundo Almeida, nesse momento é executada a primeira parte da música, chamada *Adoração da Terra* e, como aqui a atmosfera é de tranquilidade, sobressaem os instrumentos mais suaves⁴³⁶ e as cores são alegres e leves. No entanto, quando é iniciada a segunda parte da composição, chamada *O Sacrifício*, no segmento começa uma forte chuva e em alguns instantes surge no centro da tela o Tiranossauro Rex, enorme e assustador, que quebra o clima de tranquilidade e acompanha o trecho musical, agora com tons graves. As cores da animação passam a ser escuras e fortes, ressaltando a tensão da harmonia.

Na animação, o Tiranossauro persegue os demais dinossauros a sua vista e enfim ataca um Estegossauro, uma espécie igualmente grande e forte, com espigões na cauda, mas que ao contrário do Tiranossauro, foi uma espécie herbívora.

A cena da caça do Tiranossauro ao Estegossauro foi denominada pelo estúdio de “A Luta – Sobrevivência do mais apto”⁴³⁷:

Figura 13: *A Luta – Sobrevivência do mais apto*



Fonte: Pinterest⁴³⁸.

As cores em *Fantasia* foram projetadas para passar emoções ao espectador, e os olhos vermelhos do Tiranossauro Rex pretendem

⁴³⁶ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 77.

⁴³⁷ Cf. CULHANE, 1983, p. 107.

⁴³⁸ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/505036545683433585/>. Acesso em: 15 ago. 2018.

reforçar o suspense da cena, de acordo com a música, e também já indicam quem é o personagem mais forte entre os dois. Sob uma densa chuva, o Tiranossauro vence a luta, mata o Estegossauro e sacia a sua fome. Nesse momento, ao fundo da melodia, os vulcões rugem, alertando sobre as mudanças que ocorrerão na Terra.

Essa é uma cena emocionante, e apreciada pela pesquisa e pelos efeitos especiais. Segundo Friedrich, os animadores incumbidos do trecho dos dinossauros também fizeram pesquisas em bibliotecas e museus de história natural para chegar ao mais próximo possível do que poderia ser um dinossauro real⁴³⁹. Aliás, vários dinossauros, já que são apresentadas diferentes espécies na animação, que além das anteriormente citadas, incluem: Dimetrodon, Stegosaurus, Brontosaurus e Triceratops.

O realismo dos dinossauros da *Sagração* foi uma inovação para o cinema de animação. Embora a primeira obra com dinossauros tenha sido lançada logo no início da técnica, em 1914, por Winsor McCay⁴⁴⁰, os dinossauros presentes nessa e nas demais animações da época costumavam ser pensados conforme o gênero da comédia. Em *Fantasia*, pela primeira vez, os dinossauros participaram de uma narrativa dramática e surpreenderam pelo realismo dos desenhos. A vida pré-histórica foi representada emocionalmente pelos estúdios Disney meio século antes do premiado filme *Jurassic Park*⁴⁴¹. O realismo empregado em a *Sagração da Primavera* é um bom exemplo para pensarmos o sentido mais particular da animação: mostrar coisas que estavam além das capacidades dos filmes de ação ao vivo⁴⁴².

A *Sagração da Primavera* chega à sua penúltima parte, quando é representada uma grande seca e a Terra se torna um deserto. Pelo forte calor, a falta de água e de comida, os animais acabam morrendo. Ao final, há terremotos que abrem grandes fendas no chão e, em seguida, o

⁴³⁹ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 48.

⁴⁴⁰ O nome da animação é *Gertie the Dinosaur*. Zenas WinsorMcCay (1869-1934) é considerado um dos pioneiros do cinema de animação e o seu trabalho inspirou muitos outros artistas, inclusive, Walt Disney. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-_c15oS5i5I. Acesso em: 15 ago. 2018.

⁴⁴¹ *Jurassic Park*, do diretor Steven Spielberg, foi lançado em 1993 pelo estúdio Universal e foi um dos filmes mais bem-sucedidos de sua época. No Oscar, venceu as categorias de melhores efeitos visuais, melhor mixagem de som, e melhor edição de som. Cf. IMDbd. Disponível em: http://www.imdb.com/title/tt0107290/awards?ref_=tt_awd Acesso em: 15 ago. 2018.

⁴⁴² Cf. CULHANE, 1983, p. 126.

oceano toma todo o terreno. O segmento é finalizado (novamente, como em *Tocata e Fuga*) com o pôr do sol. O astro supremo da natureza finaliza o bloco com a esperança de surgimento de novas vidas. De acordo com uma pesquisa realizada pelo próprio estúdio, esse trecho da animação é sobre a *Extinção do Cretáceo-Paleogeno*, que ocorreu há cerca de 70 milhões de anos e, de certa forma, preparou o terreno para a era dos mamíferos e a eventual evolução do homem⁴⁴³.

Durante a realização da *Sagração*, Disney cogitou continuar a história, que seguiria após a morte dos dinossauros, com os títulos de: “a era dos mamíferos e dos primeiros homens”, e “o triunfo do homem sob todos os animais”. Mas, depois o estúdio concluiu que o trecho ficaria muito polêmico se abordasse a evolução do homem, e conseqüentemente, negasse o criacionismo. Os irmãos Disney já imaginavam que teriam obstáculos suficientes com a recepção de *Fantasia*, em relação à animação ser ou não aceita pelo público, e não precisavam causar ainda mais problemas. Segundo Culhane, cortar a última parte do segmento foi uma escolha feliz, pois o final que permaneceu em a *Sagração*, com a extinção dos dinossauros, trouxe prestígio científico para animação, e mais tarde conquistou valor artístico⁴⁴⁴.

2.3.5. O intervalo e a trilha sonora (01 hora, 05 minutos e 26 segundos)

Nós damos às coisas uma razão para existir [...] Penso que, se tomarmos a trilha sonora e construirmos um personagem, forneceremos uma razão para o que estamos fazendo na tela.
(Walt Disney)⁴⁴⁵.

Ao final de a *Sagração da Primavera*, Deems Taylor anuncia um pequeno intervalo. Nesse momento, o espectador que permanece atento assiste aos músicos levantando de seus lugares e se dirigindo para fora do palco. Quando todos se retiram, as cortinas se fecham, e há, realmente, alguns instantes de intervalo. Quando as cortinas reabrem os músicos voltam aos seus assentos. Conforme retornam, eles começam a afinar os instrumentos e a fazer uma pequena passagem de som. O

⁴⁴³ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 107.

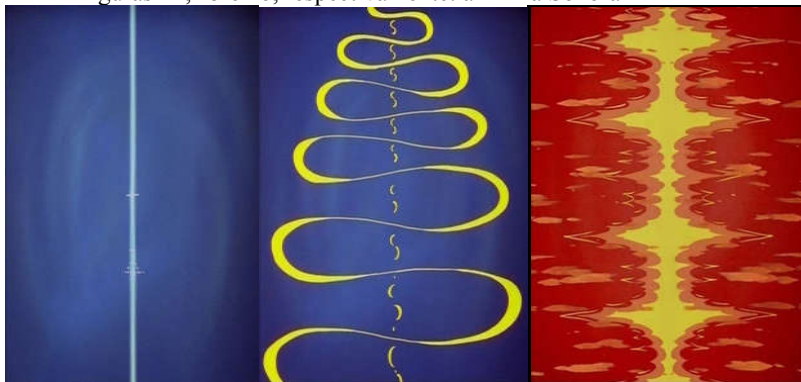
⁴⁴⁴ Cf. CULHANE, 1983, p. 126.

⁴⁴⁵ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 39.

recurso do intervalo em *Fantasia* é, assim, tão incomum como o próprio programa. Mas o que mais nos interessa nesse momento começa com o retorno de Deems Taylor ao palco. O narrador apresenta ao espectador um importante personagem de *Fantasia*: a Trilha Sonora. Se *Fantasia* é uma nova proposta de entretenimento e, de certa forma, a sua principal protagonista é a música, então, o estúdio tentou fazê-la com personalidade. Esse é um dos momentos mais importantes e característicos de *Fantasia*, pois é quando os seus realizadores conseguem, didaticamente, demonstrar a intenção desenvolvida para o longa-metragem, afirmando que a imagem é capaz de representar a musicalidade, e expondo essas novas formas ao espectador.

Taylor inicia o trecho apresentando a trilha sonora como um personagem tímido, e o convida a aparecer para o público⁴⁴⁶. Em animação, a personagem Trilha Sonora foi materializada em um formato de linha vertical, conforme a primeira figura (14), a seguir:

Figuras 14, 15 e 16, respectivamente: a Trilha Sonora



Fonte: *Fantasia's Intermission*⁴⁴⁷.

Taylor conversa com a Trilha Sonora como se ela realmente fosse um personagem e a pede que interprete alguns sons, como a harpa, o violino, a flauta, etc. De maneira semelhante à abstração de *Tocata e Fuga*, ao executar cada um dos instrumentos a Trilha Sonora se movimenta, a partir das imagens, em formatos circulares e coloridos, que se alteram conforme o andamento dos instrumentos. Os variados

⁴⁴⁶ Cf. *Fantasia* em 1 h. 8 min. 50 seg.

⁴⁴⁷ Disponível em: <http://new-savanna.blogspot.com.br/2011/11/jamming-soundtrack-fantasias.html>. Acesso em: 15 ago. 2018.

sons produzidos por cada tipo de instrumento sugerem formas e configurações visuais distintas. Quando Taylor solicita que se toque a harpa, a Trilha Sonora fica visualmente em formato de ondas (figura 15). À vez do violino, a Trilha Sonora tem a sua estrutura formada por vários pequenos riscos horizontais. Estes riscos aumentam ou diminuem de comprimento conforme o desenvolvimento dos violinos. Já as interpretações propostas para os instrumentos de sopro - flauta e trompete - ocupam quase toda a tela; foram feitos em formatos circulares e inspirados em pinturas abstratas. Até aqui, as cores apresentadas quase sempre variam entre o azul, o amarelo e o verde. Mas, quando Taylor solicita os instrumentos de fagote e tambor, tanto a Trilha Sonora quanto o fundo da tela ficam em tons avermelhados, embora o amarelo permaneça (figura 16). São as cores quentes finalizando esse segmento.

De acordo com Culhane, esse trecho foi animado por Joshua Meador e dirigido por Bem Sharpsteen e David D. Hand. Segundo o autor, quando viram o resultado da produção, esses profissionais ficaram fascinados com a aparência que construíram para a Trilha Sonora⁴⁴⁸. Eles realmente tiveram êxito ao fazê-la com personalidade. A timidez da personagem é contagiante, e seu semblante da Trilha Sonora chega a ficar vermelho quando ela está supostamente envergonhada. Ao mesmo tempo, a Trilha Sonora é orgulhosa ao desenvolver cada pedido de Taylor.

Esse trecho foi constituído com o objetivo de mostrar a essência de *Fantasia*, ou seja, a música, que é visualmente interpretada pelos desenhos. O trecho obteve um bom resultado durante a recepção do longa-metragem, inclusive, no Brasil. Alberto Soares de Almeida, por exemplo, chamou a materialização da Trilha Sonora em personagem de um “pequeno interlúdio interessantíssimo e que de certa maneira define todo o sentido de *Fantasia*”. Segundo o autor, nesse momento a riqueza dos desenhos “é tão grande e o comportamento da linha luminosa tão fiel às menores variações sonoras de timbres, intensidade e altura, que temos a impressão de estar assistindo a fotografias mágicas do som”⁴⁴⁹. Mesmo com poucos minutos de atuação, a personagem chamada de Trilha Sonora ganhou as graças do público, muito mais do que outros blocos mais longos de *Fantasia*, como a *Sinfonia Pastoral*.

⁴⁴⁸ CULHANE, 1983, p. 128.

⁴⁴⁹ Cf. ALMEIDA, Alberto Soares. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941. *Fantasia*, p. 56.

2.3.6. Sinfonia Pastoral (01 hora, 12 minutos e 14 segundos)

As paisagens formalizadas para a Sinfonia Pastoral foram as mais ousadas e jamais vistas em um recurso animado.

(John Culhane)⁴⁵⁰

Ludwig van Beethoven (1770-1827) lançou a *Pastoral*, também chamada de *Sinfonia n.º 6*, durante a primeira década do século XIX. A inspiração de Beethoven para essa composição foi a vida que ele conheceu no campo, a sua adoração pela natureza e os passeios à zona rural. Assim, podemos afirmar que essa sinfonia é o tipo de música que pretende contar uma história definida. Ela é considerada a sinfonia mais diferente em relação a toda a obra de Beethoven, por apresentar uma espécie de programa, com cinco movimentos, que de acordo com Almeida, foram chamados, por Beethoven, de: Alegres impressões suscitadas com a chegada ao campo; Cena à beira de um regato; Alegre união de camponeses; Trovoada e Tempestade; Canto dos Pastores, sentimentos de alegria e gratidão depois da tempestade.⁴⁵¹

Curiosamente, a *Pastoral* não foi planejamente durante o projeto de *Fantasia*. Mas Walt Disney procurou desde o início por uma composição que pudesse narrar um cenário mitológico inspirado na cultura greco-romana, com o *Monte Olimpo*, deuses, unicórnios, faunos, centauros, cupidos e pégasos. Para isso, a música originalmente escolhida foi *Cydalise et le Chèvre-pied*, um balé de 1923, do compositor, maestro e organista francês, Henri Constant Gabriel Pierné (1863-1937). Porém, os animadores não tiveram sucesso em desenhar em sincronia com o tempo da composição e, após muito procurar por outra música que pudesse ser interpretada pelo tema mitológico, Walt Disney selecionou a *Pastoral*, de Beethoven. Para *Fantasia*, Stokowski fez cortes na composição e a reduziu pela metade, mais precisamente para 22 minutos⁴⁵². Mesmo assim, segundo Salles, não se pode dizer que Beethoven não está lá, de certa forma, presente no espetáculo⁴⁵³. Isso porque *Fantasia* conseguiu revestir a *Pastoral* de narrativas harmônicas com o caráter da música e, apesar de propor um cenário fantasioso, foi suficientemente coerente com as intenções de Beethoven. A composição

⁴⁵⁰ Cf. CULHANE, 1983, p. 159.

⁴⁵¹ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 67.

⁴⁵² Cf. SALLES, 2002.

⁴⁵³ Cf. SALLES, 2002.

foi ambientada no seu país, a Áustria, mas ao interpretar a natureza, a sinfonia pode cobrir um campo muito maior. É com essa afirmação que Deems Taylor apresenta a *Pastoral* ao público, já que Walt Disney fez da composição uma “interpretação mitológica da natureza”⁴⁵⁴.

A animação inicia de acordo com a composição de Beethoven, em seu primeiro movimento, *Alegres impressões suscitadas com a chegada ao campo*⁴⁵⁵. Os instrumentos, em fã maior⁴⁵⁶, produzem um efeito de calma e tranquilidade, que sugere a vida no campo. Na tela, há uma representação de um nascer do sol. Mais uma vez o sol, imponente. Ao fundo, o espectador consegue ver o Monte Olimpo, a morada dos deuses gregos, que se torna cada vez mais nítida conforme a música a apresenta.

Segundo Eliot, durante a produção de *Fantasia*, Disney “não permitiu concessões artísticas” que destoassem do seu estilo⁴⁵⁷. Porém, em a *Pastoral*, Disney concedeu aos animadores o uso totalmente livre das cores. Tendo cenários e personagens fantásticos, Disney pensou que não era necessário o céu ser azul nem as árvores verdes; não era preciso seguir qualquer parâmetro de cores ou formas realistas. A proposta era inovar. Os animadores⁴⁵⁸, por sua vez, aproveitaram a oportunidade para experimentar, e usaram as cores para reafirmar a novidade e a fantasia

⁴⁵⁴ Cf. *Fantasia* em 1 h. 12 min. 35 seg.

⁴⁵⁵ Cf. *Fantasia* em 1 h. 13 min. 53 seg.

⁴⁵⁶ Os tons menores costumam estar associados a músicas que sugerem sentimentos tristes, e os tons maiores, por sua vez, estão associados aos sentimentos alegres.

⁴⁵⁷ Para Eliot, o empresário já havia tido o mesmo comportamento, desde *Pinóquio*. Na realidade, como já dissemos, Disney produziu essas animações ao mesmo tempo. *Pinóquio* foi apenas lançado primeiro. Cf. ELIOT, 1980, p. 151.

⁴⁵⁸ Alguns desses animadores integravam a lista de ‘melhores’ do estúdio. São eles: Bill Tytla; Fred Moore; Ward Kimball; Eric Larson; Art Babbitt; Oliver M. Johnston; Don Towsley; Bery Wolf; Jack Campbell; Jack Bradbury; James Moore; Milt Neil; Bill Justice; John Elliotte; Walt Kelly; Don Lusk; Lynn Karp; Murray McClellan; Robert W. Youngquist; e Harry Hamsel. Os demais nomes que trabalharam em a *Sinfonia Pastoral* foram: como diretores, Hamilton Luske; Jim Handley; e Ford Beebe. Quanto ao desenvolvimento da história: Otto Englander; Webb Smith; Erdman Penner; Joseph Sabo; Bill Peet; e Georges Stallings. Quanto ao designs dos personagens: James Bodrero; John P. Miller; e Lorna Soderstrom. Quanto a direção de arte: Hugh Hennesy; Kenneth Anderson; J. Gordon Legg; Herbert Ryman; Yale Gracey; e Lance Nolley. Quanto a pintura de fundo: Claude Coats; Ray Huffine; W. Richard Anthony; Arthur Riley; Gerald Nevius; e Roy Forkum.

apresentada na tela, desenvolvendo, às vezes, uma arte mais próxima da abstrata, e distanciando-se, assim, do realismo (que se tornou) característico de Disney.

O espectador é, então, inserido em um mundo fantástico e absurdamente colorido, e logo chegam os primeiros personagens desse bloco. São unicórnios correndo por um campo aberto, em formato de pequenas montanhas, com pedras e árvores coloridas, tudo acompanhando o toque dos violinos. O unicórnio é um animal mitológico em forma de cavalo, com um único chifre em espiral. A sua imagem é associada à pureza e a ingenuidade, mas também a força e a velocidade. Os desenhos de unicórnios, até aquele momento, geralmente eram representados na cor branca, mas os unicórnios desenvolvidos por esses animadores possuem tons de bege, lilás e rosa.

Conforme os unicórnios adentram o segmento, entra em cena um novo personagem: o fauno, ou uma representação de Pã, o deus grego dos bosques e dos campos, metade humano, metade bode. Nesse curta-metragem, o fauno foi representado com orelhas grandes, pequenos chifres, rabo e pés do animal. E sempre acompanhado de sua flauta mitológica. Após alguns segundos, um plano de conjunto mostra ao espectador que há vários deles. Alguns com os cabelos alaranjados, outros acinzentados, alguns com as patas (a metade bode) em vermelho, outros em amarelo, roxo ou rosa. Todos dançando alegremente em um cenário de céu vermelho, campo bege e sol roxo, e sempre executando cada um a sua flauta. Em poucos minutos, unicórnios e faunos se unem para a dança.

No céu, surge uma família de pégasos. Na mitologia grega, o pégaso é um cavalo com asas, e símbolo da imortalidade. Durante a produção do segmento, a grande dificuldade foi criar e animar os diferentes personagens. Segundo Culhane, os animadores de Disney foram os primeiros a descrever cavalos voadores, e os problemas estavam em saber como seriam seus movimentos, e se as criaturas deveriam aterrissar primeiro com as pernas dianteiras ou traseiras, por exemplo⁴⁵⁹. Mas ao final, as cenas com os pégasos obtiveram grande êxito e esse trecho é bastante elogiado pela qualidade estética e pela perfeita sincronização da música com o voo dos personagens. Mário de Andrade, por exemplo, lembrou desse segmento como uma “elevação de

⁴⁵⁹ Cf. CULHANE, 1983, p. 138.

pensamento, de uma nobreza de ritmos e de formas, absolutamente extraordinários”⁴⁶⁰.

Na animação, há um pégaso em especial: um filhote preto, o mais novo entre os filhos do casal de pégasos, que está aprendendo a voar. O personagem representa o caráter dos desafios que o início da vida apresenta, e o espectador é convidado a compartilhar com o pégaso um sentimento de esforço para conseguir efetuar os seus primeiros voos. A presença da mãe do pégaso, a personagem protetora e carinhosa, também é importante ao representar o amor entre mãe e filhos, e o papel de incentivo ao caçula. Ao final, o pégaso preto consegue voar com toda a família e todos aterrissam em um lago, onde há mais personagens da mesma espécie, e todos nadam como se fossem delicados cisnes. O pequeno pégaso também dá um leve tom de humor nesse trecho, um humor sutil “acompanhado de um sentimento arquetípico de maternidade, de beleza e grandiosidade”, como se referiu Filipe Salles⁴⁶¹. Para o crítico brasileiro Almeida Salles, “o primeiro vôo do pequeno pégaso, segurando-se a si próprio na queda”, foi um exemplo da convergência entre os elementos dramáticos e líricos presentes em *Fantasia*⁴⁶².

Encontramos nesse trecho, então, mais uma rede temática: a família. Ainda que *Fantasia* seja uma obra *sui generis*, o tema da família (sempre tradicional e patriarcal) frequente no mundo de Disney, esteve presente nesse trecho com a família de pégasos. Uma vez que a família é considerada um dos pilares da sociedade democrática, essa cena pode ser interpretada, então, como uma defesa dos valores estadunidenses. Durante a recepção, essa cena da família de pégasos foi a mais bem-sucedida do segmento. Mário de Andrade, por exemplo, mesmo “detestando” o bloco da *Pastoral*, elogiou esse trecho pelo seu aspecto parental. Segundo ele, Disney conseguiu, naqueles instantes, construir “uma das raras expressões realmente belas da felicidade conjugal, em arte. Beethoven ficaria orgulhoso, em sua grandeza moral, desse casal de cavalos”⁴⁶³, comentou Andrade. Por outro lado, as cenas que seguem foram as mais polêmicas de todo o longa-metragem.

⁴⁶⁰ Cf. ANDRADE. *Fantasia vista pela imprensa*. In: DIÁRIO DE SÃO PAULO, 09 set. 1941 apud CLIMA, n. 5. São Paulo, out. 1941, p. 95.

⁴⁶¹ Cf. SALLES, 2002.

⁴⁶² Cf. SALLES, Almeida. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941. *Nota sobre Fantasia*, p. 27.

⁴⁶³ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 95.

Para a segunda parte da composição, *Cena à beira de um regato*, Beethoven escreveu sugestões musicais de um riacho, em um clima de paz, com as águas correndo sobre pedras. Na animação⁴⁶⁴, é apresentada a “centaurete”, uma personagem de criação do estúdio em relação à fêmea do centauro, a criatura mitológica metade humano, metade cavalo, comumente representado no sexo masculino. Possivelmente ainda mais que os pégasos, esse e os demais personagens que não são 100% animais, e assim possuem traços humanos, tornaram-se a grande dificuldade dos animadores desse segmento, pois foi a primeira vez que eles precisaram desenhar animais e pessoas em um mesmo personagem. De acordo com Gabler, um animador, em especial, ficou incumbido da tarefa de criar os centauros: mais uma vez, Bill Tytla. De acordo com Culhane, Tytla era, naquele momento, o único animador da equipe de Disney capaz de desenhar e animar os centauros como Disney gostaria que fossem feitos⁴⁶⁵. Contudo, após o lançamento, as partes humanas dos personagens deram uma impressão de traços infantilizados, sendo que eles compõem uma trama especificamente adulta. Para Culhane, os traços infantis foram em alguma medida intencionais, com o propósito de deixar o segmento com um tom cômico. O resultado, entretanto, de maneira geral, não agradou. Para Vinícius de Moraes, Disney “não poderia ter sido pior”. “Seus bonecos, meio gente, meio cavalo, são nefandos”⁴⁶⁶.

Conforme a sequência do segmento, as centauretes aparecem inicialmente tomando banho em um riacho. A cena passa uma sensação de coerência com a composição, com cores suaves e, dessa vez, realistas do ponto de vista da natureza, sendo o riacho azul, e a terra, à margem, em tom marrom, que fica amarelo apenas quando está iluminado pelo sol. As personagens, no entanto, têm os cabelos coloridos, assim como os demais personagens mitológicos do segmento. Ainda assim, as centauretes passam certa sensação de naturalidade, já que são semelhantes a garotas humanas. Ao assistir a animação, o espectador apenas consegue ver que não se tratam de meninas, e sim das chamadas centauretes, alguns minutos após essa cena no riacho, quando uma das personagens finalmente sai da água e caminha em direção à margem, deixando aparecer, enfim, a sua metade animal.

⁴⁶⁴ Cf. *Fantasia* em 1 h. 18 min. 34 seg.

⁴⁶⁵ Cf. CULHANE, 1983, p. 138.

⁴⁶⁶ Cf. MORAES, Vinícius. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941. *Fantasia vista pela imprensa*, p. 102.

Após o banho, as centauretes se enfeitam para um encontro, com a ajuda de pequenos cupidos, nus, que penteiam seus cabelos e fazem as suas maquilagens. Pela semelhança com meninos humanos, e pela delicadeza dos movimentos (ou seja, do realismo), no momento da recepção os cupidos fizeram surgir bons comentários entre as críticas. Alberto Soares de Almeida, na revista *Clima*, por exemplo, os descreveu como “delicadezas de anjinhos”⁴⁶⁷.

É interessante perceber, quanto a esse trecho, que apesar da nudez de ambos os personagens – centauretes e os cupidos – e mesmo com as observações de semelhança humana dos personagens – não encontramos críticas negativas em relação ao tema da nudez. Mas também fica claro, a partir da sequência da animação, que a *Pastoral* exibiu motivos mais sérios para a criação de problemas. As cenas que seguem, principalmente, ficaram marcadas como as mais polêmicas de todo o longa-metragem. A primeira delas foi, inclusive, posteriormente censurada (e por isso não se encontram nas versões recentes do filme). Porque se trata de uma imagem que atualmente seria explicitamente racista.

Figura 17: *Sunflower*



Fonte: Pinterest⁴⁶⁸.

⁴⁶⁷ Cf. ALMEIDA, Alberto Soares de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941. Fantasia, p. 19.

⁴⁶⁸ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/2315138554626280/>. Acesso em: 20 ago. 2018.

Em uma relação parecida com a já descrita durante o segmento da *Dança Árabe*, na versão original desse bloco houve uma cena de subjugação entre as personagens femininas. A polêmica reside na personagem chamada *Sunflower*, que foi representada de maneira estereotipada como uma centaurete negra, que tinha a função de servir as centauretes brancas. *Sunflower* (conforme podemos perceber na figura 17) foi representada de postura ajoelhada, enquanto cumpria a tarefa de polir os cascos de uma centaurete de pele clara.

Se já dissemos que a interpretação animada de cada composição foi construída, essencialmente, a partir da imaginação de Walt Disney, então, *Fantasia* é acusada de revelar uma das propensões mais negativas do autor: o racismo. E não apenas em *Fantasia*. Para Eleanor Byrne e Martin MacQuillan, todos os primeiros longas-metragens de Disney revelaram algumas de suas características conservadoras e preconceituosas⁴⁶⁹. Em *Dumbo* (1941), por exemplo, há uma cena onde o protagonista cruza com um grupo de corvos, pretos, de jeito malandro, num claro estereótipo à população afrodescendente. Entre todas as produções desse período, no entanto, *Fantasia* é a mais lembrada pelo conteúdo racista, justamente em razão da *Pastoral*. Porém, essa referência parece ter sido construída com o tempo, porque desconhecemos qualquer crítica que tenha relacionado a cena de Sunflower como alguma interpretação de preconceito no momento do lançamento, em 1940⁴⁷⁰. Para Gabler, Walt Disney foi um homem que fez parte de uma geração branca do início do século XX que demonstrou pouca ou nenhuma sensibilidade para as questões de discriminação racial⁴⁷¹. Foi à medida que *Fantasia* foi se popularizando, nas décadas seguintes, que o trecho com Sunflower adquiriu cada vez mais a conotação discriminatória. Na década de 1960 uma nova reedição de *Fantasia* finalmente excluiu a personagem do longa-metragem. Nesse período, sem a parte notadamente preconceituosa, *Fantasia* passou a ser considerada um filme de arte. Mas a presença de Sunflower na animação durante quase trinta anos impossibilitou que sua imagem fosse completamente esquecida. A personagem costuma ser citada como um dos principais exemplos de conteúdos racistas já produzidos pela

⁴⁶⁹ Cf. BYRNE, Eleanor. McQUILLAN, Martin. *Deconstructing Disney*. London: Pluto Press, 1999, p. 95.

⁴⁷⁰ Cf. GABLER, 2013. Cf. CULHANE, 1983. Cf. ELIOT, 1980.

⁴⁷¹ O autor defende que “Walt não era racista” [para a sua época]; mas também não tinha “sensibilidade para questões raciais”. Cf. GABLER, 2013, p. 493-494.

empresa de Disney, e a cena acima continua sendo considerada uma das mais fortes já lançadas pela companhia.

Para continuarmos com a análise fílmica, podemos partir novamente da figura anterior, pois nesse momento da animação as centauretes brancas, uma vez que estão sendo ‘embelezadas’ pelos cupidos, já não estão mais nuas, e vestem biquínis produzidos com flores e folhas. No andamento do segmento, os cupidos continuam enfeitando as centauretes, até que percebem a presença de um grupo de centauros, se aproximando na direção das fêmeas. Os cupidos imediatamente retornam a adornar as centauretes, enquanto há tempo. Quando os centauros chegam, as centauretes se apresentam para eles em um compasso de dança, de uma maneira sensual. A partir daí, centauros e centauretes formam pares e seguem cenas de casais apaixonados na animação. Nesse momento, a música é suave, o que sugere conformidade com o clima romântico exibido na tela. Após um tempo, três cupidos percebem que há um centauro solitário e, em seguida, também uma centaurete sozinha. Os cupidos, com suas flautas, atraem a centaurete para perto do centauro, que está à beira do riacho. Os dois se encontram em um coreto, quando os cupidos, localizados no palco do espetáculo, fecham as cortinas para dar privacidade ao casal. Mas, com as cortinas já fechadas, um dos cupidos continua espiando os centauros. Quando o personagem inclina-se para frente, estando de costas para o público, sobressaem as suas nádegas, sempre nuas, que delicadamente se transformam em um pequeno coração vermelho que finaliza o bloco.

Se não foi criticado pela nudez ou pelo racismo, na época do lançamento esse trecho foi criticado, então, por outro motivo: as expressões de sensualidade dos casais de centauros. Para Alberto Soares de Almeida, por exemplo, essas cenas revelaram o “desastre e a falta de profundidade com que foi tratada a *Sexta Sinfonia*”, porque a composição foi “submetida a aventuras galantes de centauros americanizados, desejosos por prazeres sensuais”⁴⁷².

Deste ponto em diante, discorreremos sobre a terceira parte da composição, denominada a *Alegre união de camponeses*, quando na tela o espectador assiste aos casais de centauros preparando uma festa⁴⁷³ para o deus do vinho, da ebriedade, dos excessos, e da natureza. De acordo com a literatura, para os gregos esse deus se chamava Dionísio, e para os romanos, Baco. Na animação, centauros e centauretes carregam

⁴⁷² Cf. ALMEIDA, Alberto Soares de. *Fantasia*. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 19.

⁴⁷³ Cf. *Fantasia* em 1 h. 25 min. 7 seg.

cestos cheios de uvas, e os levam até um enorme tonel de madeira. Os faunos, sempre tocando as flautas, começam a transformar as uvas em vinho, sem perder o compasso da dança. Em alguns segundos, é anunciada a chegada de Baco, representado na animação por uma figura humana obesa, com traços de criança, e que aparece montado em um burro com cifre de unicórnio, como uma mistura entre as duas espécies.

Quando chegam à festa, Baco e o burro-unicórnio estão acompanhados por faunos e cupidos, e também por duas centauretes, novamente, negras, e com a metade animal lembrando zebras. As duas personagens são, mais uma vez, serviçais. Uma é encarregada de levar a jarra de vinho e de servir a bebida a Baco. A outra usa uma espécie de abanador, igualmente, para servir o deus do vinho. Curiosamente, essa cena não é tão lembrada pelos estereótipos raciais quanto à personagem *Sunflower*.

Figura 18: *Alegre união de camponeses*, por Walt Disney.



Fonte: The Disney Wiki⁴⁷⁴

No momento da figura acima, dois faunos também ajudam Baco a entrar em sua própria festa, pois ele já chega bêbado e está sempre em companhia de seu burro-unicórnio, igualmente bêbado. Os dois personagens são alegres e estão sempre sorrindo. Durante o segmento, Baco jamais abandona a sua taça, que permanece sempre cheia, por mais

⁴⁷⁴ Disponível em: [http://disney.wikia.com/wiki/Bacchus_\(Fantasia\)/Gallery](http://disney.wikia.com/wiki/Bacchus_(Fantasia)/Gallery). Acesso em: 20 ago. 2018.

que ele beba e derrame o vinho. Baco foi projetado como um personagem de humor para a animação, com traços que lembram uma criança, o deus grego (um conceito geralmente lembrado pela beleza e corpos definidos) é debochadamente fora desse parâmetro e tem o comportamento desajeitado. Para se ter uma ideia, ele consegue quebrar o próprio trono, logo na primeira vez que senta no mesmo.

Enquanto isso, todos os personagens continuam dançando alegremente na festa dedicada a Baco. Começa, então, o “bacanal”, a festa assim designada pelos romanos. A comemoração é regada a muito vinho e os centauros e centauretes dançam com entusiasmo. Quando começa uma tempestade no céu, chegamos ao quarto trecho da composição, *Trovoada e Tempestade*, executado em Fá Menor. Para Culhane, esse foi o trecho mais admirado do segmento, em relação à interpretação da composição⁴⁷⁵, pois, representou, precisamente, uma tempestade⁴⁷⁶, da mesma maneira que Beethoven objetivou com a sua composição. Os instrumentos desse trecho passam a sensação de terror, com sons dos trovões e da tempestade e, na tela, o céu empretece e começa a chuva. Os personagens procuram por proteção e abrigo. O conflito é instaurado com a chegada de Zeus, o pai dos deuses gregos, que exercia autoridade sobre todos eles. Esse é o ápice do tema do poder representado pelos deuses desse segmento, e é interessante percebermos que esse poder é exercido, assim como a autoridade de Walt Disney dentro da companhia, de maneira essencialmente patriarcal. Na animação, Zeus aparece acima das nuvens e foi desenhado como um senhor grisalho, forte, e de expressão sarcástica. Com ele, está Hefesto, o deus dos ferreiros, dos artesãos, do fogo e dos vulcões. Hefesto tem consigo espécies de raios por ele forjados. Ele entrega o primeiro a Zeus, que joga esse e os próximos raios em direção a Baco e ao burro-unicórnio. Com os dois, estão os demais personagens terrestres, que continuam fugindo dos raios e procurando por um lugar seguro. A música continua em tensão. Um dos raios de Zeus acerta o tonel de vinho que, então, transborda e forma um rio vermelho. Baco e o seu companheiro fiel são arrastados pela correnteza e sentem medo. Mas quando eles se dão conta que a água é, na verdade, vinho, eles ficam felizes e parecem crianças que brincam numa banheira. Por alguns instantes, o medo é dissipado pelo vinho. No céu, Hefesto forja mais um raio, mas Zeus já está cansado e cobre-se com uma nuvem para dormir.

⁴⁷⁵ Cf. CULHANE, 1983, p. 148.

⁴⁷⁶ Cf. *Fantasia* em 1 h. 28 min.

Aos poucos, termina a tempestade, e o clima e a música voltam a ser leves.

Nesse momento a animação adentra ao último segmento da composição: *Canto dos Pastores, sentimentos de alegria e gratidão depois da tempestade*. Na animação⁴⁷⁷, os centauros, unicórnios, faunos, cupidos e pégasos saem de seus abrigos e comemoram o final do temporal. A deusa Íris surge como a sua personificação, o arco-íris, trazendo o sentimento de alívio e o retorno do ambiente de alegria. Em seguida, Hélios, o deus do sol, em sua carruagem, atravessa a estrela, que está reluzente, mas logo se põe. Com a saída de Hélios, entra Nix, a deusa da noite, vestida com um longo manto negro, que cobre os campos e representa o fim de mais um dia. Todos os personagens mortais - centauros, faunos, cupidos, unicórnios e pégasos, adormecem. No lugar do sol, no céu aparece a lua. Quando a câmera se aproxima, em um *close-up*⁴⁷⁸, podemos ver que lá está Ártemis, a deusa da lua e da caça, com seu arco e flecha, acompanhada por um cervo. A deusa tem consigo uma flecha com a ponta brilhante e, quando ela atira, cria várias estrelas no céu, que finalizam o segmento. Tudo acaba bem com a harmonia da natureza.

Pela escolha do tema mitológico, e principalmente pela sua representação em vários momentos de maneira irônica, a *Sinfonia Pastoral* se tornou, sem dúvida, o segmento mais criticado de *Fantasia*. Essas críticas, contudo, não fazem referência aos estereótipos raciais ou a nudez de alguns personagens; a não ser, com alguma exceção, à sensualidade dos casais de centauros. Mas a principal razão em dizermos que o segmento gerou polêmicas, tanto em relação à recepção nos Estados Unidos quanto no Brasil, como ainda veremos, pode ser resumida em único motivo: os críticos acusaram Disney de “arrogante” por ele ter “brincado” com a obra de Beethoven. De acordo com Culhane, houve um consenso entre os músicos eruditos que consideraram que o complemento visual não era digno do espírito da música⁴⁷⁹, pois, tratava-se de ninguém menos do que Ludwig van Beethoven, e Disney não deveria, segundo muitas opiniões da época, ter ousado fazer nenhuma animação para a *Sexta Sinfonia*, muito menos no nível burlesco em que fez. No Brasil, por exemplo, Antonio Branco Lefèvre escreveu na revista *Clima* que não compreendeu “como

⁴⁷⁷ Cf. *Fantasia* em 1 h. 31 min. 36 seg.

⁴⁷⁸ *Close-up* é chamado o plano fechado. Quando a câmera está bem próxima da pessoa ou do objeto.

⁴⁷⁹ Cf. CULHANE, 1983, p. 134.

Stokowski permitiu um tratamento humorístico a essa composição”, chamando o segmento de um “atentado” à música erudita⁴⁸⁰.

De certa forma, porém, os produtores já esperavam por essas críticas. Desde as primeiras reuniões de enredo, os animadores e Stokowski alertaram à Disney que o estúdio poderia levantar polêmicas e ser alvo de duras críticas ao usar figuras extravagantes em uma obra de um compositor tão consagrado como Beethoven⁴⁸¹. Mas Disney insistiu no cenário mitológico. Desse modo, para parte do estúdio, esse segmento representou, mais uma vez, a teimosia de Disney. Segundo Culhane, aparentemente Walt Disney quis mostrar a todos que, no século XX, se julgava com mais poder do que um dia tivera Beethoven. De acordo com essa interpretação, muito além de deuses gregos, o tema do segmento é mais uma vez sobre o poder que o próprio Walt Disney considerava que já possuía, nessa época. Por essa perspectiva, a personificação de Zeus pode ter sido em alguma medida uma representação do próprio Disney. Toavia, durante a recepção foram poucos os que concordaram que o seu poder havia ultrapassado o de Beethoven. Para a maioria, o curta-metragem significou uma afronta à obra do compositor.

2.3.7. Dança das Horas (01 hora, 36 minutos e 12 segundos).

A animação é diferente das outras artes. Seu idioma é o idioma da caricatura. Nosso trabalho mais difícil foi desenvolver a anatomia não natural, mas aparentemente natural, para humanos e animais.
(Walt Disney)⁴⁸²

Amilcare Ponchielli (1834-1886) foi um compositor, organista e maestro italiano. A *Dança das Horas* é um balé extraído da ópera *La Gioconda*, de 1876. *La Gioconda* é um drama lírico que conta a história de uma cantora de baladas que, cansada de fugir da perseguição de um espião, comete suicídio. A ópera é dividida em quatro atos, mas ficou mundialmente conhecida pelo trecho *Dança das Horas*, executado por Ponchielli. O balé tem a intenção de representar as horas da manhã, da

⁴⁸⁰ Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941. A esperança Fantasia, p. 51.

⁴⁸¹ Cf. GABLER, 2013, p. 367.

⁴⁸² Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 164.

tarde e da noite. Em *Fantasia*, a interpretação do estúdio foi uma espécie de paródia da composição, ao apresentar balés dançados por animais, respectivamente: avestruzes, hipopótamos, elefantes e crocodilos. *Dança das Horas* foi projetada para ser uma das sequências de humor do longa-metragem, uma versão burlesca que apresenta animais pesados e desajeitados embalados pela leveza da música. Assim, novamente a partir de figuras da natureza, esse bloco tem dois temas: a dança, mais precisamente o balé; e as horas de um dia.

Ao fazer a apresentação do segmento, Taylor descreveu *Dança das Horas* como um dos mais famosos e populares balés já escritos. A animação inicia⁴⁸³ com o balé das avestruzes (são todas representações de fêmeas) que dialoga com as horas da manhã. A primeira das bailarinas acorda de um sono, levanta e se alonga. Em seguida, delicadamente, ela desperta as demais avestruzes adormecidas. Conforme acordam, as personagens passam a dançar mediante a luz do amanhecer. Como num café da manhã, as avestruzes têm acesso a frutas, e se alimentam com uvas, laranjas, abacaxis, maçãs, bananas e peras. Contrastando com a leveza do ambiente, as avestruzes engolem as frutas por inteiro. E um cacho de uvas roxas, que sobrou com a bailarina principal, é disputado pelas demais. A bailarina - a única com um laço de fita cor-de-rosa na cabeça, enquanto as outras têm laços azuis - deixa as uvas caírem em uma poça d'água. Isso assusta o grupo de avestruzes, que saem de cena, pois do poço desperta um hipopótamo, segurando o cacho de uvas que, em seguida, coloca inteiro dentro da boca.

Nesse momento chegam as demais bailarinas-hipopótamos, vestidas com delicadas saias e sapatilhas, todas em cor-de-rosa. Elas caminham em direção à primeira bailarina e carregam um tecido, um espelho e uma maquiagem em pó. Elas vestem a primeira bailarina, fazendo do tecido uma saia amarela, para combinar com as suas sapatilhas do mesmo tom. Depois entregam a ela a maquiagem e a auxiliam ao utilizá-la, mostrando-a o espelho. Quando finalizam a produção, as bailarinas-hipopótamos dançam sob a luz do dia e voltam a cochilar ao entardecer. Nesse trecho, chegam as elefantas – igualmente vestidas de bailarinas e usando sapatilhas cor-de-rosa. Com as suas trombas, as elefantas produzem bolhas de sabão, o que aumenta a representação da leveza sugerida pela música, em contraposição as figuras dos grandes e pesados animais. Um dos níveis axiológicos desse segmento é, portanto, a leveza versus o peso; que serve para provocar humor durante o bloco.

⁴⁸³ Cf. *Fantasia* em 1 h. 37 min. 9 seg.

Outro nível axiológico encontrado é o antagonismo entre as luzes e as sombras. Essa relação está presente em boa parte de *Fantasia*, conforme já vimos, mediante os recursos cinematográficos. Todavia, essa relação em *Dança das Horas* diz respeito ao sentido de dia versus noite. Com o início da noite, chegam os jacarés, de corpos esverdeados, olhos amarelos, e vestidos com mantas vermelhas. Durante esse trecho há no ar um suspense e o grupo cerca a bailarina-hipopótamo que ainda está dormindo no jardim. Mas, em alguns instantes, aparece o líder dos jacarés, que faz com que todos os outros se afastem para ele se aproximar do hipopótamo fêmea que, enfim, acorda. O casal formado pelo jacaré e a hipopótamo dança ao luar, como dois dos principais bailarinos de um espetáculo. Em seguida, dentro do salão, a tela mostra todos os demais animais-personagens interagindo entre si. A música é mais rápida nessa parte e os movimentos são mais bruscos e agitados, contrastados com a sutileza dos movimentos anteriores. Ao final do segmento os portões do salão em que os personagens estão abrigados batem violentamente e caem as suas dobradiças, como se o lugar estivesse desmoronando.

Esse segmento ficou lembrado como um modelo de caricatura e um marco na história das animações cômicas⁴⁸⁴. A caricatura é a essência da animação. Já vimos que seus primeiros profissionais foram cartunistas. Em uma das reuniões de produção desse segmento, Walt Disney chamou seu meio de "uma caricatura da vida"⁴⁸⁵. A caricatura é uma arte de observar e representar traços e expressões humanas e, sabendo disso, Disney sempre esteve atento às atitudes humanas ao construir caricaturas representadas por animais. No imaginário de Disney, os seus personagens são sempre humanos, por mais que eles tenham formas de animais. De acordo com Culhane, a força das caricaturas de Disney está nas sutis semelhanças que seus movimentos revelam entre seres humanos e animais, ou até mesmo plantas e objetos⁴⁸⁶.

Para o filósofo Henri Bergson, quando alguém ri de um animal é porque detectou alguma atitude ou expressão humana nessa figura⁴⁸⁷ e, é justamente essa a beleza de a *Dança das Horas*. Os avestruzes, hipopótamos, elefantes e jacarés são caricaturas de bailarinas (sendo,

⁴⁸⁴ Cf. CULHANE, 1983, p. 24.

⁴⁸⁵ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 163.

⁴⁸⁶ Cf. CULHANE, 1983, p. 167.

⁴⁸⁷ Cf. BERGSON, Henri apud CULHANE, 1983, p. 163.

assim, humanas) e ao fazer o público rir, para o estúdio significou que eles obtiveram sucesso nessa realização.

As figuras que seguem são dois exemplos de cenas em *Dança das Horas* que ‘brincam’ com a caricaturização da vaidade humana nos personagens. Quando a hipopótamo se olha no espelho e se maquia, está representado o gênero feminino e ainda denota uma posição hierárquica, uma vez que apenas a hipopótamo do centro tem o direito de usar os objetos, que são amparados pelas demais personagens, ambas em posição de servidão.

Figuras 19 e 20: *Dança das Horas*



Fonte: Pinterest⁴⁸⁸.

Já a dança de um jacaré macho representa a natureza predatória de um animal, mas que com exageros na representação e humores sutis, também é a caricatura de um humano, notadamente um *Don Juan*, sempre disponível para atender aos caprichos da personagem feminina. O exagero, aliás, é uma característica fundamental da caricatura, e aliado à elasticidade que é própria do cinema de animação, possibilitou que a *Dança das Horas* oferecesse ao público movimentos caricaturados. Os personagens do segmento são desenhos de caricaturas - que são, normalmente, estáticas - mas que não perderam a sua essência por estarem movimento.

⁴⁸⁸ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/511791945132888108/?lp=true>. Acesso em: 15 ago. 2018.

De acordo com Culhane, ao total foram onze os animadores que trabalharam em a *Dança das Horas*⁴⁸⁹, porém, o grande destaque é atribuído aos dois diretores do segmento, também conhecidos como grandes caricaturistas: Norman Ferguson (1902-1957) e Thornton Hee (1911-1988). Ferguson começou a trabalhar no estúdio como operador de câmera, mas logo se transformou em um dos principais profissionais da equipe de Disney. Ele foi responsável pela criação da bruxa em a *Branca de Neve* e do personagem *Pluto* (o cão e amigo fiel de Mickey, que também é uma caricatura de um adolescente esperto). Já T. Hee, como era conhecido, trabalhou em *Pinóquio* e foi o responsável por pensar o balé de *Dança das Horas* como abstrações das horas da manhã, da tarde e da noite, planejando a luz e o tempo de cada cena. Este dois animadores também dirigiram a atuação dos personagens, previamente executada por atores reais, mais uma vez, com o objetivo de denotar realismo nas representações.

Para Culhane, os exageros do bloco e a direção de Ferguson e T. Hee fizeram de *Dança das Horas* uma caricatura do balé, dos passos e dos movimentos, aos temperos de humor e paródias do balé romântico⁴⁹⁰. Após a recepção, o segmento foi, em geral, apreciado pela crítica. Para Vinícius de Moraes, por exemplo, a *Dança das Horas* foi “lindíssima” e digna do título de melhor trabalho de Disney até então⁴⁹¹. De acordo com Salles, com o passar do tempo esse segmento se tornou um dos mais comerciais de *Fantasia*, sendo quase tão exibido quanto o *Aprendiz de Feiticeiro*⁴⁹².

2.3.8. Noite no Monte Calvo e Ave Maria (01 hora, 49 minutos e 22 segundos)

O conflito entre o bem e o mal tinha sido o principal tema de Disney desde que Mickey Mouse enfrentou Peg-Leg Pete. O contraste da

⁴⁸⁹ São eles: John Lounsbery; Howard Swift; Preston Blair; Hugh Fraser; Harvey Toombs; Norman Tate; Hicks Lokey; Art Elliott; Grant Simmons; Ray Patterson; e Franklin Grunden. Ainda houve a participação dos designs de personagem: Martin Provinsen; James Bodrero; Duke Russell; e Earl Hurd. As pinturas de fundo de: Albert Dempster e Charles Conner. E a direção de arte de Kendall O'Connor; Harold Doughty e Ernest Nordli. E por fim, as direções de Norman Ferguson e Thornton Hee.

⁴⁹⁰ Cf. CULHANE, 1983, p. 163.

⁴⁹¹ Cf. MORAES, Vinícius de. A MANHÃ. Rio de Janeiro: 27 ago. 1941, p. 05.

⁴⁹² Cf. SALLES, 2002.

violenta Noite no Monte Calvo de Moussorgsky com a tranquila Ave Maria de Schubert como a conclusão de Fantasia foi a sua declaração mais ambiciosa sobre esse tema.
(John Culhane)⁴⁹³.

Finalizando *Fantasia*, esse segmento é como um triunfo do tema do poder representado durante o longa-metragem. É uma combinação de duas composições totalmente diferentes em suas estruturas e intenções, cujo propósito de Disney foi construir uma luta dramática entre o profano e o sagrado. A primeira música apresentada é a *Noite do Monte Calvo*, do compositor russo Modeste Moussorgsky (1839-1881). *Uma Noite no Monte Calvo* foi escrita em 1867, e inspirada em bruxas presentes nos contos do escritor Nikolai Gogol (1809-1852). Os contos abordam a mitologia eslava e várias das histórias locais são sobre bruxas que praticavam encontros dedicados à adoração ao diabo, conhecidos como “sabás”. Assim, a composição de Moussorgsky é uma representação de reunião de demônios, bruxas, espíritos e almas condenadas que dançam durante a madrugada. O compositor procurou criar uma ilusão da realidade, a partir principalmente do uso de instrumentos de cordas, e vozes. A música é intensa e os movimentos são fortes e têm a intenção de representar personagens poderosos.

A representação proposta por Moussorgsky ganhou uma continuidade em *Fantasia* com a sequência de *Ave Maria*, de Franz Schubert que, na animação, se funde com a composição anterior. Conforme a interpretação de Walt Disney, a união das duas composições não foi produzida por haver semelhanças entre elas, mas sim, pelo efeito de antítese, uma vez que *Ave Maria* é uma obra religiosa e que intenciona provocar a paz, a esperança e a vida⁴⁹⁴. Franz Schubert (1797-1828) foi um compositor austríaco do final do período clássico da música erudita. *Ave Maria* tornou-se uma de suas composições mais populares e é uma interpretação da saudação e exaltação de *Anjo Gabriel à Maria*, a mãe de Jesus. Essa é, portanto, uma obra escrita com inspiração no deus cristão, enquanto a *Noite do Monte Calvo* está mais perto de uma dedicação ao diabo. A intenção de Disney com a junção das duas composições foi, dessa maneira, representar o bem e o mal. Para isso, ele preservou as intenções das duas composições ao construir *Fantasia*, embora tenha incluído um pouco da sua própria interpretação

⁴⁹³ Cf. CULHANE, 1983, p. 182.

⁴⁹⁴ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 198.

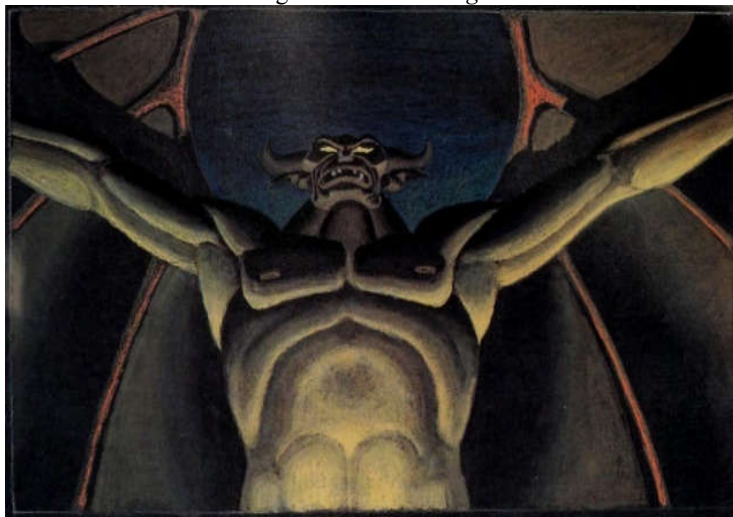
em cada uma delas. Logo, as oposições, ou os níveis axiológicos, estão intrínsecos nesse segmento, e as luzes e sombras dessa vez estão presentes em nível figurado, representando o sagrado e o profano.

Em relação à *Noite do Monte Calvo*, o estúdio seguiu a ideia inicial do compositor e fez uso do caráter descritivo da música. A animação é marcada pelo clima tenso, com cenários do gênero suspense, com cores fortes e escuras. Os personagens são representações de demônios, bruxas, fantasmas e outras criaturas das trevas.

A animação inicia⁴⁹⁵ apresentando o chamado Monte Calvo e, em seguida, a figura do diabo, majestoso e amedrontador, representado por uma figura grande e forte, colorida em tons de preto e azul escuro, de olhos amarelos, com chifres e asas. Do lado interno do corpo do personagem foram usados também tons de vermelho. Além disso, cada detalhe do corpo, com o auxílio do recurso da iluminação, foi projetado para passar uma ilusão de força e poder.

Mais precisamente, esse personagem é uma representação de *Chernobog*, o deus associado à morte e à escuridão na mitologia eslava.

Figura 21: *Chernobog*



Fonte: Culhane⁴⁹⁶.

⁴⁹⁵ Cf. *Fantasia* em 1 h. 50 min. 32 seg.

⁴⁹⁶ Esta figura foi capturada do livro de CULHANE, 1983, p. 199.

Durante a produção do bloco, criar *Chernobog* foi uma tarefa bastante desafiadora para os animadores, e Disney incumbiu a responsabilidade (mais uma vez) ao encargo de Bill Tytla. Tytla precisou construir um só personagem que contrabalançasse um ideal estético de força e de poder, mas que ao mesmo tempo induzisse no público o sentimento de repúdio que um personagem maligno precisa fazer. O resultado foi instigante e o personagem é considerado um dos mais originais de *Fantasia*, e também um dos mais amedrontadores de toda a obra dos estúdios Disney. Para Culhane, o poder representado por esse personagem foi o ponto mais alto de *Fantasia*⁴⁹⁷, uma vez que o poder é o seu tema norteador.

A animação tem a noite como cenário, e *Chernobog* trás sombras e medo por onde passa. O local parece ser uma cidade do interior. Do cemitério, o deus alicia diversas almas para si. Com o auxílio do vento, elas flutuam em sua direção. A música passa a sensação de suspense durante todo o trecho e, como regra de *Fantasia*, conduz o movimento das imagens. *Chernobog*, localizado acima da montanha, faz magias para reviver algumas das almas que encontrou em corpos de bruxas, demônios e demais seres malignos. Como possui o poder de conduzir o fogo, ele também cria outros seres a partir das chamas. Assim como o deus cristão, portanto, ele tem o poder da criação. Todos os personagens criados por *Chernobog* são pequenos (para o padrão do deus do mal) e dançam conforme a música. Logo inicia, assim, uma festa – o sabá. Mas, em alguns instantes, ela é finalizada pelo soar do sino da igreja, que ao tocar sucessivamente, expulsa os seres das trevas daquele local. As almas voltam para as suas tumbas e *Chernobog* esconde-se nas montanhas, dobrando as asas em volta de si mesmo.

Esse foi um dos trechos mais marcantes à época do lançamento de *Fantasia*, pois em diversas vezes o público foi surpreendido pelo som do sino que era executado pelos alto-falantes do *Fantasound*, instalados à frente e ao fundo das salas de cinemas. De acordo com Gabler, durante as primeiras exibições muitos espectadores se mexeram nas cadeiras à procura do sino, e o sentimento compartilhado por eles foi o de estar dentro de uma catedral, mesmo sem entender exatamente de onde vinham os sons, mas tendo por vezes a interpretação de que eram eles que expulsavam os demônios da tela⁴⁹⁸.

Conforme já discutimos, o tema desse segmento é a luta entre dois poderes antagônicos: o bem e o mal. Primeiramente há a

⁴⁹⁷ Cf. CULHANE, 1983, p. 182.

⁴⁹⁸ Cf. GABLER, 2013, p. 389-390.

representação do mal, a partir da figura de *Chernobog* e de seus perversos seguidores. E, em seguida, há o triunfo do bem, representado a partir do amanhecer do dia, enquanto o caos anterior é substituído pelo aspecto de tranquilidade da música *Ave Maria*⁴⁹⁹.

Figura 22: *Ave Maria*



Fonte: Pinterest⁵⁰⁰.

Na animação, *Ave Maria* foi visualmente representada por uma procissão de fiéis que seguem cantando até a conclusão do amanhecer do dia, como se fizessem parte do coro da música⁵⁰¹. Toda a cena foi filmada em uma única tomada, a partir da câmera multiplano que, pela primeira vez na história do cinema de animação, foi utilizada de maneira horizontal⁵⁰².

Com o efeito de profundidade provocado por essa técnica, na tela o espectador assiste os fiéis de maneira distante, e o destaque é conferido para as tochas reluzentes, que os personagens carregam. O caminho que eles percorrem, no início, ainda é montanhoso, com subidas e descidas, mas depois o local se torna plano e à beira de um bonito lago, como na figura acima. Conforme o dia amanhece, a luz

⁴⁹⁹ Cf. *Fantasia* em 1 h. 58 min. 34 seg.

⁵⁰⁰ Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/317996423661790885/>. Acesso em: 15 ago. 2018.

⁵⁰¹ O solo de ópera foi feito por Julietta Novis, e o diretor de coro foi Charles Henderson.

⁵⁰² Cf. CULHANE, 1983, p. 28.

projetada entre a floresta permite que o espectador veja os reflexos dos fiéis no lago. Essa cena é exaltada pelo seu realismo, principalmente porque os movimentos dos personagens são lentos e suaves, de uma maneira difícil de obter na animação. Afinal, nessa técnica, quanto mais lento é o movimento, mais desenhos deve haver para formar uma continuidade, e eles precisam ser muito próximos uns dos outros. Esse trecho foi realizado, então, da maneira mais lenta que os animadores conseguiram. Com isso, os trabalhos de construção desse segmento⁵⁰³ demoraram mais do que o previsto e as finalizações ocorreram até o dia anterior à estreia do longa-metragem, em Nova York.

Outro trabalho bem desenvolvido nesse segmento foi em relação às cores, que ficam sucessivamente mais claras ao decorrer do bloco. Quando a procissão já está no fim e o dia está querendo amanhecer, uma forte luz é destacada e é rapidamente apresentado um caprichado jardim. À distância, o espectador vê uma luz pulsante que gradualmente assume uma forma que sugere ser uma janela de uma catedral. A câmera desliza pela janela (para isso, aliás, a técnica utilizada foi colocar a câmera em uma carruagem que poderia ser movida ao longo de uma pista)⁵⁰⁴, e vai de encontro a um céu que representa o momento do amanhecer. Nesse instante, o espectador assiste a um resplendor de sol, que enche o céu de cor enquanto o coro canta os últimos acordes de *Ave Maria*.

O sol em *Ave Maria* conclui o tema do poder que predominou durante o longa-metragem. De acordo com Culhane, certa vez em uma reunião sobre o segmento, Walt Disney exclamou: “Essa será a última vez que o público vai ver o sol, então, vamos tê-lo! Queime a tela com essa cor!”⁵⁰⁵. Dessa maneira, quando o sol finalmente aparece na tela, seus fortes raios de cores quentes (amarelo, alaranjado e vermelho) colocam fim às cores sóbrias (em tons de azul, predominantemente) até então utilizadas no bloco, finalizando *Fantasia* no tom otimista da

⁵⁰³ Trabalharam nesse segmento, além de Bill Tytla: o diretor Wilfred Jackson. Os diretores de arte: Kay Nielsen; Terrell Stapp; Charles Payzant; e Thor Putnam. Quanto ao desenvolvimento da história: Campbell Grant; Arthur Heinemann; e Phil Dike. Quanto a pintura de fundo: Merle Cox; Ray Lockrem; Robert Storms; e W. Richard Anthony. Quanto a animação: John McManus; William N. Shull; Robert W. Carlson. Lester Novros; e Don Patterson. Quanto aos efeitos especiais: Joshua Meador; Miles E. Pike; John F. Reed; Daniel MacManus; Gail Papineau; e Leonard Pickley.

⁵⁰⁴ Cf. CULHANE, 1983, p. 203.

⁵⁰⁵ Cf. CULHANE, 1983, p. 159.

narrativa de Hollywood, o final feliz. O resplendor do sol enche o céu com a cor enquanto a cena, e o filme, desaparecem.

Ave Maria, segundo a narração de Taylor, representa a vitória do bem contra o mal⁵⁰⁶. Na animação, mais uma vez, a natureza foi determinante para o triunfo do bem. O sol é essencial para todas as vidas e não pode ser combatido por nenhum elemento opressor. Segundo Disney, o bem e o mal são os protagonistas de todos os grandes dramas e foram, nesse segmento, personalizados pelo dia e a noite⁵⁰⁷.

Todavia, os raios de sol foram criados com o efeito de transparência e isso também pode remeter à divindade. A paz, estabelecida em *Ave Maria*, assim como é a proposta original da composição, em *Fantasia* pode ser interpretada como uma forma divina. Não há uma figura de um deus (do bem) visualmente representada, mas a procissão dos fiéis, somada à coloração do segmento – começando com tons sóbrios e terminando com cores mais alegres e iluminadas – e os raios de sol que concretizam a vitória do bem, também podem ser interpretados pelo poder de um deus, à medida que fazem oposição ao trecho anterior. Para reforçar essa versão, há ainda os soares dos sinos e a figuração da catedral. Entretanto, a representação religiosa foi evitada pelo estúdio. É justamente por isso que Disney escolheu fazer apenas uma sugestão da catedral, e não um desenho fiel, pois ele não queria que *Fantasia* parecesse uma obra piedosa⁵⁰⁸, por mais que *Ave Maria* já fizesse por si mesma essa acepção.

Sob a ótica da luta do bem contra o mal, o segmento também é interpretado como uma representação do poder que atingia o mundo naquele momento: a guerra; nesse caso, personificada pela figura de *Chernobog*. Nessa interpretação, os seguidores do líder do mal são, assim, soldados que lutam pela sua causa. Já os fiéis da procissão em *Ave Maria* lutam pela causa oposta: a paz. Nessa visão, o primeiro grupo pode ser associado ao Eixo e, o segundo, aos Aliados. Não encontramos, no entanto, nenhum documento ou declaração de membros do estúdio que fizesse essa ligação direta entre o tema da guerra e a produção de *Fantasia*. Assim como ocorreu com *Pinóquio* e *Bambi*, a associação de *Fantasia* com a guerra não parece ter sido uma intenção de Disney. De certa forma, o cineasta apenas seguiu com a sua

⁵⁰⁶ Cf. *Fantasia* in 01 hora, 50 minutos e 16 segundos.

⁵⁰⁷ Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 182.

⁵⁰⁸ Cf. KORKIS, Jim. *Segredos de Walt Disney*: histórias inéditas, não oficiais, sem censura e não autorizadas sobre o reino mágico. São Paulo: Seoman, 2015, p. 49.

própria fórmula – apresentando seus personagens de maneira estereotipada e de maniqueísmo acentuado – os bons muitos bons e os maus muito maus, como os exemplos de heróis como Mickey e, por outro lado, as malvadas ‘bruxas más’ dos contos de fadas. Essa fórmula já havia dialogado com o momento da Grande Depressão, e agora fazia sentido também durante a Segunda Guerra Mundial. As animações de Disney traziam a bondade em um mundo fantasiosamente melhor ao mesmo tempo em que puniam os personagens maus. É nesse sentido que o final de *Fantasia* pode ser visto como uma esperança para tempos difíceis, e pelo triunfo da paz sobre a guerra. Intencionalmente ou não, esse é o segmento que mais se aproximou do seu contexto de produção, a nível mundial.

Mas percebemos essa relação com a Segunda Guerra principalmente pelo sentido ‘escapista’ do conflito, porque o gênero musical da animação confirmou mais uma das tendências hollywoodianas daquele momento, onde foram lançadas obras como *The Wizard of Oz* (1939)⁵⁰⁹. Os musicais se desenvolveram com sucesso durante os anos 1930 e 1940 e ficaram conhecidos por características otimistas e por trazerem representações utópicas para a sociedade, que nessa época faziam contrapontos com o cinema de propaganda. Enquanto os filmes nos gêneros de drama e documentário, por exemplo, trabalharam massivamente com a propaganda, os musicais, as comédias e os romances, funcionaram na maioria das vezes como investimentos escapistas de Hollywood, que tiveram por finalidade evitar que o público tivesse à disposição apenas a temática da guerra para assistir. Ainda assim, muitos dos filmes escapistas – como ocorreu com *Fantasia* - não conseguiram impedir a associação (nem tanto do público, mas, sobretudo dos críticos) com os assuntos do conflito.

Em relação à estrutura da obra, *Fantasia* foi desafiadora tanto no sentido estético quanto narrativo, uma vez que a animação é completamente diferente dos demais longas-metragens do período, inspirados em contos de fadas. Ao olhar minucioso, no entanto, percebemos que *Fantasia*, mesmo tendo um caráter particular, não negou as trajetórias do estúdio. Conforme vimos, a animação significou o ápice de todas as experimentações realizadas por Disney durante a década de 1930 com as *Silly Symphonies*; além disso, *Fantasia* possui elementos da narrativa clássica – há o bem e o mal, a beleza, o drama, a comédia, e o final otimista. Há ainda a simbologia de Mickey em *O*

⁵⁰⁹ *O Mágico de Oz*, como ficou conhecido no Brasil, foi produzido pela Metro-Goldwyn-Mayer, tendo como diretor Victor Fleming.

Aprendiz de Feiticeiro, que reforçou o personagem como um ícone estadunidense à medida que o tornou detentor de um poder sobre os sonhos. Sendo lançado num período onde o mundo estava devastado pela guerra, o pequeno camundongo herói foi interpretado como um símbolo de esperança, que não deixava de vir, contudo, com a moralidade do mundo de Disney. Nesse sentido, então, consideramos que a ideologia presente no longa-metragem esteve diretamente atrelada ao imaginário de Walt Disney, onde o modelo do *American Way of Life* prevaleceu durante toda a sua carreira.

Mediante a análise filmica constatamos, também, que não houve intenções da companhia em relacionar *Fantasia* com a Política de Boa Vizinhança, pois não há, na obra, nenhuma referência à América Latina, ou tampouco existem referências políticas. Isso porque a produção de *Fantasia* ocorreu entre 1937 e 1940 e, conforme veremos no próximo capítulo, a relação dos irmãos Disney com o governo estadunidense iniciou apenas em 1941, quando *Fantasia* estava em fase de recepção e Walt Disney, então, aproveitou a oportunidade para levá-la à América do Sul. Deste ponto em diante, veremos que é no momento da recepção de *Fantasia* que a relação de Disney (e de toda a companhia) com a Segunda Guerra Mundial passou a ser, obrigatoriamente, mais estreita.

2.4. A recepção de *Fantasia*: o fracasso de bilheteria nos Estados Unidos

Fantasia foi uma das coisas mais estranhas e bonitas que já aconteceu no mundo.

(Otis Ferguson, crítico da revista *New Republic*)⁵¹⁰.

De acordo com Janet Staiger, escrever uma história de recepção do cinema clássico hollywoodiano é examinar a interação entre os filmes produzidos e seus públicos consumidores⁵¹¹. Por essa perspectiva, fazer uma análise de recepção é, então, reconhecer as diferenças entre os discursos gerados pela obra – aqueles intencionais (do produtor) e aqueles não-intencionais, ou seja, que foram apropriados pelo público. Pois, o discurso filmico é materialmente construído pelos seus produtores, mas é passível de ser interpretado de diferentes maneiras pelos espectadores. Se já exercitamos um pouco dessa relação

⁵¹⁰ Cf. FERGUSON 1940 apud CULHANE, 1983, p. 30.

⁵¹¹ Cf. STAIGER, 2000, p. 41.

nos parágrafos anteriores, o nosso foco a partir desse momento é perceber, sobretudo, quais foram as principais ‘leituras’ que surgiram de *Fantasia* durante a sua primeira recepção, nos Estados Unidos. ‘Primeira’, porque os filmes não passam apenas por uma recepção, e sim diversas recepções, uma vez que são assistidos por um grande número de pessoas e costumam ser relançados em outras datas ou lugares distintos. Desse modo, os filmes adquirem interpretações variadas com o passar do tempo e a mudança de espaço.

Uma vez que o ‘público’ é aqui percebido como uma categoria histórica, nesse texto podemos dividi-lo em dois grupos: os críticos de imprensa; e as audiências - ou seja, o conjunto de espectadores que, embora não tenhamos acesso as suas identidades, constituíram os números de bilheteria de *Fantasia* e nos deixaram ‘pistas’ quanto as suas opiniões sobre a obra.

Já tecemos algumas críticas de imprensa em relação aos blocos de *Fantasia* durante a análise anterior, e podemos perceber que com o lançamento inicial da animação, o estúdio obteve retorno positivo de parte da crítica cinematográfica. Mas, daqui em diante faremos conclusões gerais acerca da recepção do longa-metragem e, de modo cronológico, veremos que logo depois da estreia a animação também foi alvo de muitas críticas negativas. Além disso, *Fantasia* resultou no maior fracasso de bilheteria da *Walt Disney Productions*, deixando o estúdio em uma situação complicada em razão das dívidas com o *Bank of America*. É nosso objetivo, portanto, explicar o significado desse fracasso, que é associado ao lançamento da animação, mas não necessariamente as demais reedições da obra, já que *Fantasia* passou por diferentes contextos e a animação é, hoje, considerada um ‘clássico’ da filmografia de Disney.

Fantasia foi lançada nos Estados Unidos no dia 13 de novembro de 1940, doze anos depois da estreia de *Steamboat Willie*, que ocorreu no mesmo local, o Teatro *Broadway*, em Nova York. O público que compareceu para a estreia de *Fantasia* vestiu trajes de gala, e ocupou todas as duas mil poltronas do teatro. Aquela noite foi considerada um triunfo para o cinema de animação, e um marco do gênero musical. *Fantasia* lançou uma nova proposta de entretenimento e apresentou aos espectadores da *Broadway* um musical por uma ótica nunca antes vista. Na ocasião, Walt Disney declarou que essa animação estava vendendo um “entretenimento e é isso que espero que *Fantasia* faça – entretenha”. O cineasta também disse que não sabia como *Fantasia* seria recebida naquela noite, nem “quanto dinheiro esse filme [iria] ganhar ou perder”,

mas que tinha certeza de que ele e os animadores haviam adquirido “uma experiência incalculável” ao produzi-lo⁵¹².

A estreia também foi um evento beneficente, dedicado ao *British War Relief (Ajuda ao Esforço de Guerra Britânico)*. A iniciativa, no entanto, não partiu de Walt Disney que, de acordo com Gabler, havia passado aqueles últimos anos completamente imerso em seu trabalho, notadamente ocupado com a produção de *Fantasia* e, portanto, tomando pouco conhecimento da guerra que atingia a Europa. A organização do evento beneficente ocorreu por incentivo de uma sociedade formada por “mulheres ilustres”, conforme chamou Disney⁵¹³. Essas mulheres eram esposas de grandes empresários ou políticos estadunidenses. Entre elas, estavam: Ruth Wales, esposa de Henry Francis DuPont, dono de uma importante companhia química, intitulada pelo seu sobrenome; Clare Boothe Luce, esposa de Henry Luce, o editor das revistas *Time*, *Life*, *Fortune* e *Sports Illustrated*, mas que, muito além de simples esposa, era também uma figura pública e uma líder política conhecida pelo seu discurso conservador e anticomunista; Lizette Hermant, esposa de David Sarnoff, o diretor da RCA (*Radio Corporation of America*), a companhia fundadora da RKO, a distribuidora dos filmes de Disney; e Belle Wyatt Willard, esposa de Kermit Roosevelt, filho do ex-presidente Theodore Roosevelt.

Com esse público, a noite de estreia de *Fantasia* foi muito bem-sucedida. Disney alcançou seus objetivos e a novidade do sistema de som estereofônico conquistou a admiração dos espectadores e dos críticos de imprensa ali presentes. Segundo Gabler, o público se

⁵¹² Cf. DISNEY, apud GABLER, 2013, p. 392.

⁵¹³ Para Walt Disney, recusar um evento beneficente para esse grupo de mulheres era algo que ele não podia pensar. Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 393. Talvez, porque no mundo criado pelo seu imaginário, de maneira semelhante ao mundo real, a caridade costumava ser exercida por um clube de mulheres que realizavam obras sociais. Conforme Dorfman e Mattelart, o mundo Disney foi desenvolvido com privilégios e benefícios, e a caridade aparecia como um meio oferecido aos agentes passivos. As mulheres, que também se encontravam na condição passiva, subordinadas ao homem e abaixo da linha do poder, serviam ao seu papel doméstico e, por isso, eram boas e generosas. Elas podiam escolher profissões típicas da “natureza feminina”, como “modista, secretária, decoradora de interiores, enfermeira, arranjos florais, vendedora de perfumes, criada”. Mas se não foram educadas para o trabalho, sempre podiam coordenar clubes de beneficência locais. No mundo de Walt Disney, as mulheres que negavam essa condição eram transformadas nas bruxas más dos contos de fadas. Cf. DORFMAN; MATTELART, 1980, p. 35.

inquietou com a animação, e “vibrou com a experiência; graças ao *Fantasound*, os assentos efetivamente vibraram quando a música explodiu”⁵¹⁴. O crítico Bosley Crowther, do *New York Times*, publicou na manhã seguinte da estreia uma resenha dizendo que “a história do cinema tinha sido feita naquela noite na *Broadway*”, e que *Fantasia* foi “a melhor coisa que jamais aconteceu na tela”. Crowther concluiu seu comentário fazendo uma referência à guerra, sendo *Fantasia*, para ele, “uma benção tremenda naqueles dias”⁵¹⁵. A página editorial do *Times* também elogiou *Fantasia* por sua “fusão de música, emoção e arte gráfica”⁵¹⁶.

Semanas depois, em 29 de janeiro de 1941, *Fantasia* estreou em Los Angeles, no *Carthay Circle* e, de acordo com Gabler, a noite foi igualmente “fantástica” como havia sido em Nova York⁵¹⁷. Para o historiador Otto Friedrich, *Fantasia* foi “o grande evento musical de Hollywood em 1940”⁵¹⁸. Edwin Schallert, repórter cinematográfico do *Los Angeles Times*, afirmou que “todo o público da estreia ficou inquestionavelmente deliciado com a produção”, e chamou *Fantasia* de “a obra-prima do cinema”. Segundo ele, o audiovisual foi “incrivelmente corajoso” e “o aplauso foi entusiástico durante a maioria dos interlúdios e até irrompia de quando em quando durante o filme”⁵¹⁹. O diretor Cecil B. De Mille, que já havia ficado encantado com *Branca de Neve*, sobre *Fantasia* afirmou que “não existia nada em nossas fantasias mundanas que se igualasse, que dirá ultrapasse, o que Disney realizou”⁵²⁰. E Peyton Boswell, do *Art Digest*, chamou *Fantasia* de “uma experiência estética para nunca ser esquecida”.

Do ponto de vista da história do cinema, *Fantasia* surgiu como uma enciclopédia do cinema de animação, pois uniu todos os elementos técnicos constituintes da arte, do *storyboard* ao som e a cor; e, com maestria, *Fantasia* conduziu todos eles aos limites comparados ao realismo que dispomos hoje, mas sem o auxílio de nenhum computador. Como a relação entre o som e a imagem nunca havia sido tão completa quanto em *Fantasia*, o seu lançamento foi uma revolução para a história do cinema, não apenas de animação, mas para toda Hollywood. Em

⁵¹⁴ Cf. GABLER, 2013, p. 393.

⁵¹⁵ Cf. CROWTHER apud GABLER, 2013, p. 393.

⁵¹⁶ Cf. THE NEW YORK TIMES apud GABLER, 2013, p. 393.

⁵¹⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 394-395.

⁵¹⁸ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 46.

⁵¹⁹ Cf. SCHALLERT apud GABLER, 2013, p. 395.

⁵²⁰ Cf. DeMILLE apud GABLER, 2013, p. 395.

1942, *Fantasia* recebeu dois *Oscars honorários* pelo seu pioneirismo, um dedicado ao desenvolvimento do *Fantasound*, e outro para Leopold Stokowski e suas contribuições musicais. Para Melissa Almeida, com *Fantasia* Disney tornou possível a concretização das sensações e sentimentos despertados pela música, e os movimentos sugeridos pela trilha sonora conferiram dinamismo ao longa-metragem e promoveram um envolvimento do público⁵²¹. Aos poucos, *Fantasia* ficou conhecida como uma experiência sensorial, que procura estimular o espectador a apreciar diferentes criações artísticas. A animação, dividida em segmentos e conduzida pelas composições, até hoje objetiva levar o espectador a mergulhar em um mundo de emoções, trabalhando no campo dos sentimentos e da imaginação dos indivíduos, sendo que a utilização das cores e as organizações da narrativa foram ambas planejadas para despertar no espectador a sensação de encantamento.

Fantasia foi, por essas razões, uma das obras mais admiradas de Disney, e naquele momento ele próprio ficou muito entusiasmado com as estreias. Antes da distribuição, Disney havia chamado *Fantasia* de a “grande experiência de sua vida” e depois do lançamento ele afirmou que o longa-metragem era o “ápice do cinema de animação”⁵²². *Fantasia* foi, e continua sendo, a obra que melhor representa a artisticidade de Walt Disney. Segundo Gabler, *Fantasia* foi a maneira que Disney encontrou para mostrar ao mundo as suas “aspirações artísticas mais elevadas”⁵²³. Para Culhane, Disney pretendeu que a reprodução da música em *Fantasia* fosse “o estado da arte para o seu tempo”⁵²⁴. Foi nessa época, também, que Walt Disney conseguiu conquistar a admiração de alguns artistas de renome, como o cineasta soviético Sergei Eisenstein, que logo após assistir *Fantasia* declarou que os filmes sonorizados de Disney eram uma das maiores atrações do cinema daquele momento, pois os desenhos podiam “reproduzir qualquer visual que um artista pudesse imaginar”⁵²⁵.

O sucesso inicial de *Fantasia*, no entanto, não perdurou por muito tempo. *Fantasia* realmente estreou como uma novidade no mundo do entretenimento, mas se ela foi vista como fascinante para alguns, também foi uma alienação para outros. À medida que as exibições da

⁵²¹ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 86-91.

⁵²² Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 395.

⁵²³ Cf. GABLER, 2013, p. 486.

⁵²⁴ Cf. CULHANE, 1983, p. 31.

⁵²⁵ Cf. EISENSTEIN 1940 apud KRAUSE, 2011, p. 117. Cf. EISENSTEIN apud FERREIRA, 2010, p. 25.

animação ocorriam, o deslumbramento com o *Fantasound* passou a ser cada vez mais ofuscado por críticas negativas. Em parte, essas críticas surgiram com expressões contextuais e políticas. Harry Raymond, no *Daily Worker*, por exemplo, acusou *Fantasia* de ser uma obra reacionária, uma afronta à democracia lançada em uma época de crise internacional. O crítico referiu-se à *Noite do Monte Calvo* onde, para ele, “as forças do mal não são mostradas como exploradoras e causadoras de guerra, mas como um demônio mítico no topo de uma montanha contra o qual os poderes humanos são inúteis”⁵²⁶. Nesse mesmo sentido, o crítico Otis Ferguson, do *New Republic*, até então um dos maiores admiradores de Disney, achou que o cineasta havia abdicado da sua responsabilidade social e conectou os segmentos da animação com o “terror nazista” que acontecia na Europa, afirmando que *Fantasia* foi o “primeiro erro de Disney”⁵²⁷. Para Dorothy Thompson, da revista *Time*, Disney e Stokowski pareciam glorificar a selvageria da natureza à custa da história da humanidade. Thompson comparou *Fantasia* com uma “caricatura do declínio do Ocidente” e uma “brutalização da sensibilidade em um pesadelo” para aqueles tempos de guerra. Na opinião dela, sair do cinema foi “uma condição que beirava o colapso nervoso”⁵²⁸.

Disney respondia essas críticas com um simples: “Que guerra?”⁵²⁹, deixando claro que ao produzir *Fantasia* não teve a intenção de dialogar com o conflito. O principal tema de *Fantasia* é o poder, mas não o poder da guerra como muitos interpretaram, e sim o poder do próprio Disney. Como já dissemos, todos os cinco longas-metragens desse período (*Branca de Neve*, *Pinóquio*, *Fantasia*, *Bambi* e *Dumbo*) foram produções que dialogaram com a fase de amadurecimento de Disney no mercado cinematográfico. Todos eles procuraram demonstrar a habilidade do homem de construir a sua própria realidade. Mas *Fantasia* foi, sem dúvida, a obra mais expressiva nesse âmbito, pois mergulhou profundamente no imaginário do autor, embora o público não o tenha reconhecido.

Por mais orgulhoso que Disney estivesse de *Fantasia*, o empresário sentiu-se profundamente ferido com as críticas negativas, afinal, ele havia dedicado aqueles últimos anos a uma intensa busca pelo perfeccionismo na produção dessa obra e não esperou, talvez, que

⁵²⁶ Cf. RAYMOND apud GABLER, 2013, 394.

⁵²⁷ Cf. FERGUSON apud GABLER, 2013, p. 393-394.

⁵²⁸ Cf. THOMPSON apud GABLER, 2013, p. 394.

⁵²⁹ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 400.

surgissem críticas tão severas. Porém, um estudo contratado pela companhia apontou que essas críticas, apesar de impactantes, foram uma minoria. A pesquisa foi realizada por Paul Anderson, que chegou a conclusão de que 33% das críticas sobre *Fantasia* foram muito positivas, 22% positivas, outros 22 % num meio termo entre o positivo e o negativo, e 16% foram realmente negativas⁵³⁰. Dessa maneira, naquele primeiro momento, ainda que a recepção de *Fantasia* já fosse controversa, a animação havia conquistado uma maioria de críticas positivas. No entanto, se as críticas negativas foram uma minoria, elas muitas vezes partiram justamente da minoria que Disney mais gostaria de ter conquistado: os compositores eruditos. À época, Roy Disney declarou que Walt “realmente não conquistou os artistas” e que, nesse sentido, *Fantasia* tornou-se um “desapontamento” para o irmão⁵³¹. A maioria dos críticos de música demonstrou indignação pela ousadia de Disney ao unir a música erudita com o cinema de animação, uma arte até então voltada quase que exclusivamente para as camadas médias. O compositor Virgil Thompson, por exemplo, denigrou as alterações escolhidas por Leopold Stokowski nas peças musicais que, segundo ele, as deixaram “pobres”, exceto em *O Aprendiz de Feiticeiro*⁵³². Vários críticos desprezaram *Fantasia* como um desserviço para a música erudita e, como já era previsto, muitos compositores se ofenderam com a interpretação mitológica da *Sinfonia Pastoral*. Em geral, as críticas acusaram Disney de arrogante e a animação de mau gosto com frases como “Uma chatice interminável” e “Um prejuízo para a boa música e para a arte da animação”⁵³³.

Desse modo, houve todos os tipos de críticas possíveis a respeito de *Fantasia* – das mais elogiosas às mais rigorosas. Inicialmente, Disney declarou que se divertia com as controvérsias do último tipo. Durante as primeiras exhibições de *Fantasia*, ele escreveu à Stokowski dizendo que “a briga não poderia ser mais doce” porque estava gerando publicidade para a animação. Segundo o cineasta, o público estava respondendo “fazendo fila na bilheteria e o resultado das vendas antecipadas haviam sido simplesmente sensacionais”⁵³⁴. O empresário referia-se as primeiras semanas de exibição em Nova York que, de fato,

⁵³⁰ Cf. ANDERSON 1992 apud GABLER, 2013, p. 393.

⁵³¹ Cf. DISNEY, Roy apud GABLER, 2013, p. 395.

⁵³² Cf. THOMSON apud CULHANE, 1983, p. 30.

⁵³³ Frases citadas no documentário “Walt Disney – o sonho de um homem” apud PEGORARO, 2012, p. 07.

⁵³⁴ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 394.

tiveram casa lotada durante vários dias. Naquele momento, Roy Disney declarou que estava satisfeito com os retornos iniciais de *Fantasia*. "Encerramos essa semana com vinte e sete mil [dólares]"⁵³⁵. Entretanto, à medida que a animação perdeu o *status* de novidade, os volumes de críticas negativas aumentaram e as filas de espectadores diminuíram gradualmente. Poucas semanas depois, podiam-se contar cada vez mais poltronas desocupadas nas salas de exibições de *Fantasia*. Embora não haja à nossa disposição um número que diga respeito à bilheteria de *Fantasia* durante essa primeira recepção, existe um consenso da literatura em dizer que as bilheterias foram baixas, ou, ao menos, menores que as esperadas pela companhia⁵³⁶.

É a partir dessa aceção que a recepção de *Fantasia* é considerada um fracasso nos Estados Unidos. Pois, mesmo com um êxito inicial, em pouco tempo ela passou a ser alvo de duras críticas e a ser gradualmente desinteressante para as audiências. Esse fracasso aqui descrito tem, portanto, dois sentidos: o primeiro refere-se aos sentimentos de Walt Disney e de Leopold Stokowski, que desejavam conquistar dois grupos de públicos em especial com *Fantasia*: os compositores e ouvintes de música erudita, e as camadas médias habituadas a ir ao cinema. Mas, eles não obtiveram o retorno esperado por nenhum desses grupos. *Fantasia*, de maneira geral, não encontrou público nos Estados Unidos.

O segundo e principal sentido do fracasso de *Fantasia* é o comercial, pois a obra causou grandes prejuízos para a companhia, já que os baixos lucros não conseguiram suprir os altos custos de produção⁵³⁷. Na época, o animador Joe Grant afirmou que *Fantasia* "havia ficado acima da compreensão do público"⁵³⁸. E, atualmente, autores que admiram *Fantasia* tendem a continuar a justificar que a obra "foi inicialmente rejeitada porque o público precisou de tempo para reconhecer a sua originalidade"⁵³⁹, como disse Melissa Ribeiro de Almeida. Todavia, nós preferimos ir buscar as explicações para o fracasso de *Fantasia* na história do cinema de animação e nas teorias de recepção cinematográfica. Pois, assim como já defendeu Janet Staiger, consideramos que os fatores contextuais, mais do que os textuais, muitas

⁵³⁵ Cf. DISNEY, Roy apud GABLER, 2013, p. 396.

⁵³⁶ Cf. GABLER, 2013. Cf. CULHANE, 1983. Cf. ELIOT, 1980.

⁵³⁷ Cf. BRYMAN, Alan. *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995, p. 8.

⁵³⁸ Cf. GRANT apud GABLER, 2013, p. 395.

⁵³⁹ Cf. ALMEIDA, 2002, p. 56.

vezes são os responsáveis por certas experiências dos espectadores de um dado período⁵⁴⁰.

Pensando na lógica de produção do cinema clássico, a intenção de um cineasta ao lançar um filme é obter uma resposta de satisfação do público⁵⁴¹, até porque este é, também, o seu cliente. Avaliamos que Walt Disney não destoou desse modelo com *Fantasia*, mas a sua tentativa de proporcionar ao público uma experiência agradável de maneira conjunta a querer surpreendê-lo se demonstrou muito audaciosa para o período de recepção. Com a emergência da guerra, Disney não conseguiu evitar a associação do conflito com alguns trechos de *Fantasia*, e a temática do poder proposta pelo longa-metragem acabou sendo interpretada de maneira que ele não havia previsto. Com as imagens mais ‘extravagantes’ da animação, Disney pretendeu provocar a admiração do espectador, mas não chocá-lo ou menos ainda revoltá-lo como ocorreu em alguns casos, como em relação à mitologia da *Sinfonia Pastoral*, onde parte da audiência da época ‘leu’ o discurso do segmento como exibicionista, como se ele tivesse sido produzido para chocar e confrontar o público.

Ao perceber a concretização dos prejuízos e as interpretações do discurso de *Fantasia* relacionadas (de maneira negativa) com a guerra, Disney culpou o contexto bélico pelos baixos números de espectadores, referindo-se a um suposto desinteresse do público daquele momento em filmes lúdicos. Para Culhane, *Fantasia* foi realmente uma experiência de “fusão de imagens e músicas cujo sucesso imediato foi condenado pela Segunda Guerra Mundial”⁵⁴². Já para Eliot, que achou que *Fantasia* resultou em uma “série de vinhetas confusas”, Walt Disney nunca aceitou que o público simplesmente não gostou de *Fantasia*, e por isso o empresário culpou “a tudo e a todos pelo fracasso, menos a si próprio”⁵⁴³.

No que tange aos interesses dessa pesquisa, percebemos que os longas-metragens de Disney lançados durante a guerra caminharam, então, no sentido contrário de uma tendência lucrativa para o mercado interno de Hollywood. De acordo com Thomas Schatz, nesse período os números de bilheterias e os lucros dos estúdios aumentaram substancialmente⁵⁴⁴. Todavia, esses lucros citados por Schatz referem-se

⁵⁴⁰ Cf. STAIGER, 2000.

⁵⁴¹ Cf. BORDWELL; THOMPSON apud STAIGER, 2000, p. 24.

⁵⁴² Cf. CULHANE, 1983, p. 100.

⁵⁴³ Cf. ELIOT, 1980, p. 172-177.

⁵⁴⁴ Cf. SCHATZ, 1991, p. 303-304.

aos maiores estúdios do período e, portanto, os fracassos de Disney podem ser mais bem compreendidos quando percebemos que naquela época a sua companhia ainda batalhava por espaço no mercado cinematográfico de longas-metragens. O próprio Disney por vezes culpou o fracasso de *Fantasia* pela concorrência com os lançamentos de filmes em *live action*, em especial, à estreia de *Gone With the Wind*⁵⁴⁵, que ocorreu no mesmo ano de *Fantasia* e, ao contrário da animação, fez muito sucesso naquele período. Para o empresário, filmes como esse, lançados pelos maiores estúdios da época, “roubavam” a bilheteria dos concorrentes menores⁵⁴⁶, principalmente se tratando de animações.

Como o público estava em processo de se acostumar aos longas-metragens animados, *Fantasia* foi um verdadeiro desafio nesse quesito. Além de ser um longa-metragem de mais de duas horas de duração, *Fantasia* também apareceu como uma nova proposta de entretenimento. Em nossas pesquisas, percebemos que as queixas sobre a animação, muitas vezes, ocorreram de maneira decrescente em relação aos segmentos. O crítico de música Olin Downes, por exemplo, relatou naquele momento que quando começou a assistir a “experiência de Disney”, *Tocata e Fuga* lhe pareceu agradável, mas à medida que o tempo passou dentro da sala de exibição, os demais segmentos tornaram-se cada vez menos interessantes⁵⁴⁷. Percebemos que os elogios se concentraram, de maneira geral, referentes aos primeiros segmentos de *Fantasia*, sendo o auge deles sobre *O Aprendiz de Feiticeiro* (o terceiro pela ordem de exibição), e que os demais segmentos receberam mais críticas negativas. A *Sinfonia Pastoral*, principalmente, parece ter sido ineficiente em qualquer tentativa de agradar o público. E o final do longa-metragem foi ‘atacado’ por todas as interpretações possíveis: pela associação ‘infeliz’ com a guerra, como já dissemos, pela utilização de figuras de ‘demônios’, e pela ‘ousadia’ de Disney em utilizar uma obra

⁵⁴⁵ *E o Vento Levou* foi dirigido por Victor Fleming e distribuído pela MGM. Em 1940 o filme foi indicado ao Oscar em várias categorias, e venceu algumas delas, como a de melhor filme e melhor diretor.

⁵⁴⁶ Cf. GABLER, 2013. De acordo com SCHATZ, a MGM (*Metro Goldwyn Mayer*) liderava a lista dos maiores estúdios daquele período. A hierarquia era seguida respectivamente pela *Warner Bros*, a *Paramount*, a *20th Century Fox*, a *Columbia*, a *Universal*, a *RKO* e a *United Artists*. Enquanto a *Walt Disney Productions* aparecia ao final dessa lista como uma companhia menor. Cf. SCHATZ, 1991.

⁵⁴⁷ Cf. DOWNES in *New York Times* apud CULHANE, 1983, p. 30.

religiosa: *Ave Maria*, onde críticos como Richard Schickel condenaram Disney por ter “brincado” com temas sagrados⁵⁴⁸.

Mas se os longas-metragens de animação encontraram dificuldades naquele período, ainda existe o fato de que a recepção de um filme está diretamente relacionada ao gênero cinematográfico a qual ele pertence, pois as expectativas do público estão vinculadas aos elementos característicos que esse gênero sustenta⁵⁴⁹. Um gênero é composto por “conjuntos de convenções narrativas e representacionais”⁵⁵⁰, onde, para entendê-lo, o espectador já tem consigo esse conjunto de regras pré-determinadas em que ele se apropriou mediante a experiência em assistir audiovisuais do mesmo gênero. Desse modo, os espectadores (mesmo que não percebam) quando assistem a um filme podem encontrar nele semelhanças com outros filmes que conheceram e categorizá-lo como pertencentes a um ou mais gêneros a partir das suas experiências⁵⁵¹. E quando o gênero já chega previamente estabelecido pela distribuidora, na prática, o público de comédia espera dar algumas risadas com um filme dessa classificação, ao passo que o público de *westerns* espera assistir cenas de *bang bang*, e assim em diante. Apesar da animação não se constituir como um gênero, e sim um conjunto de técnicas cinematográficas, também possui seus elementos de identificação que, nesse caso, intencionalmente ou não, foram delimitados pelo próprio Disney, pois foi ele quem lançou os longas-metragens animados no mercado. Por conta do sucesso de *Branca de Neve e os Sete Anões*, *Fantasia* foi um dos filmes mais esperados de 1940⁵⁵². Contudo, o público que se interessou pelas obras da *Walt Disney Productions* desde *Branca de Neve*, possivelmente esperou um entretenimento semelhante (a um conto de fadas) de *Fantasia*, o que não aconteceu. Parte desse público já havia se decepcionado com *Pinóquio*, à medida que esse longa-metragem utilizou uma trama pessimista e não o otimismo de *Branca de Neve*, e ao assistir *Fantasia*, a audiência percebeu uma ruptura ainda mais intensa

⁵⁴⁸ De acordo com Schickel, para Disney “nada [era] sagrado, nem mesmo o sagrado”. Cf. SCHICKEL apud FRIEDRICH, 1988, p. 47.

⁵⁴⁹ Sobre análises de recepção e gênero, Cf. VALIM, Alexandre Busko. Os gêneros cinematográficos nas relações entre o cinema e a história. In: GAWRYSZEWSKI, Alberto (org.). *Olhares sobre narrativas visuais*. Niterói: editora da UFF, 2012.

⁵⁵⁰ Cf. TURNER, 1997, p. 56.

⁵⁵¹ Cf. STAIGER, 2000, p. 05.

⁵⁵² Cf. ELIOT, 1980, p. 173.

em relação aos elementos das animações anteriores. *Fantasia* não foi, portanto, o que o público esperava assistir de Disney. Nesse sentido, *Fantasia* havia sido extremamente ousada ao apresentar uma narrativa distinta de qualquer outra já produzida e de distanciar-se das animações que a antecederam. Anos depois, Disney declarou que cometeu um erro todas as vezes que caminhou na direção contrária ao esperado pelo público, dizendo que se desapontara e admitindo que, na época, "tentou dar uma de espertinho"⁵⁵³ ao querer surpreender as audiências.

Outro motivo que acreditamos ter desfavorecido a repercussão de *Fantasia* foi o seu processo de exibição vinculado ao *Fantasound*. Embora o sistema de som estereofônico tenha provado que era tecnicamente possível de existir, desde o início o *Fantasound* também se mostrou uma proposta dispendiosa. Se por um lado o sistema representou um esforço inovador, podendo ser comparado com os equipamentos mais modernos de hoje em dia, por outra ótica, na visão dos diretores da RKO, o *Fantasound* representou, sobretudo, uma teimosia de Disney. Primeiro em sentido financeiro, já que os custos de produção foram estimados em 200 mil dólares⁵⁵⁴ e os custos de instalação nas salas de exibições foram cerca de onze mil dólares por semana⁵⁵⁵. Além dos custos, a RKO já previa que o sistema sonoro iria dificultar, e muito, as exibições de *Fantasia*. Para cada sala de cinema selecionada, foi necessária uma equipe empenhada na instalação do sistema sonoro, que deveria começar o processo pelo menos uma semana antes do dia de exibição para que houvesse tempo suficiente para a sua conclusão, pois o sistema era de difícil funcionamento e requeria peças grandes que pesavam, em conjunto: 3,5 toneladas⁵⁵⁶.

Dependendo do *Fantasound* para serem executadas, as exibições de *Fantasia* não podiam ocorrer em vários locais simultaneamente⁵⁵⁷. Além disso, como a primeira versão de *Fantasia* foi programada para ser lançada em *road show*, ou seja, no formato de um espetáculo, produzida com as cenas em ação ao vivo, narração e intervalo, acabou

⁵⁵³ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 395.

⁵⁵⁴ Cf. GABLER, 2013, p. 379.

⁵⁵⁵ Cf. GABLER, 2013, p. 396.

⁵⁵⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 392.

⁵⁵⁷ Não sabemos quantos conjuntos de aparelhos que constituem o *Fantasound* a companhia adquiriu. Mas, de acordo com Culhane, cada um deles custou cerca de 30 mil dólares para ser produzido. Se no montante os custos foram estimados em 200 mil, então, imaginamos que foram cerca de seis sistemas. Assim, se estivermos corretos, não poderia haver mais de seis exibições de *Fantasia* ocorrendo em diferentes locais ao mesmo tempo. Cf. CULHANE, 1983, p. 11.

tendo como resultado final uma conotação elitizada. Em razão desse aspecto e da complexidade do *Fantasound*, as exhibições de *Fantasia* se limitaram a poucas e selecionadas salas de teatro, onde se podia numerar as cadeiras e organizar o espetáculo, conforme as insistências de Walt Disney⁵⁵⁸.

Dessa maneira, ainda que essa primeira versão de *Fantasia* tenha sido a que mais procurou se aproximar do espectador (a partir da narração de Deems Taylor, especialmente) a recepção da obra não esteve em conformidade com a suposta intenção de Disney e de Stokowski em “massificar” a música erudita a partir do cinema de animação. Para Olin Downes, que escreveu sobre *Fantasia* no jornal *New York Times*, Disney “separou certos amantes das respectivas artes mais que os uniu”⁵⁵⁹. Com o passar do tempo, a história de *Fantasia* continuou seguindo a tendência erudita e adquiriu valor de uma obra de arte, mas a sua distinção para os modelos de entretenimento já conhecidos não conseguiu conquistar a população em tempos de guerra.

Esse fracasso comercial, no entanto, talvez não houvesse acontecido se a obra não tivesse custado tão caro (lembrando: mais de dois milhões de dólares no total). Pois a grande razão para os prejuízos da companhia foram ocasionados pelos altos custos de produção, que foram quantias absurdas para o período e que só poderiam ter sido supridas caso a animação tivesse se concretizado em um verdadeiro sucesso de bilheteria. Contudo, de certa forma, Disney já havia previsto que *Fantasia* não faria sucesso entre o público de sua época. Pouco antes do lançamento, o empresário admitiu que os riscos de uma baixa bilheteria aumentavam sem o mercado de exibição europeu (que antes da guerra representava cerca de 45% de sua renda⁵⁶⁰) mas que sentia que estava “se expandindo, abrindo novos campos”. O cineasta ainda afirmou que já sabia que *Fantasia* seria um marco estético, mas que geraria lucros apenas a longo-prazo⁵⁶¹. Disney contou à revista *Time* que ele esperava que *Fantasia* “funcionasse por anos” - talvez mesmo depois de sua morte, disse ele⁵⁶². Em outra oportunidade, Disney e Stokowski declararam que *Fantasia* não era “um produto acabado”, mas “uma

⁵⁵⁸ Cf. CULHANE, 1983, p. 10. Cf. GABLER, 2013, p. 391.

⁵⁵⁹ Cf. DOWNES apud GABLER, 2013, p. 393.

⁵⁶⁰ Cf. CULHANE, 1983, p. 30.

⁵⁶¹ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 391-392.

⁵⁶² Cf. CULHANE, 1983, p. 205.

indicação de grandes possibilidades do futuro”, onde eles esperavam que surgissem “novos meios de entretenimento”⁵⁶³.

Já prevendo que *Fantasia* não encontraria retornos em curto prazo, os irmãos Disney pensaram em uma estratégia na tentativa de gerar os lucros que faltariam com *Fantasia*: eles produziram *Dumbo*, uma história de literatura infantil, cujo personagem principal é um elefante de circo frequentemente ridicularizado por ter enormes orelhas, que um dia descobre que elas podem fazê-lo voar. Disney escolheu *Dumbo* por sua simplicidade, e porque era conveniente que a equipe que havia acabado de trabalhar em *Dança das Horas* (o segmento de *Fantasia* onde há caricaturas de animais, incluindo, entre eles, o elefante) fosse transferida para *Dumbo*, sem que os profissionais precisassem passar meses aprendendo a desenhar os personagens. Ao olhar de Disney, *Dumbo* possuía uma história clara e coerente e não requeria nenhum dos efeitos especiais que atrasaram e inflaram as produções de *Pinóquio*, *Bambi* e *Fantasia*. A intenção foi produzir *Dumbo* de maneira rápida, com bons e experientes animadores para que se evitassem erros. O empresário planejou que a animação fosse produzida por 350 mil dólares⁵⁶⁴, pouco mais da quantia que havia sido adquirida com as dezesseis primeiras semanas de exibição de *Fantasia*⁵⁶⁵. Disney, então, designou Joe Grant e Dick Huemer para a tarefa de adaptação de *Dumbo* para o cinema, e em pouco tempo os dois apresentaram os primeiros desenhos ao empresário, que os deixou livres para continuarem a produção dos esboços finais sem grandes alterações. A produção de *Dumbo* foi, assim, a primeira vez em que Disney não criou expectativas de uma animação perfeita. Quando estreou, em outubro de 1941, *Dumbo* foi analisado pela crítica como uma volta à forma despreziosa de Disney no momento pré-*Fantasia*. Mesmo a animação não sendo tão caprichada do ponto de vista estético quanto às obras anteriores, *Dumbo* recebeu críticas extravagantes. Bosley Crowther, do *New York Times*, chamou-o de “o mais genial, o mais cativante, o mais precioso filme de desenho animado que jamais sairia das paletas mágicas dos surpreendentes artistas de Walt Disney!”⁵⁶⁶. Otis Ferguson, do *New Republic*, escreveu com entusiasmo exagerado sobre uma cena em que *Dumbo*, durante o efeito de uma bebida, tem alucinações de elefantes cor-de-rosa: “Nunca vi nada que chegasse perto

⁵⁶³ Cf. DISNEY e STOKOWSKI apud CULHANE, 1983, p. 31.

⁵⁶⁴ Cf. GABLER, 2013, p. 383.

⁵⁶⁵ Cf. DISNEY, Roy apud GABLER, 2013, p. 396.

⁵⁶⁶ Cf. CROWTHER apud GABLER, 2013, p. 436.

disso e nem você, porque nunca existiu nada igual”⁵⁶⁷. Alexander Woollcott, da revista *New Yorker*, elogiou *Dumbo* como “a maior realização da sétima arte desde que o primeiro homem pisou neste continente” e também o “acontecimento divino na direção do qual toda a sua criação se tem encaminhado”⁵⁶⁸. Como bilheteria, *Dumbo* obteve o melhor resultado entre todos os longas-metragens de Disney durante a Segunda Guerra Mundial. Seus custos ultrapassaram a previsão inicial e chegaram a 950 mil dólares, mas, em contrapartida, *Dumbo* conseguiu arrecadar mais de US\$ 1.600.000⁵⁶⁹. Assim, ironicamente, a única animação que não foi supervisionada pelo perfeccionismo de Disney se transformou na obra mais bem-sucedida daquele momento.

No entanto, embora a estratégia para arrecadar lucros com *Dumbo* tenha funcionado, a quantia não foi suficiente para cobrir os prejuízos ocasionados por *Fantasia*. O estúdio só conseguiu retomar os altos investimentos de animações como *Pinóquio*, *Bambi* e *Fantasia* após os vários relançamentos nos anos seguintes. Com o tempo, e momentos menos belicosos, esses longas-metragens passaram a ser conhecidos e admirados por todo o mundo⁵⁷⁰, cada qual com as suas particularidades.

2.4.1. Os relançamentos de *Fantasia*

Reiteramos que o fracasso de *Fantasia* que aqui nos referimos é apenas em relação à bilheteria de sua primeira versão, lançada em 1940 em *road show*. Cabe aqui, portanto, apresentarmos (brevemente) quais foram as demais versões de *Fantasia*, com o intuito de percebermos como a obra se adaptou a diferentes períodos da história do cinema. Os relançamentos são uma estratégia comum de Hollywood e, no caso específico dos estúdios Disney, eles sempre funcionaram com o objetivo de gerar lucros em longo-prazo e de manter a renda da companhia, além de permitirem que novas gerações assistam a obras que possivelmente desconheciam. A cada novo lançamento nos cinemas, também são comercializados novos produtos com o agenciamento das imagens das animações, ocasionand, dessa maneira, mais consumo dos produtos com a marca Disney.

⁵⁶⁷ Cf. FERGUSON apud GABLER, 2013, p. 436.

⁵⁶⁸ Cf. WOOLLCOTT apud GABLER, 2013, p. 436.

⁵⁶⁹ Cf. *Dumbo*. In: IMDb. Disponível em: <http://www.imdb.com/title/tt0033563/>. Acesso em: 13 ago. 2018.

⁵⁷⁰ Cf. CULHANE, 1983, p. 30.

No que tange à *Fantasia*, originalmente, enquanto esteve empolgado com a sua produção, Walt Disney pretendia lançar uma nova versão da animação a cada ano. Mas logo após a estreia do longa-metragem, Disney desejou produzir novos segmentos e realizar novas versões de *Fantasia*. Entretanto, com o desapontamento das bilheteria, Disney desistiu de ambos os projetos. Na época, o empresário também passou a sofrer pressões por parte dos diretores da RKO e do *Bank of America*, ambos recomendando que o estúdio abandonasse o projeto em *road show* de *Fantasia*, já que ele estava custando muito caro, e o mais grave: não estava obtendo lucro. Além disso, a escassez ocasionada pela guerra rapidamente tornou impossível a obtenção dos equipamentos necessários para novas instalações do *Fantasound*⁵⁷¹. Walt Disney, então, precisou ceder. Em 1941 foi lançada uma nova versão de *Fantasia*, onde foram cortadas parte das cenas das narrações de Deems Taylor, assim como o intervalo, e foi excluído ainda o segmento de *Tocata e Fuga em Ré Menor*. Nessa versão, *Fantasia* foi reduzida para 81 minutos. E, na tentativa de torná-la rentável, a RKO transformou o som estéreo da animação em monofônico (com um único sinal de áudio), dispensando, assim, o *Fantasound* das exibições. A estratégia, de fato, permitiu que *Fantasia* fosse exibida em mais cinemas, e contribuiu para o começo da sua popularização, mas sem o *Fantasound* e as partes em *live action*, Disney sentiu que o filme havia perdido a sua intenção original: a de ser um espetáculo⁵⁷². Segundo Gabler, “foi um triste recuo para um homem que havia se gabado durante anos sobre os novos horizontes que *Fantasia* iria abrir”⁵⁷³.

Em 1946 foi lançada mais uma reedição da animação, dessa vez novamente com *Tocata e Fuga em Ré Menor*, mas ainda com o encurtamento da apresentação de Taylor. Já em 1956 essa última versão foi restaurada e relançada com som estéreo. Em 1969 um novo relançamento da animação finalmente removeu a personagem *Sunflower* da sequência *Sinfonia Pastoral*, após o estúdio receber muitas críticas por mostrar a personagem que (conforme vimos) era negra e servia a uma personagem branca. Foi nessa época que *Fantasia* enfim começou a render lucros. Isso porque, sem o trecho racista, a animação foi absorvida pelo estilo psicodélico daquele momento e obteve o seu auge de sucesso. Segundo Sébastien Denis, no período o conceito sensorial de

⁵⁷¹ Cf. CULHANE, 1983, p. 204.

⁵⁷² Cf. DISNEY apud CULHANE, 1983, p. 11.

⁵⁷³ Cf. GABLER, 2013, p. 399.

Fantasia foi comparado ao de experiências com drogas⁵⁷⁴, fazendo sucesso, principalmente, entre os jovens e o *Movimento Psicodélico*. A partir de então, *Fantasia* também adquiriu um *status* de filme de arte, e por vezes foi incorporada ao gênero *Cult*.

Em 1982, com avanços na tecnologia de gravação de som, o estúdio optou pela regravação da trilha sonora de *Fantasia*, pela primeira vez com recursos digitais. Sendo novamente uma inovação em relação ao recurso sonoro no cinema, *Fantasia* foi considerada o primeiro longa-metragem lançado em áudio digital⁵⁷⁵. Mas, nessa versão, as cenas de ação ao vivo foram removidas quase por completo. Em 1990, no 50º aniversário do filme, o estúdio restaurou a trilha sonora de Stokowski. Em 2000, a animação foi novamente restaurada e a produção acrescentou o segmento que antes havia sido excluído da primeira versão: *Clair de Lune*⁵⁷⁶, lançado então como material bônus. Ainda no mesmo ano, a companhia lançou também *Fantasia 2000*, uma proposta de sequência de *Fantasia*, que também possui sete segmentos animados para a música erudita, mas que manteve da versão original apenas Mickey com o segmento *O Aprendiz de Feiticeiro*. O maestro dessa versão é James Levine, com a *Orquestra Sinfônica de Chicago*.

Após todas as reedições e até o presente momento, o número de bilheteria de *Fantasia* é estimado em mais de 76 milhões de dólares⁵⁷⁷, e de acordo com o site *Box Office Mojo*⁵⁷⁸, a animação ocupa atualmente o vigésimo terceiro lugar no *ranking* de bilheteria totais dos Estados Unidos. Em números mundiais, de acordo com Culhane, *Fantasia* está entre os duzentos filmes de maior bilheteria de todos os tempos⁵⁷⁹. Isso porque, mesmo após várias décadas de lançamento, *Fantasia* continua

⁵⁷⁴ Cf. DENIS, 2010, p. 163. Segundo a literatura, o relançamento nessa época tornou *Fantasia* popular entre o *Movimento Hippie* e muitos espectadores afirmavam usar drogas como o *LSD* para assistir ao filme, fazendo assim uma ‘verdadeira viagem pelas fantasias’ propostas pelo som e a cor⁵⁷⁴.

⁵⁷⁵ Cf. PEGORARO, 2012, p. 06.

⁵⁷⁶ *Clair de Lune* é o terceiro movimento da *Suite bergamasque*, composta por Claude Debussy em 1905. O segmento foi produzido para a primeira versão de *Fantasia*, mas ficou de fora do projeto final porque os produtores concluíram que o filme ficaria longo demais. O segmento está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fLSzlBaU3jM>. Acesso em: 16 ago. 2018.

⁵⁷⁷ Cf. *Fantasia*. In: IMDb. Disponível em: <http://www.imdb.com/title/tt0032455/>. Acesso em: 13 ago. 2018.

⁵⁷⁸ Disponível em: <http://www.boxofficemojo.com/movies/?id=fantasia.htm>. Acesso em: 13 ago. 2018.

⁵⁷⁹ Cf. CULHANE, 1983, p. 11.

sendo uma obra original. Assim, ainda que Walt Disney não tenha tido a felicidade de ver a importância que se tornou *Fantasia*, anos depois a obra se transformou em um dos longas-metragens mais assistidos da história do cinema.

Já o que a maior parte da literatura desconhece, foi o que descobrimos ter sido o primeiro sucesso de recepção de *Fantasia*, ainda em 1941, não nos Estados Unidos, mas no Brasil. Reservamos o último capítulo dessa dissertação para aprofundarmo-nos nesta recepção, quando veremos, sobremaneira, como o contexto político pode alterar os resultados referentes às opiniões dos espectadores.

3. ESTADOS UNIDOS, BRASIL, E CINEMA: COMO WALT DISNEY SE TORNOU UM EMBAIXADOR DA POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA

Sempre havia sido uma questão de controlar, de construir uma realidade melhor que a existente fora do estúdio e de demonstrar que possuía capacidade para fazer isso. Isso foi o que Walt [Disney] deu à América – não a fuga, como muitos analistas imaginaram, mas o controle e o poder indireto que o acompanhava. E isso era o que a América parecia desejar dele.
(Neal Gabler)⁵⁸⁰.

No primeiro semestre de 1941, o fracasso de *Fantasia*, uma produção que havia custado uma fortuna, fez com que a *Walt Disney Productions* vivesse os seus piores dias em relação à sua situação financeira. Apesar de avançar com as técnicas de animação em seus longas-metragens, a empresa se viu a espera de lucros que não viriam. Quando a dívida chegou aos quase três milhões de dólares, a companhia excedeu seu limite de empréstimo com o *Bank of America*⁵⁸¹. Logo em seguida, conforme veremos, os irmãos Disney ainda foram surpreendidos com uma greve organizada pelos animadores que em pouco tempo adquiriu sérias proporções. Esses fatores levaram Walt Disney a trabalhar para o governo estadunidense, na tentativa de garantir o funcionamento de sua companhia a partir de contratos com agências governamentais. Na realidade, uma agência: o *Office of the Coordinator of Inter-american Affairs*, que no período entre 1942 e 1945 exigiu a dedicação exclusiva de Disney, fazendo-o paralisar a produção de longas-metragens para adaptar seus entretenimentos aos projetos da diplomacia estadunidense.

Mas, o primeiro desses projetos ocorreu ainda em 1941, quando o cineasta realizou uma expedição com um grupo de animadores pela América Latina, com objetivos pautados na Política de Boa Vizinhança. Entre as atividades executadas pelo grupo, houve o lançamento de *Fantasia* no Brasil, cuja recepção, diferentemente dos Estados Unidos, resultou em sucesso de público. Sendo esse evento o objetivo final desta

⁵⁸⁰ Cf. GABLER, 2013, p. 543.

⁵⁸¹ Naquele momento o diretor Joseph Rosenberg convocou Walt Disney à sede do *Bank of America* e lhe instituiu várias medidas de corte de custos. Cf. GABLER, 2013, p. 398-410.

dissertação, antes de explicarmos as razões desse ‘sucesso’, necessitamos primeiro compreender questões fundamentais que permearam os contextos com os quais ele esteve inserido.

Neste capítulo os aspectos da Propaganda, do Cinema, da Diplomacia e das Relações Internacionais foram amalgamados, em razão dos objetivos que haviam entre os Estados Unidos e o Brasil durante o conflito. Dessa forma, se construímos os últimos capítulos partindo da animação para as conjunturas, neste texto abordamos principalmente as conjunturas sociais e políticas de ambos os países, de modo que elas dialoguem com a história do cinema. A nossa proposta é começar o capítulo descrevendo o que foi a Política de Boa Vizinhança e como ela colaborou para os Estados Unidos exercerem a sua hegemonia perante o continente americano durante a Segunda Guerra Mundial, aproximando-a ao imaginário coletivo presente no discurso daquele momento. Em seguida, apresentaremos as principais características do *Office of the Coordinator of Inter-american Affairs* e as suas intenções com a indústria do cinema do período. Neste ponto, vale lembrar que mediante a relação entre governo e indústria emergiu um conceito que não está diretamente associado ao nosso objeto (*Fantasia*), mas que é importante para entendermos a lógica de produção de Hollywood durante a Segunda Guerra: o cinema de propaganda.

Após conhecermos o contexto estadunidense, faz-se igualmente necessário percebermos algumas particularidades do governo brasileiro conhecido como Estado Novo, e o seu Departamento de Imprensa e Propaganda, órgão de confiança do presidente Getúlio Vargas, responsável pela propaganda nacional, e também pela colaboração com a Boa Vizinhança, incluindo a organização de recepções de filmes e animações distribuídas no país. É a partir daqui que podemos dissertar sobre o impacto dos filmes do *Office* no Brasil e começar a entender a contribuição de Walt Disney neste âmbito, voltando-nos a questão central desse capítulo: Como foi, afinal, que Disney se tornou um embaixador da Boa Vizinhança? Foi o *Office* que o procurou ou foi uma iniciativa do empresário? E *Fantasia*? Qual o papel da animação nesse contexto e por que estamos defendendo a importância da sua recepção no Brasil se a obra não aborda temas da Boa Vizinhança? Por que ela foi escolhida para ser uma peça diplomática? De quem foi essa escolha?

À medida que responderemos essas questões, veremos que mais uma vez a vida e a obra de Walt Disney caminharam conforme os fatores internos e externos que ocorreram com a empresa. Se já vimos que durante os anos 1930 Disney precisou se adaptar a Grande

Depressão e ao *Código Hays*, daqui em diante veremos como foi a relação do empresário com uma greve dos empregados, e como isto, a Segunda Guerra Mundial e a Política de Boa Vizinhança determinaram o modo de produção de animações desse período.

3.1. A Política de Boa Vizinhança, a hegemonia e o imaginário estadunidense

Se desde o final do século XIX os Estados Unidos intervinham em países do continente pregando a “América para os americanos” por meio de políticas como a do *Big Stick*⁵⁸², caracterizada pelo uso da força; durante os anos 1930 o país mudou de estratégia, e a partir da Boa Vizinhança conseguiu finalmente consolidar a sua hegemonia perante a América. A Política de Boa Vizinhança foi iniciada com a posse do presidente Franklin Delano Roosevelt, em 1933, mas foi com a emergência da Segunda Guerra Mundial que ela realmente passou a ser vista como indispensável para os propósitos do governo estadunidense. Na época, os Estados Unidos temiam que a influência europeia de imigrantes, principalmente alemães em países como o Brasil e a Argentina pudesse levar essas nações a um alinhamento com o Eixo. Os Estados Unidos necessitavam, assim, procurar persuadir os latino-americanos para o lado Aliado do conflito, mas, especialmente, para o lado estadunidense.

A Política de Boa Vizinhança significou pela primeira vez na história dos Estados Unidos um interesse de relações com a América Latina que incluiu, ao menos teoricamente, um sentimento de solidariedade continental e propôs o fim do intervencionismo. De acordo com Gerson Moura, essa posição foi decisiva, uma vez que os países latino-americanos estavam receosos com as políticas antigas que por consequência fomentavam o sentimento anti-americanista⁵⁸³. Mas, se os métodos do governo mudaram, os objetivos permaneceram os mesmos: obter a hegemonia sob os demais países americanos, minimizar a influência europeia na América e manter o alinhamento e a colaboração interamericana pela defesa do continente⁵⁸⁴. Dessa

⁵⁸² Em português ‘grande porrete’, se refere à política externa dos Estados Unidos sob a presidência de Theodore Roosevelt (1901-1909), onde os objetivos eram sobrepor a influência estadunidense no continente Americano em detrimento de influências européias.

⁵⁸³ Cf. MOURA, 2012, p. 39-45.

⁵⁸⁴ Cf. MOURA, 1985, p. 18.

maneira, a Boa Vizinhança não representou o fim dos antigos objetivos imperialistas dos Estados Unidos, mas sim “uma transformação criativa de outros métodos de controle e dominação”⁵⁸⁵. De acordo com Perry Anderson, eram duas as prioridades dos Estados Unidos naquele momento: “O mundo deveria ser transformado em um lugar seguro para o capitalismo em geral; e, dentro do mundo do capitalismo, os Estados Unidos deveriam reinar supremos”⁵⁸⁶. Assim, embora teoricamente a Boa Vizinhança principiasse um fator de igualdade entre as nações americanas, o seu sistema foi, nas palavras de Alexandre Busko Valim, “definido e dominado pelos interesses e objetivos estadunidenses”⁵⁸⁷.

A Segunda Guerra Mundial foi, portanto, o momento em que os Estados Unidos estabeleceram a sua hegemonia no continente americano⁵⁸⁸. A partir de uma hegemonia econômica “menos custosa, menos arriscada e mais lucrativa” do que a dominação colonial direta, segundo Ellen Wood, os Estados Unidos tornaram-se o primeiro império verdadeiramente capitalista do mundo. Conforme a historiadora, ainda que tenha sido a Inglaterra o primeiro país a “ver o surgimento de um sistema capitalista e a criar uma forma de imperialismo movido pela lógica do capitalismo”⁵⁸⁹, ao final da Segunda Guerra os Estados Unidos formaram o primeiro império precisamente capitalista, pois diferente do antigo modelo de império colonial, não dominou territórios e povos mediante a coerção, mas passou a exercer o domínio local por meios econômicos⁵⁹⁰. Dessa maneira, os Estados Unidos construíram uma nova forma de imperialismo, onde o seu poder de dominação não se faz pela colonização tradicional, “mas em grande parte pela manipulação dos mecanismos econômicos do capitalismo”⁵⁹¹. De acordo com Wood,

⁵⁸⁵ Cf. VALIM, 2017, p. 38.

⁵⁸⁶ Cf. ANDERSON, P. *A Política Externa Norte-Americana e seus Teóricos*. São Paulo: Boitempo, 2015, p. 24.

⁵⁸⁷ Cf. VALIM, 2017, p. 39.

⁵⁸⁸ Não seria errôneo chamar essa hegemonia, também, de ocidental, uma vez que a entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial alterou os rumos do conflito e, desde então, o país vem influenciando a economia ocidental de maneira hegemônica. A autora Ellen Wood vai ainda mais longe e define essa hegemonia como global. Cf. WOOD, Ellen Meiksins. *O Império do Capital*. São Paulo: Boitempo, 2014.

⁵⁸⁹ Cf. WOOD, 2014, p. 65

⁵⁹⁰ Ellen Wood afirma que a “era clássica do imperialismo” (com os impérios como o Inglês, o Espanhol, o Português, etc.) terminou efetivamente com a Primeira Guerra Mundial, quando os Estados Unidos já davam sinais de que construíram um ‘novo’ imperialismo. Cf. WOOD, 2014, p. 23; 97-100.

⁵⁹¹ Cf. WOOD, 2014, p. 10.

nesse imperialismo o mercado exerce uma força própria que “impõe a todos, capitalistas e trabalhadores, certos requisitos sistêmicos impessoais de concorrência, acumulação e maximização de lucros”⁵⁹². Como a vida social passa a ser cada vez mais regrada pelas leis da economia, todos dependem do mercado para suas necessidades mais básicas, desde a circulação de bens e serviços, à disposição do trabalho e a própria organização do tempo. Para a autora, então, o que torna esse imperialismo especificamente capitalista é a predominância da coerção econômica. Isso não significa dizer, entretanto, que o imperialismo estadunidense abra mão de formas de coerções extraeconômicas. Wood afirma, aliás, que a supremacia militar dos Estados Unidos foi assegurada com as bombas atômicas em Hiroshima e Nagasaki⁵⁹³. Também podemos tomar outro exemplo: em relação ao Brasil, embora não tenha sido necessário, o país tinha um plano de tomar parte do território à força, caso o governo brasileiro não cooperasse e não permitisse que os Estados Unidos estabelecessem bases militares na costa nordeste, uma região considerada estratégica pela sua proximidade com a África⁵⁹⁴.

Contudo, esse imperialismo denominado por Wood de econômico é também cultural, e por isso, é conhecido há mais tempo na historiografia por esta designação. Um dos autores que se utiliza dessa nomenclatura é Moura, que define ‘cultura’ como o “sentido amplo dos padrões de comportamento, da substância dos veículos de comunicação social, das expressões artísticas e dos modelos de conhecimento técnico e saber científico”⁵⁹⁵. Entendemos a cultura, também, como um terreno de disputas, onde produções culturais surgem e produzem significados em determinados contextos. Segundo Octavio Ianni, a cultura não deixa de ser uma forma de ideologia do capitalismo, uma vez que ela reúne, organiza e desenvolve “os ideais, valores, princípios e doutrinas que indicam as condições, os limites e as direções do pensamento e do comportamento das pessoas, grupos e classes sociais”⁵⁹⁶. Se a cultura capitalista está inserida incorporada ao sistema social, os mesmos meios

⁵⁹² Cf. WOOD, 2014, p. 22.

⁵⁹³ Cf. WOOD, 2014.

⁵⁹⁴ Cf. CASTRO, Nilo André Piana de. *Alô Amigos! Você já foi à Bahia?* In: CASTRO (org.). *Cinema e Segunda Guerra*. Porto Alegre: UFRGS, 1999, p. 260.

⁵⁹⁵ Cf. MOURA, 1985, p. 8.

⁵⁹⁶ Cf. IANNI, Octavio. *Imperialismo e Cultura*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1979, p. 26.

culturais que produzem entretenimento são também industriais ou empresariais, e visam o lucro. O que faz com que as noções de imperialismo ‘econômico’ e ‘cultural’ não sejam divergentes, afinal, os meios de comunicação e cultura são produzidos, distribuídos e exibidos, neste caso, pela lógica capitalista. No período em questão, a cultura estadunidense foi vendida a partir de produtos de vestuários, alimentícios, e de entretenimentos, que visaram à promoção de um modo de vida estadunidense, mas também a expansão de seus mercados. Logo, este imperialismo se fez tanto pela dominação cultural quanto econômica, pois esses fatores “se mesclaram em um amplo esforço”, embora não tenham faltado “contradições e divergências”⁵⁹⁷.

Do ponto de vista cultural, cabe aqui relacionarmos o imperialismo estadunidense com o imaginário coletivo do país. Nesse período, a visão estadunidense em relação ao restante da América estava intimamente atrelada a esse imaginário, chamado *Wilderness*, que significava “deserto, ermo, sertão, solidão, região inculta, imensidão, grande quantidade, multidão, miscelânea”⁵⁹⁸. O *Wilderness* era relacionado ao Oeste estadunidense do século XIX, um território despovoado ou com uma população primitiva, considerada ausente de civilização. Ao analisar artigos da revista *Seleções*, a historiadora Mary Anne Junqueira constatou que durante a Segunda Guerra Mundial essa visão foi adotada pela revista quando se referia à América Latina, considerada pouco civilizada e interpretada como um ambiente propício ao ingresso do inimigo externo, especialmente, o alemão e o japonês⁵⁹⁹. De acordo com esse imaginário, o estadunidense era representado como civilizado, superior e moderno; e o latino-americano como incivilizado, inferior e atrasado. Além disso, até então os latino-americanos foram vistos pelos estadunidenses praticamente como iguais, sem haver percepção das diferenças culturais existentes em cada país. A emergência da guerra, no entanto, fez com que o governo dos Estados Unidos olhasse para o continente pela ótica da Política de Boa Vizinhança, com a proposta de compreender cada uma das nações (ou, ao menos aquelas de maior interesse comercial) individualmente. Nesse

⁵⁹⁷ Cf. VALIM, 2017, p. 38.

⁵⁹⁸ Cf. JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao Sul do Rio Grande. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970)*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000, p. 58.

⁵⁹⁹ *Reader's Digest* foi uma revista estadunidense de grande circulação na América Latina. No Brasil começou a ser veiculada em 1942, com o título de *Seleções*. Cf. JUNQUEIRA, 2000, p. 146.

período, portanto, o mundo exterior à fronteira com o Rio Grande, apesar de considerado limitado de civilização, passou a ser visto como um território de possibilidades de modernização e de potencialidades econômicas. E, assim como ocorreu durante o período conhecido como a Conquista do Oeste, o sujeito considerado ideal para levar a civilização até o novo território era chamado de “pioneiro”; ou seja, um visionário, um empreendedor. É nesse sentido que os estadunidenses que atuaram como ‘embaixadores’ da Política de Boa Vizinhança estiveram representando os pioneiros, à medida que tiveram como ‘missão’ levar a modernidade e a civilização para a América Latina; e, conforme veremos, Walt Disney, à época já conhecido como um *self made man*, demonstrou ser um dos embaixadores mais qualificados daquele momento.

Todavia, esse discurso embasado no imaginário não deve ser visto como algo imposto, vindo de fora para dentro. Pois, a hegemonia foi negociada com as autoridades e elites dos países da América Latina que, ao defender a modernização de supostos espaços ausentes de civilização, de alguma maneira, consciente ou inconscientemente, aceitaram se colocar em uma condição de inferioridade. Se a hegemonia estadunidense foi justificada à medida que levaria o capitalismo ao território e prometia que, conseqüentemente, faria com que a região abandonasse ou amenizasse a sua posição inferior; essa noção também estava presente de alguma forma no imaginário latino-americano.

Podemos compreender essa relação ao observarmos o conceito de hegemonia definido por Antônio Gramsci. De acordo com o historiador, a hegemonia é a capacidade de um determinado grupo social de unificar a favor do seu propósito político um outro grupo heterogêneo. Assim, o grupo hegemônico é dominante em relação ao outro. Essa superioridade não é apenas política, mas também cultural e ideológica e, dessa maneira, interfere nos meios de comunicação e de cultura locais. Nas palavras do autor: “a realização de um aparato hegemônico, enquanto cria um novo terreno ideológico, determina uma reforma das consciências e dos métodos de conhecimento”⁶⁰⁰. Porém, o conceito de hegemonia não deve ser entendido como uma forma de subordinação massiva. O grupo dominante avalia os interesses dos demais e, assim, estabelece compromissos, principalmente com as classes de intelectuais locais. Nesse sentido, Luis Fernando Ayerbe apontou para a dependência da América Latina em relação aos Estados Unidos sem

⁶⁰⁰ Cf. GRAMSCI, Antônio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978, p. 52.

deixar de citar que o imperialismo foi possível ao abranger os interesses das classes dominantes dos países chamados à época de subdesenvolvidos: “[...] os interesses das economias centrais (e das classes que as sustentam) se articulam no *interior* dos países subdesenvolvidos com os interesses das classes dominantes locais”⁶⁰¹, e essa articulação insere-se em maior ou menor grau em toda a sociedade. Em concordância, consideramos que a hegemonia estadunidense foi possível porque teve o apoio de boa parte das elites dos países latino-americanos, pois a intromissão cultural estadunidense vinha de acordo com os seus interesses, principalmente pela importação da modernidade e da industrialização que os Estados Unidos representavam.

Dessa forma, a hegemonia não é um sistema imutável, mas sim negociável, pois se faz, refaz e desfaz de acordo com os interesses dos sujeitos envolvidos. Para Jesús Martín-Barbero, a hegemonia é um “processo vivido, feito não só de força, mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade”⁶⁰². Raymond Williams igualmente defende que a hegemonia é um processo complexo que pode se renovar continuamente. Para ele, em qualquer sociedade existe um sistema central de práticas significadoras dominantes que não são abstratas, mas sim organizadas e vividas⁶⁰³. É por esta interpretação que a hegemonia não deve ser entendida como simples manipulação, pois se trata de um conjunto de valores e expectativas que aparecem confirmando-se mutuamente a partir de uma aceção de realidade que é vivida por uma maioria de pessoas dentro de uma sociedade. Logo, de maneira nenhuma a hegemonia é estática, e sim um processo social e real que possui modos de incorporação, geralmente mediadas por instituições de ensino, cultura e economia, além de meios de comunicação que selecionam e enfatizam certas práticas e significados. Nesse sistema, cada indivíduo pode reinterpretar, diluir e contradizer os elementos da cultura dominante, o que torna o processo ainda mais complexo e continuamente ativo e adaptável. Por conseguinte, podemos dizer que a dominação imperialista é hegemônica, mas não homogênea, devido à multiplicidade e à divergência dos interesses dos vários grupos em cada país dependente.

⁶⁰¹ Cf. AYERBE, Luis Fernando. Imperialismo e Dependência Estrutural. In: AYERBE, Luis Fernando. *Estados Unidos e América Latina: A Construção da Hegemonia*. São Paulo: UNESP, 2002, p. 61.

⁶⁰² Cf. MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 112.

⁶⁰³ Cf. WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Materialismo*. São Paulo: UNESP, 2011.

Assim, a política cultural do imperialismo foi parte integrante da diplomacia dos Estados Unidos, e as negociações entre o país hegemônico e o Brasil se fizeram em grande medida a partir de variados instrumentos culturais utilizados como técnicas de persuasão, como filmes, traduções de livros estadunidenses, programas de rádio, programas de intercâmbio, noticiários e artigos de imprensa, exposições fotográficas, cartazes, panfletos, etc⁶⁰⁴. As mediações dessas ferramentas ocorreram, principalmente, pelo *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* e, portanto, cabe aqui fazermos considerações acerca da agência e do seu vínculo com o cinema, uma vez que essa relação percorrerá a nossa dissertação deste ponto em diante.

3.2. O *Office* e o cinema

Para executar os projetos da Política de Boa Vizinhança, em 16 de agosto de 1940 o governo de Rossevelt criou um órgão destinado a coordenar seus planos em relação à América Latina, que foi chamado de *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (Escritório de Coordenação de Assuntos Interamericanos). O OCIAA, ou simplesmente *Office*, existiu até o final da Segunda Guerra Mundial, e por ser um órgão subordinado ao Conselho de Defesa Nacional do governo estadunidense, esteve diretamente vinculado aos esforços do conflito. O órgão não participou do *front* armado, mas como não existe guerra sem representação⁶⁰⁵, foi o responsável pela execução de boa parte da chamada 'guerra psicológica' ou de propaganda, que ocorreu por meios como a imprensa, a publicidade, o rádio e o cinema.

O coordenador do *Office* era o milionário Nelson Rockefeller, neto do fundador da *Standard Oil*, empresa petrolífera de grande importância que estava presente em vários países da América Latina. Mas, segundo Antonio Pedro Tota, a escolha de Roosevelt pelo nome de Rockefeller para ocupar este cargo aconteceu menos devido a sua tamanha fortuna, e mais as suas relevantes amizades com as elites latino-americanas. Anos antes da criação do *Office*, Rockefeller já demonstrava interesse pela América Latina e, em 1937, quando esteve pela primeira vez no Brasil, fez e manteve contatos variados no país, com intelectuais de “esquerda, de direita e independentes”, fez amizade com “políticos, artistas, agricultores, fazendeiros, banqueiros, escritores,

⁶⁰⁴ Cf. IANNI, 1979, p. 39-41.

⁶⁰⁵ Cf. VIRILIO, Paul. *Guerra e Cinema*. São Paulo: Página Aberta, 1993, p. 12.

jornalistas, cientistas, arquitetos e simples empregados de suas empresas⁶⁰⁶. Assim como Roosevelt, Rockefeller acreditava que os Estados Unidos deveriam se instalar ao máximo na América Latina, como medida de segurança continental e para obter a cooperação desses países. Para essa dupla, a maneira mais eficiente de se fazer isso consistia na intervenção cultural⁶⁰⁷.

O *Office* comportava basicamente quatro setores: comunicações; relações culturais; saúde; e comercial/financeiro. O setor de comunicações abrangia rádio, cinema, imprensa, viagens e esportes. O setor de relações culturais relacionava-se com arte, música, literatura, publicações, intercâmbio e educação. O setor de saúde empenhava-se em problemas sanitários. E o setor comercial/financeiro incluía transportes, exportação, finanças e desenvolvimento⁶⁰⁸. Contudo, é importante salientarmos que todos esses departamentos estão intrinsecamente ligados. A divisão de cinema, por exemplo, esteve relacionada com a imprensa, a música, o turismo, o desenvolvimento, a educação e até a saúde; pois o *Office* elaborou filmes que contribuíram em todas essas áreas.

A divisão de cinema do *Office* foi chamada de *Motion Picture Division* (MPD), e foi inicialmente dirigida pelo milionário John Hay Whitney. Jock Whitney, como ficou conhecido, foi um empresário de grande influência em Hollywood, e na direção da MPD ajudou a conduzir o *Office* ao posto de principal instituição governamental a encomendar filmes a Hollywood durante a Segunda Guerra Mundial⁶⁰⁹. A Política de Boa Vizinhança desejava conquistar os latino-americanos mediante a expansão cultural, e entre todos os meios de comunicação e entretenimento, o cinema era o que melhor representava o *American Way of Life*. A MPD encomendou a produções de filmes, curtas e longas, e cinejornais com temas latino-americanos para o público estadunidense conhecer melhor os seus vizinhos do sul e, vice e versa. Os temas geralmente foram focados em supostas semelhanças entre os americanos do sul e do norte, instigando o turismo entre as partes e ressaltando os valores como modernidade, urbanização, progresso e

⁶⁰⁶ Cf. TOTA, 2000, p. 18.

⁶⁰⁷ Sobre a atuação de Nelson Rockefeller (em nome da Política de Boa Vizinhança) no Brasil, Cf. TOTA, Antônio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

⁶⁰⁸ Cf. MOURA, 1985, p. 23.

⁶⁰⁹ Não apenas Whitney. Em 1942 a direção da MPD passou para Francis Alstock. Cf. VALIM, 2017, p. 26.

industrialização. A MPD selecionava as películas dividindo-as entre dois grupos: comerciais ou não comerciais. Os filmes comerciais eram aqueles exibidos em salas de cinemas, e os não comerciais os filmes produzidos para escolas, clubes, praças, igrejas, empresas, sindicatos, entre outros espaços⁶¹⁰. Todos eram estrategicamente pensados para circular tanto dentro dos Estados Unidos quanto dos países latino-americanos, muitas vezes, com mais êxito do que os filmes produzidos pelos cinemas nacionais.

As funções da MPD eram divididas em dois escritórios, um em Washington e outro em Nova York. De acordo com Valim, o primeiro “ficava encarregado de estabelecer as diretrizes políticas do setor e coordenar o relacionamento com as demais agências governamentais”⁶¹¹. Já o escritório de Nova York possuía atribuições executivas e era dividido em três seções: a *Newsreel Section*, responsável pela inclusão semanal de assuntos relevantes quanto às relações interamericanas para as produções de cinejornais; a *Distribution Section*, que organizava e distribuía equipamentos necessários para as exibições e os filmes de 16 mm em toda a América Latina, assim como organizava as exibições das películas com temas latino-americanos nos Estados Unidos. E a *Production and Adaptation Section*, encarregada da seleção dos temas, estruturação dos roteiros, e supervisão dos filmes de 16 mm feitos por produtores independentes dos Estados Unidos; bem como da seleção, adaptação e da distribuição das películas para os países latino-americanos. Sobre a adaptação, referimos a tradução dos filmes para as duas línguas - o português e o espanhol. Isso ocorria na maioria das vezes mediante legendas, já que os filmes legendados eram a preferência dos espectadores com maior nível de escolaridade e poder aquisitivo que residiam nas maiores cidades do país⁶¹²; e era justamente esse o público mais almejado pela Boa Vizinhaça.

Por outro lado, Hollywood e o *Office* encontravam dificuldades de inserção e de divulgação dos valores e da democracia estadunidense em países com altas taxas de analfabetismo. Na interpretação de Antonio Tota, essa condição impedia as populações de “entenderem em termos práticos o funcionamento de um governo democrático”⁶¹³. Nesse âmbito, os filmes dublados podiam ser poderosos aliados quando o

⁶¹⁰ Cf. TOTA, 2000, p. 62.

⁶¹¹ Sobre todo o parágrafo, Cf. VALIM, 2017, p. 27.

⁶¹² Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 159.

⁶¹³ Cf. TOTA, 2014, p. 136.

objetivo era alcançar um público mais amplo. Walt Disney, que já vinha investindo em dublagens em seus longas-metragens mesmo antes de trabalhar para o *Office*, mostrou à agência que poderia contribuir nesse sentido. Quando *Pinóquio* chegou dublado ao Brasil, por exemplo, houve vários leitores que se encantaram com a iniciativa e escreveram para revista *A Cena Muda* “sugerindo que se adaptasse o mesmo processo em todas as películas vindas do estrangeiro”⁶¹⁴. Seguindo essa fórmula, os longas-metragens encomendados à Disney pelo *Office* também foram dublados em português e espanhol, e resultaram em absolutos sucessos, entre outros fatores, por terem abrangido todas as camadas sociais. Já os curtas-metragens animados, por serem planejados para as exposições não comerciais, foram distribuídos na maioria das vezes com legendas, e também obtiveram boas repercussões. Produzidos em animação ou em ação ao vivo, a MPD investiu, sobretudo, na produção de filmes com mensagens claras e objetivas, com o objetivo de facilitar a compreensão das populações latino-americanas. Nesse sentido, os materiais visuais da Política de Boa Vizinhança fizeram parte de um “projeto civilizatório com o qual os Estados Unidos buscaram alavancar a América Latina do seu patamar de desenvolvimento”⁶¹⁵; e que foi possível especialmente pela contribuição do modo de produção de Hollywood e da sua capacidade de atingir amplas audiências.

A relação da MPD com Hollywood era mediada por uma instituição criada com esse propósito, chamada *Motion Picture Society for the Americas* (MPSA). Essa organização tinha uma mesa diretora composta por nomes importantes do ramo cinematográfico⁶¹⁶ e era responsável por defender os interesses dos produtores de cinema junto às negociações com Washington. Esses ‘interesses’ não eram muito diferentes de quaisquer outras indústrias daquele momento, e podem ser resumidos em um objetivo principal: garantir a lucratividade em um período de racionamentos gerados pela guerra. A indústria do cinema também pretendia manter as suas próprias características de produção, que já eram consideradas as “mais significativas forças culturais e

⁶¹⁴ Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 21 jan. 1941, p. 01.

⁶¹⁵ Cf. VALIM, 2017, p. 28.

⁶¹⁶ Como Joseph I. Breen, Hall Wallis, Harry Cohn, H. M. Warner, Fred W. Beetsom, Samuel Briskin, Y. Frank Freeman, M. J. Siegel, Darry Zanuck, E. J. Mannix, Bert Allenberg, David O. Selznick, Samuel Goldwyn, Sheridan Gibney e Kenneth Thompson. Cf. VALIM, 2017, p. 26.

sociais do país”⁶¹⁷. E por que não, lucrativas? Afinal, na época, Hollywood era a 14ª maior indústria dos Estados Unidos e a maior de todas em Los Angeles⁶¹⁸. Enquanto indústria, o cinema viu seus lucros chegarem a números nunca antes alcançados e, por isso, os empresários investiram também no setor de exibição estrangeiro mesmo antes da emergência do conflito, fazendo com que o cinema dos Estados Unidos já exercesse influência e fosse considerado o mais ‘moderno’ entre todos os cinemas americanos. Unindo entretenimento caracteristicamente estadunidense e lucro financeiro, Hollywood aparecia, portanto, como uma representação da cultura estadunidense, sendo, ao mesmo tempo, uma indústria que possuía interesses mútuos com os projetos do governo diante da América Latina.

Entre outras atividades, cabia a MPSA incentivar a produção de filmes que divulgassem uma imagem positiva da América Latina nos Estados Unidos, criando, por exemplo, representações de personagens latino-americanos⁶¹⁹. Uma vez que os objetivos centrais da Política de Boa Vizinhança implicavam em persuadir pessoas e grupos envolvidos nas relações imperialistas, as orientações do *Office* visavam dois grupos de espectadores: os latino-americanos e os estadunidenses. Os primeiros precisavam ser convencidos de uma aproximação do *American Way of Life*, e os segundos deveriam observar que os demais povos americanos não eram tão diferentes quanto eles poderiam supor, ou muito menos, primitivos⁶²⁰. Logo, os filmes precisavam passar uma boa imagem dos Estados Unidos, mas também deveriam construir uma boa imagem dos latino-americanos, caso contrário, seria difícil obter o respeito e a admiração dessas populações. Ao mesmo tempo, os estadunidenses precisavam começar a olhar para os latino-americanos pela ótica da Boa Vizinhança, enxergando a partir dos filmes que os povos do sul poderiam tornar-se ‘bons amigos’.

Essas últimas questões eram as mais complexas do sistema de produção dos filmes da Boa Vizinhança, pois à época eram comuns os estereótipos empregados na indústria cinematográfica. Da mesma maneira que já vimos, como exemplo, os estereótipos raciais que Walt

⁶¹⁷ Cf. OLIVEIRA, Celso Fernando Claro de. *A Sra. Miniver vai ao Brasil: A Recepção dos ‘Filmes de Home Front’ na Imprensa do Rio de Janeiro (1942-1945)*. Tese (doutorado). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2016, p. 100-101.

⁶¹⁸ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 125.

⁶¹⁹ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 102-103.

⁶²⁰ Cf. VALIM, 2011, p. 05.

Disney produziu em *Fantasia*; em conformidade com o imaginário coletivo estadunidense havia também um olhar preconceituoso sobre os latino-americanos, especialmente relacionado à mestiçagem. Os filmes que abordavam a América Latina costumavam descrever uma região exótica e traziam personagens como “mulheres altamente sexualizadas, bandidos, cidadãos indolentes e autoridades corruptas”⁶²¹. Em Los Angeles o racismo chegava a provocar a violência física, e enquanto Roosevelt discursava pela Boa Vizinhança, a região de Hollywood do início dos anos 1940 registrava frequentes casos de agressões a imigrantes mexicanos, muitas vezes iniciadas pelas próprias autoridades policiais⁶²². Mas, como no momento da Segunda Guerra Mundial as ideias racistas foram colocadas em questionamento, os preconceitos do povo estadunidense foram encarados como um obstáculo pelo governo. “É preciso saber mais sobre os latino-americanos”, recomendou o presidente Roosevelt em uma entrevista coletiva no início do ano de 1940, “porque eles são seres-humanos e se consideram tão bons quanto nós. E muitos deles de fato o são”⁶²³. De acordo com Bianca Freire-Medeiros, uma das funções do *Office* era, assim, ajudar a criar uma atmosfera de apreciação e respeito pela cultura da América Ibérica⁶²⁴, e auxiliar no controle de produção e distribuição de filmes que pudessem transmitir uma imagem comprometedora dos Estados Unidos nesse sentido. Essa é uma questão, portanto, bastante frisada pelos

⁶²¹ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 103.

⁶²² Otto Friedrich escreveu sobre a ironia de uma Los Angeles que construiu um imaginário que se ‘orgulhava’ da sua herança de imigração implícita no nome da cidade, mas que na realidade perseguia seus cerca de 250 mil habitantes mexicanos. De acordo com o autor, era comum que as forças armadas dos Estados Unidos atacassem, violentassem e prendessem mexicanos nas ruas de Los Angeles. E para se defender, os mexicanos começaram a formar gangues. Segundo Friedrich, durante os anos da guerra chegaram a haver tumultos que se tornaram realmente embaraçosos para Roosevelt, que naquele momento procurava um alinhamento do México por meio da Política de Boa Vizinhança. Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 148-150.

⁶²³ A historiadora Bianca Freire-Medeiros capturou essa citação de Franklin Delano Roosevelt em uma obra do autor Irwin F. Gellman. Cf. GELLMAN, I. F. *Good Neighbor Diplomacy: United States policies in Latin America, 1933-1945*. Baltimore/London: The Johns Hopkins University Press, 1979, p. 157 apud FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, v. 3, 2004, p. 63.

⁶²⁴ Cf. FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 63.

documentos do *Office* quando direcionados aos estúdios. E mais adiante retornaremos a ela por meio de um dos contratos da agência com Walt Disney.

Hollywood, entretanto, antes de prosseguir com as orientações do governo, continuava a seguir a sua própria autocensura - o *Código Hays*. Segundo Celso Fernando Claro de Oliveira, se Hollywood era uma indústria altamente organizada e já consolidada, as recém-criadas agências governamentais para o esforço de guerra enfrentavam disputas internas e uma burocracia problemática, que acabavam permitindo que os empresários do cinema seguissem as orientações de Washington conforme “bem entendessem”⁶²⁵. Por mais que houvesse um esforço do governo em não produzir imagens preconceituosas, algumas películas seguiram cometendo ‘gafes’. A América Latina continuou sendo representada como exótica, com belos lugares para se passar as férias e com recursos disponíveis para o esforço de guerra⁶²⁶; e mesmo representadas com potencial para a modernidade, ao mesmo tempo a identificação das nações 'subdesenvolvidas' como atrasadas continuou evidenciando o discurso de superioridade estadunidense e de inferioridade latina. Porém, uma mudança notável é que até então eram os personagens mexicanos que frequentemente apareciam como os vilões dos filmes, mas nessa época eles foram substituídos, preferencialmente, pelas representações de japoneses e alemães⁶²⁷. Principalmente após o ataque japonês à Pearl Harbor, em sete de dezembro de 1941, quando ficou claro para Hollywood quem eram os inimigos daquele momento.

Também foi a partir do evento de Pearl Harbor que ocorreram as tentativas mais diretas de intervencionismo estatal na indústria cinematográfica⁶²⁸. Além do *Office*, existiram outras agências governamentais que orientaram a indústria cinematográfica quanto ao esforço de guerra, como o *Bureau of Motion Pictures* (BMP), que avaliava filmes e roteiros, e produzia “curtas-metragens informativos, de treinamento e de propaganda”⁶²⁹ e esteve relacionado principalmente

⁶²⁵ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 112.

⁶²⁶ MACEDO, Kárita Bernardo de. O “Office of the Coordinator of Inter-American Affairs” entra em cena: novas abordagens para uma Política de Boa Vizinhança. *9º Encontro Nacional de História da Mídia*. Ouro Preto, 2013, p. 05.

⁶²⁷ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 120.

⁶²⁸ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 86.

⁶²⁹ O BMP era subordinado ao *Office of War Information* (OWI), órgão criado em julho de 1942. Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 88.

aos filmes de *home front*⁶³⁰. Em 1942, o BMP chegou a formular uma cartilha especializada com o intuito de padronizar a produção dos filmes de guerra. A cartilha levava sete reflexões aos produtores, sendo a primeira e a mais importante delas: “Esse filme ajudará a vencer a guerra?”. Os estúdios deveriam pensar nessa e nas demais questões da cartilha⁶³¹ ao iniciar a produção de qualquer filme do período. Mas ainda que o documento tenha sido inicialmente bem recebido pelas companhias cinematográficas⁶³², o que continuou prevalecendo, como já dissemos, foram os códigos de produção anteriormente estipulados por Hollywood.

Por outro lado, muitos estúdios necessitavam de contratos com o governo para se manterem ativos no mercado cinematográfico. A guerra levou a escassez à Hollywood de diversas formas. A começar pela falta de materiais, como açúcar, resina, madeira e metais utilizados para a confecção dos cenários, assim como o celuloide, que naquele momento

⁶³⁰ Os filmes de *home front* estiveram vinculados ao esforço de guerra, e de acordo com a pesquisa de Celso Oliveira, para além da população estadunidense, eles também foram importantes para a “mobilização da população civil brasileira no esforço doméstico nacional”. Além disso, os filmes de *home front* se empenharam em passar uma imagem positiva dos Estados Unidos mediante o conflito. Esses filmes tiveram tramas centradas em “temas relacionados à mobilização da população civil, tais como trabalho feminino, racionamentos, serviço voluntário, campanhas para doação de materiais essenciais, etc”. Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 20.

⁶³¹ A cartilha foi chamada *Government Information Manual for the Motion Picture Industry* (GIMMPI). Seguem as outras seis reflexões: “Qual informação a respeito da guerra o filme pretende esclarecer, dramatizar ou interpretar?; Se é um filme ‘escapista’, ele irá prejudicar o esforço de guerra ao criar uma falsa imagem da América, seus aliados ou do mundo em que vivemos?; O filme meramente se aproveita da guerra como base para obtenção de lucros, contribuindo de forma pouco ou nada significativa para o esforço de guerra e, possivelmente, diminuirá o impacto de outras produções de maior importância?; O filme contribui com algo novo para nosso entendimento do conflito mundial e das várias forças nele envolvidas ou esse assunto já foi abordado?; Quando um filme atingir o máximo de sua circulação nas salas de cinema, ele ainda refletirá as condições como estarão naquele determinado momento ou estará ultrapassado?; O filme diz a verdade ou os jovens de hoje terão razão em dizer que eles foram enganados por propaganda?”. Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 89.

⁶³² De acordo com Oliveira, a boa relação entre Hollywood e o BMP começou a se deteriorar ainda em 1942, e no ano seguinte o BMP já havia perdido a maior parte da sua importância e do seu orçamento. Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 96-100.

era “requisitado para a produção de explosivos”⁶³³. Havia ainda a restrição e a inflação dos custos, e o desfalque de profissionais que eram convocados para o conflito – desde os mais importantes atores até os técnicos de imagem e som, motoristas, marceneiros, etc.⁶³⁴. De acordo com Friedrich, até outubro de 1942 cerca de 2.700 funcionários de Hollywood haviam entrado para as forças armadas⁶³⁵ incluindo ‘estrelas’ como Henry Fonda, Clark Gable e Tyrone Power⁶³⁶. Mas, aos poucos, ficou nítido como nem Hollywood nem Washington precisavam dessas pessoas pegando em armas, pois era melhor que elas cumprissem o seu dever patriótico fazendo o seu próprio trabalho. Astros do cinema eram úteis explorando o seu estrelismo, entretendo as tropas e a população civil, vendendo bônus de guerra e fazendo filmes de propaganda, por exemplo.

Dessa maneira, apesar de momentos conturbados entre Washington e Hollywood, havia interesses mútuos entre o governo e os representantes da indústria cinematográfica. Com um necessitando do outro para atingir os seus objetivos, a política cultural do imperialismo envolveu, então, a combinação de programas governamentais com a atuação de empresas privadas⁶³⁷. No caso da produção visual, foram três os principais agentes da Boa Vizinhança: as companhias de Hollywood, as agências governamentais e as classes dominantes latino-americanas⁶³⁸ que, conforme estamos defendendo nesse texto, em alguma medida partilharam do imaginário estadunidense em busca da construção de nações modernas. Entre as agências do governo, o *Office* foi a mais bem-sucedida nas mediações com Hollywood, até porque, seus membros eram igualmente da iniciativa privada, o que favoreceu a união do patriotismo com retornos financeiros⁶³⁹.

A indústria do cinema adaptou, então, o seu modo de produção e distribuição de filmes diante da guerra⁶⁴⁰, mas sem deixar de visar algumas condições. Para Oliveira, as mais significativas foram: a obtenção de lucros, a manutenção do sistema de produção monopolizado, e a “divulgação de uma imagem de si própria como uma

⁶³³ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 119.

⁶³⁴ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 107.

⁶³⁵ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 115.

⁶³⁶ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 111.

⁶³⁷ Cf. IANNI, 1979, p. 42.

⁶³⁸ Cf. MAUAD, 2002, p. 11-12. Cf. VALIM, 2017, p. 35-36.

⁶³⁹ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 101.

⁶⁴⁰ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 106.

indústria consciente dos males da guerra e preocupada em fazer sua parte para a vitória”⁶⁴¹. Nesse período, as companhias de Hollywood produziram menos filmes que nos anos anteriores, mas, em geral, investiram em produções de maior qualidade técnica e em estreias que ficaram por mais tempo em cartaz⁶⁴². Assim como Walt Disney já vinha fazendo antes mesmo da guerra, no momento do conflito os produtores, diretores e roteiristas refinaram o sentimento de ‘realismo’ na fórmula da narrativa clássica hollywoodiana⁶⁴³. O período foi, assim, propício para Hollywood mostrar ao mundo o seu conceito de cinema ‘moderno’. Quanto aos filmes encomendados pelo *Office* – tanto os animados quanto os *live action* – além de tecnologicamente ‘superiores’ aos cinemas estrangeiros, deveriam ser também persuasivos pela causa Aliada, podendo ser chamados, portanto, de cinema de propaganda.

3.3. Considerações sobre cinema e propaganda

A Segunda Guerra Mundial foi um momento de testes e comprovações da eficácia da persuasão a partir das mediações culturais, em especial, por meio da propaganda visual, onde as disputas ocorreram entre dois lados opostos – o Eixo e os Aliados. Sobre a propaganda produzida pelo Eixo, a principal expoente foi a alemã, e entre os Aliados, a estadunidense. Cada uma das nações construiu métodos próprios em defesa de ideologias adversas. Contudo, as finalidades das propagações muitas vezes foram semelhantes, afinal, se a propaganda é uma atividade de “uma organização oficial voltada para disseminar consenso em torno de uma política de promoção do governo [...] sobre a opinião pública de seu próprio país ou de um estrangeiro”⁶⁴⁴; então, podemos dizer que ambos os lados da guerra, naquele momento, valeram-se da propaganda para atingir objetivos diplomáticos. Além disso, ambos os lados desde o início viram na propaganda um fenômeno atrelado à cultura e, também pelos dois vieses, o meio que se demonstrou mais eficaz para a promoção política foi o cinema.

A propaganda começou a ser utilizada pelo governo alemão durante os anos 1920 e, desde então, o entretenimento produzido pelo

⁶⁴¹ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 112.

⁶⁴² Cf. SCHATZ, 1991, p. 305.

⁶⁴³ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 106-107.

⁶⁴⁴ Cf. ALONGE, Giaime 2000 apud VALIM, 2017, p. 31.

cinema começou a ser percebido como arma de persuasão⁶⁴⁵. Com a ascensão do partido nazista, o ministro da propaganda do governo de Adolf Hitler, Joseph Goebbels, viu no cinema "um dos meios mais modernos e científicos de influenciar as massas"⁶⁴⁶. Para exaltar a ideologia nazista e a liderança de Hitler, durante os doze anos do regime foram produzidos cerca de 1.350 longas-metragens, sendo a maior parte deles dedicados ao entretenimento que, ao mesmo tempo, apresentavam em seus enredos alguma conotação político-ideológica⁶⁴⁷.

O governo estadunidense começou a utilizar a propaganda durante a Primeira Guerra Mundial e, mesmo limitando a sua aplicação dentro de suas fronteiras, foi capaz de conduzir uma população para os esforços do conflito⁶⁴⁸. Depois, durante os anos 1930, o governo de Roosevelt continuou empregando os meios de comunicação na construção de uma imagem positiva do Estado, e associando a sua própria imagem de presidente a uma figura de eficiência para a nação, como ocorreu com a animação *Os Três Porquinhos*, onde a temática do trabalho foi relacionada com as ações providentes do presidente (conforme já vimos no primeiro capítulo). Com a emergência da Segunda Guerra, o governo estadunidense se apresentou ao mundo como defensor da democracia representativa, e Roosevelt passou a ser visto como um líder na luta contra o nazifascismo⁶⁴⁹. Nesse contexto, o *American Way of Life* foi difundido para além das fronteiras estadunidenses, e para isso, nenhum outro meio foi mais representativo que o cinema.

Porém, se na prática o cinema já demonstrava o seu potencial, para os teóricos estadunidenses as atividades entre entretenimento e

⁶⁴⁵ Segundo Marc Ferro, foram os alemães e os soviéticos os primeiros a perceberem o potencial do cinema como arma de propaganda. Cf. FERRO, Marc. *Cinema e História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992, p. 72-73.

⁶⁴⁶ Cf. GOEBBELS 1937 apud PEREIRA, Wagner Pinheiro. O Triunfo do Reich de Mil Anos: cinema e propaganda política na Alemanha nazista (1933-1945). In: CAPELATO, Maria Helena (org.). *Cinema e História*. São Paulo: Alameda, 2007, p. 259.

⁶⁴⁷ Entre as produções cinematográficas do regime nazista, a mais simbólica é o *Triunfo da Vontade*, da cineasta Leni Riefenstahl, lançado em 1935. Cf. PEREIRA, Op. Cit., p. 260-262.

⁶⁴⁸ Cf. CHOMSKY, N. *Media Control: the spectacular achievements of propaganda*. New York: Seven Stories Press, 2002.

⁶⁴⁹ Cf. IANNI, 1979, p. 64.

propaganda pareciam que ainda não se cruzavam⁶⁵⁰. A noção de propaganda não era abordada com unanimidade pelo *Office*, e os empreendimentos nesse sentido procuravam distanciar-se da propaganda alemã, por enxergar o conceito, na época, como um instrumento de manipulação e atribuindo a ele uma conotação negativa. Todavia, as desconfianças com o conceito não impediram que as atividades de propaganda fossem desenvolvidas pelo *Office*⁶⁵¹. A agência investiu em uma forma de persuasão mais “sutil” e “amigável”⁶⁵² para a América Latina, que resultou em um estilo de propaganda notadamente capitalista, numa mescla de persuasão, entretenimento e lucro. De acordo com a historiadora Monica Sol Glik, se para a propaganda nazista o progresso era resultado de um comportamento disciplinado (e controlado pelo Estado), segundo o modo de vida estadunidense o progresso era obtido a partir de produção, consumo e avanços tecnológicos⁶⁵³. Os Estados Unidos viam em si mesmos um modelo de Estado moderno – uma modernidade caracteristicamente daquele tempo presente, baseada na eficiência e na especialização da indústria, e que promovia novos hábitos de consumo que interferiam diretamente na vida cotidiana, como em comportamentos de higiene, alimentação e vestuário.

No embate travado pela ‘modernidade’ em dois flancos, a diplomacia cultural estadunidense projetou, sobretudo, uma imagem positiva do país para fora de suas fronteiras, e construiu uma propaganda articulada por meios de comunicação e entretenimento de alcance hemisférico. E boa parte dessa propaganda foi realizada pelo formato do cinema, uma vez que Hollywood já possuía audiências consideráveis na América Latina. Conforme estamos apontando desde o primeiro capítulo deste trabalho, entre os motivos de sucesso de

⁶⁵⁰ Dois entre os principais teóricos daquele momento foram Edward Bernays, e Harold Lasswell. Cf. VALIM, 2017, p. 29-51.

⁶⁵¹ Segundo Valim, essas atividades também estiveram associadas aos estudos investidos pelo *The Rockefeller Center*, em Nova York. Desde meados da década de 1930 o centro abrigava alguns dos maiores especialistas em propaganda dos Estados Unidos, reunindo estudiosos de áreas diversas, como comunicação, psicologia, história, ciência política e cinema. Cf. VALIM, 2017, p. 27.

⁶⁵² Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 34.

⁶⁵³ Cf. GLIK, Monica Sol. *El Hogar de La Victoria: La promesa del american way of life para América Latina (Estados Unidos – Brasil – Argentina, 1940-1945)*. Tese (Doutorado em História). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015, p. 29-30.

Hollywood sempre estiveram a percepção e a dedicação aos gostos e interesses de seus mais diversos espectadores. Oliveira nos lembra que a propaganda, da mesma maneira, para ser eficaz precisa se ater ao processo de identificação de seus receptores; o que é uma tarefa complexa, pois a sociedade é composta por uma multiplicidade de indivíduos. Com vistas a atingir o maior número de pessoas possível e de uma maneira mais ou menos homogênea, os propagandistas utilizam “mensagens claras e coerentes construídas a partir de simplificações, generalizações e estereótipos”⁶⁵⁴ de fácil identificação pelas camadas médias. Tais medidas, contudo, precisam evitar a identificação dos espectadores com técnicas de propaganda, e é nesse sentido que uma ‘dosagem’ de entretenimento serve adequadamente à execução desses projetos.

Mesmo tendo iniciado a exportação da propaganda tardiamente se comparado à Alemanha, os Estados Unidos investiram tanto na guerra psicológica que se tornaram o país que mais produziu esse tipo de material durante a Segunda Guerra Mundial⁶⁵⁵. De acordo com Oliveira, “as companhias mais ativas nessa empreitada foram a *Warner*, a *Paramount* e a *MGM*, que investiram em filmes concentrados na musicalidade e no colorido dos cenários e figurinos”⁶⁵⁶.

Mas, se eram a musicalidade e a propaganda em cores que mais impactavam espectadores⁶⁵⁷, acrescentamos, então, os estúdios Disney nessa lista. Walt Disney já investia na sonorização e na coloração das películas mesmo antes do conflito, e o seu cinema de animação teve uma participação bastante ativa na produção de propagandas do período, especialmente no que diz respeito em realizar curtas-metragens que abordavam temas leves e descontraídos. Entretanto, essas animações eram associadas, na época, mais ao termo ‘educativo’ que propagandístico. Isso porque naquele momento esses conceitos se misturavam (não apenas nos Estados Unidos, mas também no Brasil, onde essa interpretação de cunho educativo do cinema era relacionada não somente à animação, mas ao cinema como um todo durante a primeira metade do século XX)⁶⁵⁸. Quando se tratava da animação, contudo, o aspecto ‘educativo’ estava quase sempre presente, porque a história desse cinema já havia relevado o seu poder de difundir

⁶⁵⁴ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 45.

⁶⁵⁵ Cf. VALIM, 2017, p. 92.

⁶⁵⁶ Cf. OLIVEIRA, 2016, p. 102.

⁶⁵⁷ Cf. VALIM, 2017, p. 185.

⁶⁵⁸ Discorreremos sobre o cinema brasileiro no tópico seguinte.

mensagens visuais de maneira simples, clara e eficaz. O cinema de animação foi desde o seu surgimento (e continua sendo) capaz de simplificar os aspectos essenciais de qualquer assunto, e isso o coloca em posição de vantagem quando é preciso tornar didático um processo complexo e dotá-lo de ‘vida’ ao mesmo tempo. Para Jacques Aumont e Michel Marie, o cinema de animação é considerado “uma espécie de laboratório figurativo” que consegue aproveitar ao máximo as possibilidades da imagem em movimento⁶⁵⁹. É por isso que a animação sempre foi largamente utilizada em três áreas: a publicidade, a pedagogia, e a propaganda. Ou, nas palavras de Sébastien Denis, a animação é um meio poderoso quando se visa ao menos um desses três objetivos: “vender, educar, e convencer”⁶⁶⁰. Conforme já vimos no primeiro capítulo dessa dissertação, tendo emergido de trabalhos de cartunistas, a animação para fins publicitários é uma das formas mais antigas desse cinema. Primeiro nas telas e depois na televisão, até os dias de hoje, a animação é utilizada para fazer anúncios de produtos. A característica comercial é, então, uma marca da animação publicitária, mas isso não impede que os tipos educativos e propagandísticos também não possam ter esse objetivo. Independente do caráter comercial ou não, podemos definir a animação educativa como aquela que tem a finalidade de explicar um determinado assunto para um grupo de pessoas, seja em instituições públicas ou privadas. E a animação de propaganda como aquela que procura defender alguma causa específica, política e ideológica.

É difícil localizar e datar qualquer um desses tipos de animações, mas sabemos que a animação de propaganda começou a receber maior atenção a partir do contexto da Primeira Guerra Mundial. Uma das animações mais lembradas desse período é *The sinking of the Lusitânia*, do estadunidense Winsor McCay, que abordou a história do navio britânico afundado em 1915 por um submarino alemão, que matou cerca de 1.200 pessoas. Outros países menos conhecidos pelo cinema de animação também realizaram produções seguindo a reprimenda antialemã, como a Argentina, com *Sin dejar rastros* (1918), de Quirino Cristiani, que denunciou o naufrágio de dois navios argentinos causados, também, por um submarino alemão; e até mesmo o Brasil, com *Kaiser*, de 1917, produzida pelo cartunista Álvaro Marins (mais conhecido como Seth). *Kaiser* é considerada a primeira animação brasileira e, vinte e três anos antes do *Grande Ditador*, de Charles Chaplin, a animação

⁶⁵⁹ Cf. AUMONT; MARIE, 2003, p. 19.

⁶⁶⁰ Cf. DENIS, 2010, p. 99.

mostrava o imperador Guilherme II usando um capacete que representava o controle sobre o mundo e, em seguida, sendo engolido por um globo terrestre⁶⁶¹. Assim, “com a liberdade de expressão e a força alegórica que permite”, a animação por vezes foi tomada como “a melhor aliada de muitos criadores que desejaram participar do terreno social ou político”⁶⁶². As animações desse período, todavia, surgiam de maneira autônoma, sendo mais de origem pessoal que governamental, e ocorrendo em pequenas quantidades.

De acordo com Denis, foi depois, “durante o extremismo dos anos 1930 a 1945 que a animação exibiu toda a sua perigosa eficácia gráfica”⁶⁶³ e começou a ser financiada por alguns governos. Enquanto a União Soviética usou a animação para denunciar o mundo capitalista⁶⁶⁴, o governo de Hitler e de Goebbels proibiu exibições de animações estrangeiras e investiu na produção de suas próprias animações, tentando copiar, porém, a estética de Disney⁶⁶⁵. Segundo Katia Iracema Krause, a iniciativa não obteve grande êxito, porque as animações alemãs não atingiram a mesma qualidade das obras de Disney, e devido à demanda popular, nem mesmo o maior ditador do período não conseguiu censurar todos os desenhos animados da turma de Mickey Mouse⁶⁶⁶. Já o Japão, país de tradição antiga com a animação, a utilizou nessa época para

⁶⁶¹ Fizemos a analogia com o *Grande Ditador* porque esse filme também fez uma sátira com um ditador alemão, nesse caso Hitler, utilizando o globo terrestre. *Kaiser*, aliás, chegou a ser exibida nos Estados Unidos. Infelizmente, a animação não foi preservada, e restou apenas um fotograma, que pode ser visto no link a seguir, assim como mais informações sobre o cinema de animação brasileiro. Disponível em:

<https://www.revistacontinente.com.br/edicoes/202/cem-anos-da-animacao-brasileira>. Acesso em: 25 set. 2018.

⁶⁶² Cf. DENIS, 2010, p. 149.

⁶⁶³ Cf. DENIS, 2010, p. 110.

⁶⁶⁴ Como *Black and White*, de Ivan Ivanov-Vano (1932) que abordava a escravidão moderna; e *Novii Gulliver*, de Aleksandr Ptuchko (1935) o primeiro longa-metragem animado soviético, sobre a aristocracia decadente. Além disso, de acordo com Robert Sklar, a União Soviética respondeu à popularidade de Mickey criando seu próprio herói animado, um porco-espinho, “a fim de desviar suas crianças dos moralismos burgueses de Disney”. Cf. SKLAR, 1975, p. 252.

⁶⁶⁵ Dois exemplos de animações anti-semitas desse período: *Vom Bäumlein, das andere Blätter hat gewollt* (Sobre a arvorezinha que desejava ter outras folhas), de Heinz Tischmeyer, 1940; e *Armer Hansi* (Pobre Hansi, de Frank Leberecht, 1943.

⁶⁶⁶ Cf. KRAUSE, 2011, p. 92.

propagar o espírito nacionalista, fazendo de Mickey, inclusive, a representação do inimigo ocidental⁶⁶⁷. A França ocupada pelo regime nazista também foi pressionada a produzir animações de propaganda a favor do Eixo, como *Nimbus Libère*, de Raymond Jeannin (1943), que mostrava os personagens Mickey, Donald, Pateta, e Popeye (apesar desse último não ser da Disney) “aniquilando a população de cidades da França com bombas lançadas de aviões, sob o pretexto de libertar o país do jugo alemão”⁶⁶⁸. O governo estadunidense, por fim, investiu em animações de propaganda apenas a partir de 1941, quando contratou Walt Disney para produzir películas nesse formato. Foi somente durante a Segunda Guerra Mundial, portanto, que Disney passou a exercer a propaganda, necessitando, para isso, executar profundas transformações no seu modo de fazer animação. Nesse contexto, os personagens animados foram ‘estrelas’ de Hollywood e símbolos da ‘boa vontade’ tanto quanto os atores e atrizes vivos que desempenharam papéis importantes para o esforço de guerra.

No que tange as animações encomendadas pelo *Office*, reiteremos que os conceitos de educação e propaganda foram usados quase como sinônimos pela agência, mas as animações educativas determinavam que elas procurassem explicar algum assunto pertinente a guerra, como treinamentos para militares⁶⁶⁹, ou questões sanitárias para as populações latino-americanas, por exemplo; ao passo que as animações de propaganda defendiam a democracia e ‘demonizavam’ o Eixo. Foram com esses dois propósitos que o cinema de propaganda estadunidense (incluindo de ação ao vivo) serviu durante a Segunda Guerra: de um lado, ele consistiu em elevar a democracia e a modernidade, em conjunto com os demais valores característicos do país, como o individualismo e o pluralismo; e, de outro, a intenção da propaganda foi desprezar os oponentes, culpando-os pela guerra⁶⁷⁰.

⁶⁶⁷ Uma ‘cópia’ japonesa de Mickey foi feita em pelo menos uma animação para mostrar o personagem como um inimigo ocidental. Essa animação foi chamada *Omochabako series dai san wa: Ehon senkya-hyakusanja-rokunen*, e lançada em 1936. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=38bOcoJWaK8>. Acesso em: 25 set. 2018.

⁶⁶⁸ Cf. KRAUSE, 2011, p. 151.

⁶⁶⁹ De acordo com Denis, as animações de instrução militar já eram utilizadas desde a Primeira Guerra, servindo, por exemplo, para explicar o funcionamento de armamentos, e construindo para a formação dos soldados. Cf. DENIS, 2010, p. 107.

⁶⁷⁰ Cf. VALIM, 2017, p. 92.

Nesse quadro, a indústria cinematográfica teve, então, o objetivo dúbio de fazer amigos e derrotar inimigos. Um 'amigo' em especial, disputado pelos dois lados do conflito, foi o Brasil. Afinal, o país ocupava um lugar de grande importância enquanto fornecedor de matérias-primas necessárias ao esforço de guerra, como a borracha e o minério de ferro, além da sua enorme extensão territorial e de se encontrar numa posição política e geograficamente estratégica em relação aos demais países da América do Sul. Na época, estava vigente no Brasil a ditadura do Estado Novo, que se caracterizava pela centralização do poder nas mãos da figura de Getúlio Vargas. Apesar de não se definir como um fenômeno fascista, o Estado Novo foi implantado com um golpe em 10 de novembro de 1937 e inspirava-se em experiências autoritárias dos regimes alemão e italiano, especialmente ao que se refere à propaganda política.

De acordo com Glik, a propaganda alemã já circulava na América Latina pelo menos uma década antes dos Estados Unidos começarem a fazer o mesmo, especialmente nos países ao sul do continente e com histórias de imigração europeia, como Uruguai, Brasil e Argentina⁶⁷¹. No Brasil, programas de rádio vigentes durante o governo de Hitler foram transmitidos em regiões como o sul do país, e alguns filmes do regime circularam em diversos estados. Assim, até o momento anterior da intervenção da Política de Boa Vizinhança, a propaganda nazista foi recebida sem grandes empecilhos pelo governo estadonovista. Já o *Office* precisou investir todo o seu poder de persuasão para mostrar aos brasileiros que o *American Way o Life* era a melhor alternativa ao autoritarismo varguista⁶⁷². As relações entre o Brasil e os Estados Unidos, todavia, acabaram acontecendo mais por questões comerciais que ideológicas. Tanto por decisões de Vargas, conforme apontaremos em seguida, quanto pelos interesses estadunidenses, que pretendiam conquistar novos consumidores para as suas indústrias durante e após a guerra. Nas palavras de Wood, os Estados Unidos ofereciam o que denominavam de modernização à América Latina “como meio de expandir seus próprios mercados”⁶⁷³, incluindo, os de exibições cinematográficas. Citando o crítico e historiador Georges Sadoul, Anita Simis nos lembra que o próprio *Código Hays* defendia que “onde quer que penetrem os nossos filmes, vendemos mais produtos

⁶⁷¹ Cf. GLIK, 2015, p. 29-30.

⁶⁷² Cf. VALIM, 2017, p. 33.

⁶⁷³ Cf. WOOD, 2014, p. 102.

americanos”⁶⁷⁴. Por isso, quando pensamos na indústria cinematográfica durante a Política de Boa Vizinhança, não podemos esquecer que estamos dialogando com filmes de entretenimento e propaganda (ambos encontrados nos mesmos audiovisuais) e que quase sempre também visaram o lucro.

3.4. Estado Novo: a política de barganha, a propaganda e a censura

Podemos chamar o regime do Estado Novo de ditadura porque no período (que durou até 1945) não foi permitido haver partidos políticos e a sociedade civil não gozava de liberdade. Em 1937 o Congresso Nacional foi fechado e o presidente outorgou a nova Constituição. O comunismo transformou-se em um inimigo público e a repressão policial se instalou pelo país. Como condição essencial para o seu fortalecimento, o Estado Novo praticava uma busca constante por uma identidade nacional, investindo principalmente em cultura e educação, o que atraía um grupo significativo de intelectuais. Ao mesmo tempo, o projeto de Vargas para o Brasil, até então massivamente rural e agrário, pretendia transformar-se numa nação urbana, moderna e industrial. Para isso, o presidente investiu em estratégias para garantir a soberania do país, que se tornaram questão de segurança nacional no momento da Segunda Guerra Mundial.

Durante os anos 1930 e 1940, Getúlio Vargas procurou investir na industrialização do Brasil e, para tanto, negociou acordos comerciais com países distintos, e até ideologicamente antagônicos, mas que historicamente já possuíam relações com o Brasil, como a Alemanha e os Estados Unidos. No entanto, à medida que essas negociações se intensificavam, autoridades do governo brasileiro também se dividiam quanto às opiniões sobre quais países o Brasil deveria ou não fazer acordos. Algumas autoridades do governo - incluindo o próprio ministro das relações exteriores, Oswaldo Aranha - e membros da oligarquia latifundiária passaram a defender a presença estadunidense como a melhor alternativa para o desenvolvimento industrial do Brasil. Porém, em tempos de ascensões de Estados Totalitários, outros membros das elites defendiam a influência germânica no país - como Filinto Müller, à época chefe de Polícia do Distrito Federal. Na condição de presidente, Getúlio Vargas mediava as opiniões e exercia uma chamada política de barganha, como afirmou Moura, ou uma política pendular, como

⁶⁷⁴ Cf. SADOUL, Georges apud SIMIS, 2008, p. 207.

denominou Tota⁶⁷⁵. Com a emergência do conflito mundial, Vargas preferiu não escolher nenhum dos lados da guerra, ao menos não publicamente, e defendeu enquanto pôde uma política de neutralidade em relação ao evento, para assim também continuar negociando tanto com a Alemanha quanto com os Estados Unidos. Porém, como havia pressões por parte dos dois lados, ao decorrer da guerra Vargas precisou se decidir por um deles. Um dos pontos definitivos para a escolha do presidente foi a construção de uma grande indústria siderúrgica nacional. Primeiramente, a Alemanha demonstrou possibilidades de concretizar esse desejo a partir de fornecimento da tecnologia necessária, mas logo entrou no conflito e não pôde cumpri-lo. De acordo com Moura, o resultado foi a aproximação gradual à política estadunidense. Continuando com a política de barganha, ao mesmo tempo em que o governo nacional permitia que o estadunidense se aproximasse, Vargas também firmava acordos visando benefícios econômicos, políticos e militares para o Brasil. Ele concordou, por exemplo, em fornecer materiais estratégicos com exclusividade para os Estados Unidos, e em troca negociou a construção da almejada siderúrgica, que veio a se chamar Volta Redonda, e foi construída no Rio de Janeiro; assim como armas e munições para reequipar as Forças Armadas. Segundo Moura, o processo de barganha do governo de Vargas com Roosevelt durou até que o fornecimento militar oferecido pelos Estados Unidos estivesse definitivamente estabelecido⁶⁷⁶.

Dessa maneira, ao decorrer do conflito a neutralidade brasileira deixou de ser uma opção e Vargas se decidiu pelo lado que naquele momento lhe possibilitou o desenvolvimento industrial pelas vias da modernização. Além disso, a ideologia do nazismo demonstrou ser cada vez mais complexa e passou a apresentar sérios problemas, como a glorificação de uma única raça, que sequer condizia com a realidade dos brasileiros. Já a Política de Boa Vizinhança enfatizava uma solidariedade hemisférica e, mesmo que pudesse parecer contraditória com a busca pela brasilidade, naquele período as negociações com a maior democracia da América demonstraram-se favoráveis aos objetivos nacionais, pois, pelos ideais da Boa Vizinhança a industrialização do continente deveria ser estimulada e interligada.

Essa relação, entretanto, não foi isenta de atritos e contradições. O Estado Novo, à medida que se aproximava dos Estados Totalitários

⁶⁷⁵ Cf. TOTA, Antonio Pedro. *O Estado Novo*. São Paulo: Brasiliense, 1987, p. 50.

⁶⁷⁶ Cf. MOURA, 1985, p. 57-58.

daquele período, também construiu a sua própria propaganda em nome da formação de uma identidade nacional. O órgão brasileiro responsável por esse setor foi o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Criado em dezembro de 1939 e extinto em maio de 1945, o DIP foi estrategicamente elaborado para atuar como a capacidade de intervenção do Estado Novo na esfera dos meios de comunicação e cultura. Segundo Capelato, o Departamento foi uma organização vinculada diretamente à Presidência da República, que transmitia o modelo de centralização do governo com cargos de lealdade atribuídos diretamente por Vargas e, continha seis divisões: divulgação; radiodifusão; cinema e teatro; turismo; imprensa; e serviços auxiliares⁶⁷⁷. Sob a direção de Lourival Fontes (1899-1967)⁶⁷⁸, jornalista e homem de confiança do presidente, o DIP produziu e divulgou discursos com uma imagem positiva do Estado Novo, visando o apoio necessário à legitimação do governo. Entre os principais objetivos do órgão, estiveram:

Centralizar, coordenar, orientar e superintender a propaganda nacional interna e externa, e servir, permanentemente, como elemento auxiliar de informação dos ministérios e entidades públicas e privadas, na parte que interessava a propaganda nacional⁶⁷⁹.

Com o DIP, a propaganda oficial alcançou um nível sem precedentes no país, estando diretamente ligada a defesa de uma unidade nacional e a manutenção da ordem. A propaganda estadonovista ocorreu, especialmente, ao fazer uma promoção de Getúlio Vargas como um homem providencial. Em um período de investimento em industrialização, a comunicação organizada pelo DIP visava atingir as

⁶⁷⁷ Cf. CAPELATO, Maria Helena. Propaganda Política e Controle dos Meios de Comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.) *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 172.

⁶⁷⁸ Sonia de Castro Lopes descreve Lourival Fontes como um personagem contraditório, e um político nacionalista que procurou se adaptar, sempre que possível, as tendências políticas e as determinações dos projetos políticos-ideológicos do governo varguista. Antes de assumir a direção do DIP, Fontes era defensor do fascismo italiano, mas aparentemente reviu suas posições para servir as novas circunstâncias do país em prol dos Aliados. Cf. LOPES, Sonia de C. *Lourival Fontes no Governo Vargas: um Jogo de Poder com Luzes e Sombras*. X Encontro Regional de História – ANPUH. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

⁶⁷⁹ Cf. SOUZA. *O Estado contra os meios de comunicação (1889-1945)*. São Paulo: Annablume: 2003, p. 108.

classes trabalhadoras urbanas e apresentava a sociedade de maneira homogênea, onde se procurava igualar o operário e o industrial, o patrão e o empregado - todos empenhados na construção da nação. Esse discurso apresentava o trabalho como “fator primordial da dignidade humana” e lembrava repetidamente da “legislação trabalhista que havia colocado o Brasil entre as nações mais civilizadas do mundo”⁶⁸⁰. O tom do discurso populista ressaltava a presença de um Estado protetor, e Vargas, como representante absoluto do mesmo, era identificado como um pai onipresente que tudo vê e compreende. Logo, foi nesse período que Vargas foi propagandeado como o “pai dos pobres”.

O DIP elaborou e acompanhou a produção de livros, jornais, revistas, cartazes, programas de rádio, cinejornais, documentários, filmes, radionovelas, fotografias, etc; que se empenharam na divulgação da propaganda estadonovista. Dentre esse conjunto, o principal meio utilizado foi a imprensa, seguida pelo rádio⁶⁸¹. Mas o cinema também atraiu a atenção do Estado Novo. A história do cinema brasileiro, inclusive, possuía nesse período uma tradição de caráter educativo e documental, que foi apropriado pelos projetos da política varguista em nome da formação de uma identidade nacional. Em um país com regiões heterogêneas, onde os centros urbanos pouco conversavam com o interior, acreditava-se que o cinema poderia auxiliar o governo nos programas de integração nacional, contribuindo para “unir e entrelaçar as forças vivas da nação”⁶⁸². O próprio Getúlio Vargas declarou, na época, que “o papel do cinema, nesse particular, podia ser verdadeiramente essencial. Ele aproxima[va], pela incisiva dos fatos, os diferentes núcleos humanos, dispersos no território vasto da República”⁶⁸³, defendeu o presidente. De acordo com José Inacio de Melo Souza, o potencial do cinema já era percebido pelo Estado brasileiro desde os anos 1920⁶⁸⁴, porém, segundo Anita Simis, foi durante os anos 1930 que ele passou a ser visto como um importante meio de veiculação do nacionalismo, assim como um instrumento

⁶⁸⁰ Cf. GOULART, Silvana. *Sob a Verdade Oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990, p. 17.

⁶⁸¹ Cf. CAPELATO, 1999, p. 173.

⁶⁸² Cf. SIMIS, 2008, p. 43.

⁶⁸³ Cf. VARGAS, Getúlio. *O cinema nacional elemento de aproximação dos habitantes do país. A nova política do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, vol. III, s/d; apud SIMIS, 2008, p. 43.

⁶⁸⁴ Cf. SOUZA, Op. Cit., p. 31.

educativo, pedagógico e de propaganda⁶⁸⁵. Uma vez que o analfabetismo atingia mais da metade da população⁶⁸⁶, a narrativa por meio de imagens proporcionada pelo cinema era capaz de atingir a sociedade de maneira mais ampla que o texto impresso.

Contudo, mesmo que o Estado Novo tenha procurado atender as finalidades do cinema nacional, principalmente a partir da criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), a indústria cinematográfica no país encontrava-se carente de recursos para competir com as companhias estrangeiras, que desde os anos 1920 já atuavam no setor de exibição brasileiro com os filmes de ficção de Hollywood⁶⁸⁷. O investimento cinematográfico do período caminhou, então, para a produção de documentários e de cinejornais, a maioria em formato de curta-metragem, que conseguiam espaço de exibição por se tratarem de assuntos locais, e supriam as necessidades de propaganda do governo, sendo boa parte desses filmes uma compilação de filmagens do presidente Vargas em discursos, inauguração de obras e de serviços públicos, visitação em instituições e escolas, etc⁶⁸⁸. O próprio DIP produziu o “Cinejornal Brasileiro”, uma série de propaganda do governo, sendo, portanto, de caráter não-comercial, e de exibição obrigatória nas sessões de cinema, antes do filme principal.

Já a produção de filmes comerciais, o DIP procurou controlar pela censura, obrigando-os ao obter um certificado de autorização de exibição no Departamento, onde muitos filmes foram vetados por serem considerados “obras ofensivas ao decoro público, com cenas de ferocidade ou sugestão de prática de crimes, com divulgação ou indução aos maus costumes”, e “com incitamento contra o regime vigente, à ordem pública, às autoridades”, etc.⁶⁸⁹.

⁶⁸⁵ Consultar o capítulo “Cinema e Propaganda Oficial”. Cf. SIMIS, 2008, p. 39-66.

⁶⁸⁶ Segundo o IBGE, em 1940 a taxa de analfabetismo era de 56% entre a população acima de 15 anos de idade⁶⁸⁶. IBGE, Censo Demográfico 2010, p. 32. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000008473104122012315727483985.pdf>. Acesso em: 05 set. 2018.

⁶⁸⁷ De acordo com Jean-Claude Bernardet, os cineastas brasileiros faziam o possível para produzir seus filmes, mas os exibidores – ligados a distribuidores estrangeiros – não colaboravam para a expansão da cinematografia brasileira. Sobre o assunto, Cf. BERNARDET, Jean-Claude. *Cinema brasileiro: propostas para uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

⁶⁸⁸ Cf. SIMIS, 2008, p. 47.

⁶⁸⁹ Cf. GOULART, 1990, p. 51.

A propaganda produzida pelo DIP em todos os setores da comunicação permitiu a difusão de mensagens legitimadoras do Estado Novo de forma ampla e imediata, e procurou construir uma imagem de um país unido e harmônico, de uma maneira semelhante, inclusive, à propaganda nazista. Isso não significa qualificar o nazismo e o varguismo como equivalentes, pois é preciso salientar que cada um desses regimes viveu as suas particularidades. Entretanto, no que tange à propaganda, assim como o nazismo, o varguismo enfatizou a figura do líder, utilizou de *slogans*, frases de efeito e repetições em discursos proferidos à população, bem como fez apelos emocionais e promessas de unificação e fortalecimento nacional⁶⁹⁰. O que queremos apontar é que a propaganda política é persuasiva e estratégica em qualquer estrutura de poder, mas nos governos de orientação autoritária ela adquire um caráter ainda mais invasivo e hostil. De acordo com Capelato, isso ocorre porque nesses casos o “Estado, graças ao monopólio dos meios de comunicação, exerce censura rigorosa sobre o conjunto das informações e as manipula”⁶⁹¹. Do ponto de vista dessa pesquisa, a característica mais expressiva do Estado Novo foi justamente a negação dos princípios de liberdade de expressão, e nesse quadro foi o DIP que atuou como um corpo organizado de coerção e controle dos meios de comunicação e cultura do período. Além de desenvolver métodos de propaganda, o órgão foi responsável por exercer uma forte censura sobre todos os meios de comunicação, justificando-a em nome de se garantir a paz, a ordem e a segurança pública do país.

Lembramos, entretanto, que a censura não foi uma exclusividade do Estado Novo, visto que o controle dos meios de comunicação e difusão de ideias existe no Brasil pelo menos desde o início da República⁶⁹², tendo momentos de maior ou menor intensidade coercitiva. Porém, durante a chamada Era Vargas a censura se estabeleceu de maneira rigorosa, notadamente a partir de 1935, quando a Lei de Segurança Nacional “impôs o cerceamento à expressão do

⁶⁹⁰ Cf. PEREIRA, Op. Cit., p. 256.

⁶⁹¹ Cf. CAPELATO, 1999, p. 169.

⁶⁹² Cf. ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. A Imprensa a Serviço do Progresso. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008, p. 85.

pensamento e as perseguições políticas se tornaram rotina”⁶⁹³. O próprio DIP herdou toda uma estrutura institucional que iniciou em 1931 com a criação do Departamento Oficial de Publicidade (DOP), substituído em 1934 pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que já tinha Lourival Fontes à frente e, que em 1939, então, tornou-se o DIP⁶⁹⁴. De acordo com Silvana Goulart, ao DIP coube centralizar e coordenar a comunicação social do Estado Novo, pois, como a obtenção de "consenso em torno do novo regime implicava na necessidade do aumento de coerção e imposição ideológica, foi com esse sentido que a comunicação se dirigiu aos diferentes segmentos da sociedade”⁶⁹⁵.

Assim, é interessante percebermos como a propaganda e a censura estiveram intrinsecamente atreladas nesse período histórico, bem como nas trajetórias dos próprios meios de comunicação. A propaganda e a censura atuaram de maneira clara na forma coercitiva de regimes autoritários como o nazista e o varguista; mas também e de modo mais velado na democracia estadunidense, pois, embora publicamente o governo dos Estados Unidos negasse fazer qualquer censura com a indústria do cinema, a partir do *Office* criou uma ‘censura oficial’ para avaliar os roteiros e personagens relacionados à América Latina. Essa censura tornou a agência a maior responsável pelas ações de propaganda no período que, ainda, conversavam com a autocensura prévia da indústria do cinema, inerentes à Hollywood desde meados dos anos 1930.

3.5. O cinema do *Office* no Brasil

A partir do momento em que a cooperação interamericana foi se estabelecendo, no início dos anos 1940 a atuação da Política de Boa Vizinhança no Brasil ocorreu principalmente mediante o *Office*. A agência submeteu alguns dos seus periódicos para o público latino e criou programas de rádio e exhibições em teatros, casas de dança, museus, etc; que apresentavam uma imagem dos Estados Unidos como uma “fortaleza da democracia continental”⁶⁹⁶, uma representação da

⁶⁹³ A Lei de Segurança Nacional foi promulgada em 4 de abril de 1935. Cf. COHEN, Ilka Stern. *Diversificação e Segmentação dos Impressesos*. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 128.

⁶⁹⁴ Cf. LUCA, Tania Regina de. *A Grande Imprensa na Primeira Metade do Século XX*. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 170.

⁶⁹⁵ Cf. GOULART, 1990, p. 17.

⁶⁹⁶ Cf. MOURA, 2000, p. 56.

modernidade, e um país dotado de uma cultura que poderia ser expandida para toda a América. De acordo com Moura, o papel do *Office* planejado para o Brasil era

Ganhar os corações e mentes dos líderes políticos e militares brasileiros, sem cuja cooperação os planos estratégicos dos Estados Unidos iriam por água abaixo. Mais ainda: era necessário assegurar não apenas o acesso às agências do Estado brasileiro, mas também ganhar os grupos sociais mais significativos do ponto de vista da formulação de políticas, assim como, na medida do possível, a massa da população politicamente significativa⁶⁹⁷.

A propaganda do *Office* visava, então, persuadir a população brasileira, mas, sobretudo, visava convencer as minorias brasileiras a cooperarem com os Estados Unidos. Segundo Valim, essas minorias eram entendidas, em toda a América Latina, como “grupos políticos, econômicos, eclesiásticos militares ou intelectuais”, que compunham os governos locais e, assim, eram também “consideradas a ponte para a conquista propagandística de todo subcontinente”⁶⁹⁸.

Como ficava mais fácil dialogar com esses grupos estando por perto, uma das primeiras iniciativas do *Office* foi montar bases nos principais países almejados. No Brasil, o escritório foi estabelecido no Rio de Janeiro em setembro de 1941. Chamada de *Brazilian Division*, a unidade foi dirigida por Berent Friele⁶⁹⁹, um grande empresário no ramo do café e que também possuía negócios com a família Rockefeller. Além da sede na capital, foram criadas divisões regionais da *Brazilian Division* em São Paulo, Belém, Fortaleza, Natal, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Curitiba, e Porto Alegre. E havia ainda escritórios em Florianópolis, Vitória, Manaus, e Santos⁷⁰⁰. Distribuído pelo país, o

⁶⁹⁷ Cf. MOURA, 1985, p. 31.

⁶⁹⁸ Cf. VALIM, 2017, p. 93.

⁶⁹⁹ Friele comandou a seção brasileira até março de 1944, quando foi substituído por Frank Nattier, que ficou no comando até julho de 1945. Havia, ainda, uma autoridade acima de Friele ou Nattier, que era o presidente do *American Chamber of Commerce* no Rio de Janeiro, Earl C. Givens. Cf. VALIM, 2017, p. 57.

⁷⁰⁰ Cf. VALIM, 2017, p. 63. De acordo com Ursula Prutsch, essas subcomissões eram compostas principalmente por representantes de grandes empresas estadunidenses, como *General Motors, Kodak e Goodyear*. Cf. PRUTSCH, U.

Office facilitava a divulgação dos ideais da Política de Boa Vizinhança e das grandes empresas que crescentemente se instalavam no Brasil. O escritório em Florianópolis, por exemplo, se organizava para que a propaganda chegasse também aos municípios do interior do estado, recorrendo a uma rede de distribuição de panfletos, cartazes, jornais, revistas, filmes, programas de rádio, etc⁷⁰¹.

Entre esses meios, destacamos a atuação dos filmes, pois “a *Brazilian Divison* foi criada paralelamente às discussões acerca de uma ampla ofensiva propagandística por meio do cinema no Brasil”⁷⁰², envolvendo o *Office*, os maiores estúdios de Hollywood e, também, os interesses dos espectadores brasileiros. De acordo com Cristina Meneguello, durante os anos 1940, o cinema era uma das principais atrações dos centros urbanos nacionais, e em grandes cidades como o “Rio de Janeiro ou São Paulo, 80% da população frequentava as salas de exibição centrais ou as de bairro pelo menos uma vez por semana”⁷⁰³. Parte considerável desse grupo ainda consumia os materiais midiáticos relacionados aos filmes, especialmente as colunas sobre cinema nos jornais e as revistas especializadas na área, sendo que a maioria das publicações referia-se à Hollywood, porque eram os filmes estadunidenses que ocupavam a maior parte das sessões das salas de cinema.

O domínio do mercado brasileiro pelas companhias cinematográficas estadunidenses foi facilitado por já haver um controle das salas de exibição do país antes mesmo do conflito. Isso fica perceptível quando observamos a Associação Brasileira Cinematográfica (ABC), que na época era composta pela *Metro Goldwyn Mayer, Fox Film, Paramount Films, Columbia Pictures, Universal Films, Warner Brothers* e *United Artists of Brasil, Inc*⁷⁰⁴. Dessa maneira, quando o *Office* começou a divulgar os filmes da Boa Vizinhança, o público brasileiro já estava familiarizado a esse modelo de entretenimento, e também já associava o cinema estadunidense a uma representação de modernidade.

Americanization of Brazil or a Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II. *Passagens* - Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica. Rio de Janeiro: vol. 2 n. 4, 2010, p. 194.

⁷⁰¹ Cf. VALIM, 2011, p. 16.

⁷⁰² Cf. VALIM, 2017, p. 62.

⁷⁰³ Cf. MENEGUELLO, 1992, p. 6-7.

⁷⁰⁴ Cf. VALIM, 2017, 91.

A *Brazilian Division* ainda contava com o auxílio do DIP no país, que se empenhou num amplo esforço para a divulgação de filmes favoráveis à causa Aliada, e contribuiu com a veiculação de propagandas sobre as películas que vinham dos Estados Unidos em todos os meios de comunicação. Todavia, é interessante notar que, especialmente durante os primeiros contatos, as relações entre o *Office* e o DIP muitas vezes foram conturbadas. Os filmes que mais geraram controvérsias foram os de caráter antinazistas, que chegaram a ser censurados pelo Departamento, porque havia um receio de que eles pudessem ser interpretados com semelhanças ao regime do Estado Novo⁷⁰⁵. No entanto, após a entrada do Brasil na guerra, o DIP passou a aceitar e até a incentivar as exhibições dos filmes ‘antialemães’. Com a cooperação do Departamento, em 1943 a *Brazilian Division* conseguiu excluir os filmes produzidos pelo Eixo do mercado de exibição brasileiro, chamando a atenção da imprensa nacional:

A indústria do cinema, como um dos mais importantes fatores de boa vontade e entendimento do mundo moderno, foi mobilizada pelo esforço de guerra das democracias para destruir o Eixo e todos os criminosos princípios defendidos por Hitler e Hirohito. [...] Atualmente, as películas inspiradas pelo Eixo estão ausentes das telas americanas. Foram expulsas pelo esforço combinado dos diretores de cinema em todos os países americanos e dos produtores americanos que lhes proporcionaram melhores filmes em maior quantidade. O programa, que inclui também numerosos filmes educativos e científicos, bem como jornais cinematográficos e *shorts*, é de inteira cooperação dos interessados⁷⁰⁶.

Ainda que, em números, os filmes alemães (assim como japoneses e italianos) fossem poucos expressivos se comparados aos estadunidenses, a ameaça da propaganda inimiga no Brasil foi tratada com seriedade pelos documentos do *Office*⁷⁰⁷. Com a sua eliminação, somada a carência de exibição de filmes de entretenimento europeus

⁷⁰⁵ Cf. SOUZA, Op. Cit., p. 132-133.

⁷⁰⁶ A Indústria do Cinema Colabora com as Américas Num Amplo Programa.

In: DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 08 ago. 1943, p. 4.

⁷⁰⁷ Cf. VALIM, 2017, p. 89-92.

devido aos meandros do conflito, o circuito de exibição no maior país da América do Sul ficou totalmente livre para Hollywood.

Segundo Valim, as exibições organizadas pela *Brazilian Division* procuraram alcançar um amplo espectro social, mas as sessões que recebiam uma atenção especial eram aquelas voltadas para os integrantes das Forças Armadas Brasileiras e as autoridades políticas, havendo, inclusive, sessões reservadas para o presidente Vargas e seus familiares⁷⁰⁸. Outras sessões ocorriam em escolas, fábricas, instituições públicas, estádios de futebol e até mesmo em presídios. A *Brazilian Division* ainda expandiu as suas exibições para o interior do país, chegando muitas vezes em municípios onde o cinema nacional jamais havia estado, ou em localidades que não dispunham de eletricidade. Além da falta de energia, outros obstáculos bastante significativos foram relacionados principalmente a infraestrutura, ao transporte e ao fornecimento de equipamentos. Não cabe aqui aprofundarmo-nos nestas questões, mas como já observou Valim, os esforços do *Office* em enfrentar as dificuldades colocadas por um país com a dimensão continental e a escassez de recursos tecnológicos do Brasil daquele período nos apontam o quão longe a *Brazilian Division* objetivou chegar, bem como a dimensão que tomou a propaganda estadunidense no país. Uma vez que a maioria dessas exibições foi realizada de maneira gratuita, teoricamente elas conseguiram alcançar todas as camadas sociais. Houve sessões no interior de quase todos os Estados – do Rio Grande do Sul ao Amazonas, onde as exibições foram realizadas em espaços como praças locais ou mesmo em caminhões equipados com projetores. Em cidades onde o público se deparou com o cinema pela primeira vez, as sessões momentaneamente tornaram-se acontecimentos. Nesses casos, muitas vezes as autoridades locais facilitaram a entrada das equipes de projeções nos municípios⁷⁰⁹. Em algumas situações, prefeitos chegaram a decretar feriados e, com frequência, os eventos funcionaram como solenidades cívicas.

Contudo, é preciso ressaltar que a atuação do *Office* no Brasil apresentou particularidades que muitas vezes destoaram das previsões do órgão, e os modelos adotados nem sempre funcionaram conforme o

⁷⁰⁸ Cf. VALIM, 2017, p. 87-88.

⁷⁰⁹ Cf. VALIM, 2017, p. 109-149. Valim também afirma que houve casos onde a equipe da *Brazilian Division* não era considerada bem-vinda. Algumas regiões do sul do Brasil, principalmente, eram consideradas ‘problemáticas’ pelo *Office*, ao haver, segundo os relatórios da época, populações simpáticas à influência alemã.

planejado. Ainda assim, podemos dizer que na maioria das vezes as exibições resultaram em sucessos. Até o final da guerra, as sessões da *Brazilian Division* alcançaram aproximadamente 60 milhões de espectadores, um número superior as audiências obtidas em todos os demais países da América Latina. Embora esse número não possa ser comparado aos circuitos comerciais – pois o grande êxito da *Brazilian Division* se deve ao investimento de exibições pelas regiões interioranas - os impactos dessas impressionantes audiências foram, sem dúvida, significativos⁷¹⁰. Dessa maneira, se já havia um domínio das companhias hollywoodianas no mercado de exibição brasileiro, ele foi ainda mais fortalecido durante a guerra.

Em relação às sessões comerciais, a *Brazilian Division* buscou seguir o modelo adotado pelas companhias cinematográficas presentes no país, exibindo programações que continham cerca de uma hora de duração, sendo formadas por cinejornais, filmes técnicos e desenhos animados. Cada um desses curtas-metragens tinha em média dez minutos de duração, e abordava assuntos relacionados direta ou indiretamente com a guerra. O modelo praticado pelas companhias seguia a seguinte lógica: as mensagens mais dramáticas eram exibidas no início da programação, e para o final era reservado algo com tema mais leve⁷¹¹. Quanto a este último caso, uma das participações mais ativas ocorreu com o cinema de animação, de modo que os desenhos costumavam gerar sensações de entretenimento e tranquilidade, mesmo estando relacionados ao esforço de guerra.

No que diz respeito aos interesses desta pesquisa, embora a *Walt Disney Productions* não fizesse parte da Associação Brasileira Cinematográfica, é importante dizer que o prestígio que Walt Disney adquiriu no Brasil nesse período foi bastante expressivo. A produção de Disney durante a guerra foi uma das mais persuasivas para os interesses da propaganda estadunidense. Uma propaganda que, aliás, nem sempre esteve estritamente conectada ao esforço de guerra, pois algumas vezes ela se demonstrou mais efetiva quando abordava mensagens associados ao *American Way of Life*⁷¹². Esse foi o caso da maioria das produções do cineasta, que mesmo antes do conflito já eram caracteristicamente associadas ao imaginário estadunidense, e que nessa época, então, se concentraram em divulgar esse modo de vida na América Latina. A primeira animação que funcionou a esse propósito sequer foi planejada

⁷¹⁰ Cf. VALIM, 2017, p. 289-298.

⁷¹¹ Cf. VALIM, 2017, p. 87.

⁷¹² Cf. VALIM, 2017, p. 175.

pelo *Office* para obter essa finalidade, mas como já trazia consigo algumas qualidades do *American Dream*, igualmente foi reconhecida pelos espectadores como uma obra representante do cinema moderno. Estamos nos referindo à *Fantasia*, cujas circunstâncias de lançamento nos países latino-americanos são, no mínimo, curiosas. Entre as possíveis histórias do cinema de animação da Boa Vizinhança no Brasil, *Fantasia* é o melhor exemplo de como a atuação de Disney se transformou em um sucesso maior que o delineado pelos projetos do *Office*. Sendo lançada pessoalmente por Walt Disney durante a sua turnê pelo Brasil, em 1941, a recepção de *Fantasia* no país funcionou como um evento diplomático e auxiliou nas negociações da *Brazilian Division* com o governo brasileiro. Como o sucesso da recepção da animação, bem como do próprio cineasta no país mais almejado pelo *Office* surpreenderam os diretores da agência, Walt Disney foi contratado para produzir novas animações até o final da guerra.

Para Disney, entretanto, o início dessa história não foi nem um pouco glorioso. De certa forma, o que levou o empresário a colaborar com o governo estadunidense foi uma greve organizada pelos funcionários em seus estúdios, que coincidiu com o momento da recepção de *Fantasia* nos Estados Unidos. Endividado, e percebendo que a guerra e a greve estavam interferindo na rotina da companhia, Disney concluiu que a sua melhor opção era permitir que os fatores contextuais e os projetos do governo o conduzissem para novas experiências – empresariais e diplomáticas.

3.6. A greve nos estúdios Disney

Conforme vimos nos capítulos anteriores, durante os anos 1930 Walt Disney fez a sua companhia passar por um intenso processo de industrialização, equiparando-a a outros importantes estúdios de cinema do período, e possibilitando a produção de obras ousadas, como *Fantasia*. Mas, os anos 1930 foram marcados também por momentos em que os trabalhadores da indústria do cinema se mobilizaram e organizaram sindicatos pela defesa de seus direitos, fazendo com que, ao final da década, vários estúdios enfrentassem greves trabalhistas.

Dentre os estúdios de cinema de animação, os primeiros trabalhadores que prosseguiram com os sindicatos foram os funcionários do estúdio *Fleischer*, em Nova York, que na época tinham como personagem mais expressivo o marinheiro *Popeye*. Houve uma greve durante o primeiro semestre de 1937, onde os animadores carregaram

faixas que diziam: “Sou Popeye, o sindicalista”. Os animadores em questão só consideraram a greve finalizada quando tiveram o reconhecimento do seu sindicato⁷¹³. A partir desse evento, em 1938 foi formada em Los Angeles a *Screen Cartoonists Guild* (Associação de Cartunistas na Tela), que mobilizou novas greves, primeiramente nos departamentos de animação da *Metro-Goldwyn-Mayer*, e da *Warner Bros*. Em seguida, foi a vez da maior empresa do setor.

Talvez por enxergar a companhia como um mundo alternativo e os funcionários “como uma comunidade de artistas unidos em direção de sua arte”⁷¹⁴, Walt Disney não tenha previsto uma greve. Porém, se antes do processo de industrialização do estúdio ele conseguia acompanhar o trabalho de cada animador de perto, e também resolver as suas queixas individualmente, com o aumento do número de funcionários isso se tornou impossível. No início da década de 1940, os estúdios de Disney contavam com 1.200 empregados, e cerca de um terço deles esteve associado ao *Cartoonists Guild*⁷¹⁵.

Nessa época, aumentaram os embates entre os funcionários e Walt Disney, na maioria das vezes devido ao comportamento ‘paternalista’ do empresário. Conforme já vimos no primeiro capítulo, as queixas dos animadores formavam-se em razão dos salários e do modo autoritário que Disney conduzia as produções, especialmente em relação à ausência de créditos nas animações, sendo quase sempre exclusividade de Walt Disney. Segundo Neal Gabler, quando eram apenas os curtas-metragens os animadores comumente não se incomodavam, mas após as produções dos longas, desenvolvidos durante anos, os créditos passaram a ser reivindicados⁷¹⁶ com o auxílio do sindicato.

As tensões entre o empresário e os funcionários se agravaram em maio de 1941, quando Walt Disney, em meio a uma discussão, começou a dispensar os funcionários sindicalizados. Segundo Gabler, foram 20 animadores, todos eles membros da *Cartoonists Guild*. Na manhã de 28 de maio centenas de funcionários entraram em greve⁷¹⁷. Eles construíram barricadas e piquetes ao redor da entrada do estúdio e

⁷¹³ Cf. PEARY, Gerald, 1980, apud GABLER, 2013, p. 408.

⁷¹⁴ Cf. GABLER, 2013, p. 283.

⁷¹⁵ Cf. GABLER, 2013; e Cf. ELIOT, 1980.

⁷¹⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 407.

⁷¹⁷ Pelas contas oficiais, foram 293 os funcionários que aderiram à greve n primeiro dia, mas de acordo com os grevistas, eles estavam em 410. Cf. GABLER, 2013, p. 419.

tentaram impedir a passagem de todos, inclusive dos diretores. Mais funcionários aderiram à greve nos dias seguintes, e após semanas eles estavam em maioria em relação ao número total de empregados do estúdio.

Segundo Marc Eliot, houve semanas de embates entre Walt Disney e os grevistas. Por trinta dias, inclusive, o estúdio permaneceu fechado. Mas em julho Disney tentou espécies de conciliação readmitindo os empregados que havia demitido em maio e publicando um anúncio de página inteira em uma edição da revista *Variety*, intitulado “Aos meus funcionários em greve”, onde ele ofereceu aumentos de salários. Entretanto, Disney acabou o anúncio em tom sarcástico, dizendo que estava convencido de que a maior parte dos seus funcionários estava em greve apenas por se deixar persuadir por “lideranças comunistas”. Na manhã seguinte, Disney foi acusado pelos grevistas de ser um “paternalista egocêntrico” que se mantinha ao custo de seus empregados, e os animadores deixaram claro que não acreditariam nas promessas de reconciliação emitidas por Walt Disney⁷¹⁸.

Havia, também, mais um motivo para eles não acreditarem na palavra do diretor. A contragosto dos grevistas, nesse momento o estúdio estava finalizando um filme que misturava *live action* e animação, chamado *The Reluctant Dragon (O Dragão Relutante)*⁷¹⁹, que contava a história de um dragão que não gostava de lutar, nem queria enfrentar os cavaleiros que desejavam destruí-lo, pois preferia exercer atividades intelectuais ou artísticas como escrever poesias. Além da alusão ao momento entre o chefe do estúdio e os grevistas, Disney ainda aproveitou cerca de metade do filme para gravar cenas do gênero documentário com visitas aos bastidores do estúdio, mostrando parte do processo criativo de imagens e sons, produzidos por animadores que possuíam inesgotáveis sorrisos durante o expediente. Após a estreia de *O Dragão Relutante*, em 28 de julho, as imagens de convivência de uma família feliz dentro do estúdio abalaram as reivindicações dos grevistas, e dificultaram ainda mais as negociações.

⁷¹⁸ Cf. ELIOT, 1980, p. 187-188.

⁷¹⁹

Disponível

em:

<https://www.youtube.com/watch?v=VRne7h2YWzo&index=2&list=PLF-vOZouZeoMDhoB2DtBRAK6BY3Cqo67V>. Acesso em: 23 jul. 18. No Brasil, a animação ficou conhecida também como *Dragão Dengoso*, e só foi lançada em dezembro de 1941, após as exibições de *Fantasia*.

A greve deixou a companhia, portanto, em clima de tensão. Na versão da história de Walt Disney, o local nunca teria passado por problemas trabalhistas. Para ele, os grevistas eram fruto de conspirações de comunistas que ameaçavam Hollywood e a nação estadunidense. Ocorre que a greve nos seus estúdios contou com o apoio do CPUSA, o *Communist Party of the United States of America*, ou Partido Comunista dos Estados Unidos da América, que teve papel importante no movimento pelos direitos trabalhistas e na organização de sindicatos do país desde a década de 1920. É correto dizer, também, que a *Screen Cartoonists Guild* tinha membros que se identificavam como comunistas. Contudo, de acordo com Gabler, eles não eram os animadores dos estúdios Disney⁷²⁰.

Mesmo assim, Walt Disney seguiu acusando todos os grevistas de comunistas e deslegitimando o movimento. Aparentemente, em razão da greve, Disney se transformou em um anticomunista obstinado. Inclusive, de acordo com Marc Eliot, durante a ocasião Walt Disney se tornou um espião do FBI - *Federal Bureau of Investigation* (Departamento Federal de Investigação), de modo que a sua função era reportar possíveis atividades comunistas de atores, escritores, produtores, diretores, técnicos e, logicamente, sindicalistas⁷²¹. Já, Gabler, discorda que Disney tenha sido um espião do FBI, mas ao mesmo tempo afirma que, durante a greve, o empresário realmente enviou fotografias dos grevistas ao Departamento, para investigá-los⁷²². De todo modo, o mais importante neste momento é perceber que Walt Disney já se identificava como um anticomunista, mas que as suas atuações nesse sentido foram mais expressivas a partir de 1944, quando ele participou da fundação da *Motion Picture Alliance for the Preservation of American Ideals* (Aliança do Cinema para a Preservação dos Ideais Norte-Americanos), uma organização conservadora a serviço dos ideais estadunidenses e do anticomunismo. Entre seus membros estavam outros nomes notáveis de Hollywood, como Clark Gable, Robert Taylor, Gary Cooper, Roy Brewer, Ginger Rogers, Barbara Stanwyck, John Ford, Irene Dunne e John Wayne⁷²³.

Durante o conflito, Disney estabeleceu parcerias diretas com o governo estadunidense de outras maneiras: com a diplomacia e a propaganda. Mas, curiosamente, isso não ocorreu pela sua própria

⁷²⁰ Cf. GABLER, 2013, p. 420.

⁷²¹ Cf. ELIOT, 1980, p. 15.

⁷²² Cf. GABLER, 2013, p. 420.

⁷²³ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 173.

iniciativa. Preocupado com os embates da greve entre o irmão e os funcionários, foi Roy Disney que, naquele momento, buscando uma maneira de afastar Walt do contexto da greve, procurou por Nelson Rockefeller logo após saber que o mesmo estava organizando ‘expedições de Boa Vizinhança’. Desde a primeira oportunidade, Roy Disney e Rockefeller estabeleceram uma parceria entre o *Office* e a companhia; e em seguida Walt Disney recebeu formalmente um convite para ingressar em uma expedição para a América Latina.

Foi dessa maneira, então, que Walt Disney começou a ter contato direto com a política e a diplomacia estadunidense. De acordo com Gabler, devido as circunstâncias por quais passavam a companhia, o cineasta prontamente aceitou colaborar com a Política de Boa Vizinhança. Segundo Eliot, Walt Disney também logo informou a imprensa sobre a sua viagem, e ao passo que ele passou a ser referenciado como o “embaixador Walt Disney, um patritota americano em missão”, as notícias sobre a greve na companhia foram diminuindo nas páginas dos jornais e revistas⁷²⁴. Afora a possibilidade de amenizar as consequências da greve, os interesses dos irmãos Disney passavam principalmente pela publicidade que os estúdios poderiam conquistar na América do Sul, e pela garantia de manter contratos com o governo em um momento onde a companhia estava correndo riscos de não sobreviver ao mercado cinematográfico⁷²⁵.

É importante dizer que o fato do governo não ter tomado a iniciativa nesta parceria não significa que Rockefeller não se interessasse por Walt Disney. Durante a greve, Disney chegou a declarar que se sentia na obrigação moral de colaborar com o governo na luta pela democracia. Por iniciativas como essa, aos olhos do governo, Walt Disney mostrava-se uma representação perfeita de um patriota, além de ser alguém cada vez mais conhecido em todo o mundo e, portanto, que poderia colaborar na missão de levar o *American Dream* para outros países. Aos olhos de Walt Disney, muito além de um simples patriotismo, contratos com o governo poderiam trazer segurança para a companhia, pois assim ele poderia cobrir as despesas e manter os animadores trabalhando, já que caso houvesse prejuízos, o governo cobriria. Segundo Gabler, Disney já procurava parcerias com o governo antes mesmo da greve, se oferecendo, por exemplo, para produzir filmes de âmbitos técnicos para a indústria de aviação⁷²⁶. Mas foi apenas

⁷²⁴ Cf. ELIOT, 1980, p. 191.

⁷²⁵ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 424.

⁷²⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 437.

durante a greve e, a partir do *Office*, que a parceria de fato se estabeleceu.

A greve terminou oficialmente no dia 15 de setembro de 1941, quando Roy Disney conseguiu um acordo com os funcionários, enquanto o irmão estava na América Latina. De acordo com Eliot, o fim da greve significou que o estúdio estava obrigado a reconhecer o sindicato *Cartoonists Guild*, comprometendo-se a contratar apenas trabalhadores filiados, em recontratar aqueles que haviam sido demitidos, em estabelecer uma paridade salarial para a equipe, e a conceder férias pagas⁷²⁷. Tudo isso, contudo, já havia sido proposto por Walt Disney, mas os animadores não haviam aceitado em razão do seu tom de superioridade. Quando o cineasta estava afastado, e as mesmas condições foram propostas por Roy Disney, os trabalhadores finalmente aceitaram o acordo. Para Otto Friedrich, apesar de amarga, a greve acabou bem-sucedida para os animadores⁷²⁸. Todavia, a partir deste ponto veremos que os melhores resultados vieram para Walt Disney, pois, impulsionado pela greve, ele começou a participar da Política de Boa Vizinhança e a obter um prestígio (até hoje mantido) na América Latina.

3.7. *Fantasia* e a diplomacia: Walt Disney em turnê pela América Latina

Vocês já viram um estúdio de desenhos animados mandar uma expedição ao estrangeiro?
(Voz em *off* que narra *Alô, Amigos*, 1942).

Ao aceitar o convite de Rockefeller, Walt Disney foi chamado em caráter de urgência para colaborar com a *Motion Pictures Division*, e até o final da guerra ele atuou como um dos embaixadores mais importantes desse período. Por mais que em meados de 1941 o empresário ainda estivesse se estabelecendo na indústria cinematográfica e enfrentasse dificuldades financeiras e de gestão da empresa, o seu cinema de animação já havia conquistado público suficiente para poder tornar-se uma representação da cultura estadunidense também para o mundo. Em relação à América Latina, Disney ficou cada vez mais conhecido a partir do sucesso de *Branca de Neve e os Sete Anões* (1937). De acordo com o documento que autorizou o projeto elaborado pela diretoria do *Office*

⁷²⁷ Cf. ELIOT, 1980, p. 192.

⁷²⁸ Cf. FRIEDRICH, 1988, p. 248.

para a atuação de Disney, foi constatado pelo comitê que os curtas-metragens do empresário (com personagens como Mickey Mouse e Pato Donald) igualmente conquistavam os gostos dos latino-americanos e já faziam mais sucesso nas “outras repúblicas” do continente que qualquer filme hollywoodiano em *live action*. Dessa maneira, havia ótimas expectativas referentes à atuação de Disney e era esperado que o público latino-americano fosse bem receptivo com o cineasta e as suas obras:

Devido à sensibilidade do Sr. Disney ao que o público gosta, à sua apreciação dos preconceitos, do orgulho e das características nacionais, ao seu bom gosto inquestionável e ao seu empenho pela perfeição, há poucas dúvidas quanto à aceitabilidade dos assuntos curtos que ele produzirá sob este projeto para distribuição nas outras repúblicas americanas⁷²⁹.

O projeto referido foi denominado *Walt Disney field survey and short subjects on the other American Republics* (Pesquisa de campo de Walt Disney e curtas-metragens sobre as outras Repúblicas Americanas). E o contrato que o autorizou formalmente entrou em vigor no dia primeiro de julho de 1941⁷³⁰. Os objetivos do projeto foram divididos em duas partes: a primeira designava Disney a reunir uma equipe para fazer uma pesquisa de campo na América do Sul, e a segunda exigia que, ao retornar para os Estados Unidos, Disney então deveria produzir curtas-metragens sobre as culturas que conheceu. As especificações sobre essas produções⁷³¹, no entanto, são realizadas apenas em contratos seguintes, sobre os quais não temos espaço para aprofundar nesta dissertação. Assim, abordaremos aqui a parte da

⁷²⁹ Cf. Project Authorization, June 16, 1941; *Walt Disney field survey and short subjects on the other American Republics*; Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II

⁷³⁰ Cf. Contract NDCar-110, July 1, 1941. Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

⁷³¹ Inicialmente, o projeto previa a produção de 12 curtas-metragens, mas depois eles foram alterados para os longas-metragens *Alô, Amigos* (1942) e *The Three Caballeros* (1944), além de filmagens em *live action* do próprio grupo em turnê pela América Latina, em registros de 16 mm. Cf. Project Authorization, June 16, 1941; *Walt Disney field survey and short subjects on the other American Republics*; Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

pesquisa de campo, como ela é descrita nos documentos, e nos limitaremos nessa relação com o Brasil, pois é nesse momento que houve a recepção de *Fantasia* no país.

Em razão da greve que ocorria na companhia, o projeto de Disney começou imediatamente, e o empresário iniciou a viagem poucas semanas depois de assinar o contrato. A equipe reunida para a pesquisa de campo foi formada, ao total, por 18 pessoas, incluindo o cineasta e a esposa Lillian Disney; o roteirista Bill Cottrell e sua esposa Hazel Sewell (que era também irmã de Lillian); os animadores: Norm Ferguson, Ted Sears, Webb Smith, Frank Thomas, James Bodrero, Jack Miller e Jack Cutting; o casal de ilustradores Lee e Mary Blair; os diretores de animação: Herbert Ryman e Larry Lansburgh; a publicitária e esposa de Lansburgh, Janet Martin; o compositor musical do estúdio: Charles Wolcott; e como integrante do departamento administrativo da companhia, o gerente de negócios: John Rose⁷³². O grupo teve a missão de conhecer a capital da Argentina, o Rio de Janeiro, São Paulo, Montevidéu “e talvez outras cidades na rota para Buenos Aires”, como consta no contrato. Também de acordo com o documento, Disney teve alguma liberdade para definir essas paradas, e como também foi prevista uma visita ao Chile, ele escolheu levar o grupo para apreciar as áreas rurais do país, esperando encontrar outras paisagens, para além dos centros urbanos. O objetivo da expedição concentrava-se em reunir informações sobre os países, para que este material depois auxiliasse na produção de temas latino-americanos durante a feitura das animações. A investigação de Disney era necessária porque os temas escolhidos por sua equipe deveriam ser posteriormente bem aceitos nesses países. O contrato estipulava que Disney deveria fazer contatos e amizades com artistas locais; deveria estudar e coletar materiais das culturas da América do Sul – entre músicas, folclores, lendas e personagens que posteriormente poderiam ser usados nas animações; deveria perceber os cenários locais (em especial as paisagens naturais, que igualmente seriam usadas nas animações); e por fim, Disney deveria apresentar relatórios mensais de seu trabalho à Rockefeller⁷³³. Em troca, o *Office* se responsabilizava por todas as despesas da viagem e das produções das

⁷³² Cf. KAUFMAN, J. B. *South of the Border with Disney: Walt Disney and the Good Neighbor Program, 1941-1948*. New York: Disney editions, 2009, p. 27-30.

⁷³³ Cf. Contract NDCar-110, July 1, 1941. Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

animações encomendadas⁷³⁴, assim como pelo pagamento de salários para os membros do grupo, já que eles ficariam sem trabalhar no estúdio por algum tempo. Quanto à Disney, o projeto frisava que ele não ganharia salário, e apenas teria as despesas compensadas⁷³⁵. Dessa maneira, o contrato deixava claro que o trabalho do cineasta era voluntário, uma vez que era determinado pelo esforço de guerra.

Com a parte inicial do projeto formalizada, “El grupo” - como a equipe de Disney ficou conhecida na América do Sul - partiu de viagem durante a primeira semana de agosto e fez uma primeira parada em Washington para que fossem acertados os últimos detalhes do contrato. Nessa ocasião foram organizadas reuniões sobre um tópico especial da pesquisa de campo, aquele que tratava de se evitarem as ‘gafes embaraçosas’ que Hollywood frequentemente produzia ao abordar a América Latina. Walt Disney foi orientado pela direção do *Office*, entre outras questões, a lembrar que as Américas são compostas por diferentes países, e que cada um deles possui a sua própria cultura, tradições e peculiaridades. Como já apontamos ao longo desse texto, essa questão era imprescindível para a Política de Boa Vizinhança, pois caso contrário, se o cineasta interpretasse todos os latino-americanos como iguais, todo o esforço de solidariedade hemisférica provavelmente seria em vão. Dessa maneira, antes de continuarem a viagem para a América do Sul, Disney e toda a equipe envolvida no projeto receberam folhetos e livros a serem estudados durante o trajeto. As obras envolviam a história, a geografia, o folclore, a literatura, e a flora e a fauna de cada um dos países a serem visitados, com destaques para o Brasil, a Argentina e o Chile⁷³⁶.

O contrato também previa que Disney precisava de uma espécie de ‘cartão de visitas’ para chegar aos países escolhidos. De acordo com o contrato, Disney necessitava de algo de novo, de moderno, para apresentar aos latino-americanos. Ainda que dê a entender que este instrumento, por vir de Disney, seria naturalmente uma animação, o documento não especificou qual era a obra que deveria ser apresentada aos latino-americanos. Além do projeto e do contrato já citados, para esta pesquisa realizamos uma ampla investigação em meio aos documentos produzidos pelo *Office*, entre correspondências e demais

⁷³⁴ Cf. GABLER, 2013, p. 426.

⁷³⁵ Cf. Project Authorization, June 16, 1941; *Walt Disney field survey and short subjects on the other American Republics*; Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

⁷³⁶ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 24.

negociações com a *Walt Disney Productions*⁷³⁷, e não encontramos registros do tema de lançamento de animações durante as estadias de Disney nos países escolhidos, em 1941. Porém, sabemos que nesse momento houve o lançamento de *Fantasia*, pelo menos, no Brasil, no Uruguai, na Argentina, e no Panamá, porque esses locais foram confirmados por J. B. Kaufman, jornalista e amigo da família de Disney, que publicou um livro com os relatos oficiais sobre a colaboração do empresário com a Política de Boa Vizinhança e a sua estadia na América Latina⁷³⁸. Segundo o autor, todos esses eventos de recepções de *Fantasia* resultaram em sucessos. O primeiro deles ocorreu no Brasil, e apresentaremos a análise do mesmo a partir dos periódicos da imprensa nacional daquela época, no próximo capítulo.

Por outro lado, a partir dos documentos produzidos pelo *Office*, verificamos que não há menção de *Fantasia* no conjunto de contratos entre a agência e a *Walt Disney Productions*. O que faz sentido, afinal, por que a *Motion Pictures* pensaria em exibir uma animação que gerou tanta polêmica durante o processo de recepção, que não aborda nenhum tema latino-americano ou sequer foi pensada para ser um filme de propaganda? Após analisarmos todos os documentos, podemos afirmar com segurança que *Fantasia* não constava, portanto, nos projetos do *Office*. Todavia, é justamente essa ausência que confirma a principal hipótese construída durante a nossa pesquisa: *Fantasia* não foi planejada para ser uma peça da Boa Vizinhança, no entanto, tornou-se por iniciativa de Walt Disney. Como *Branca de Neve e Pinóquio* já haviam estreado na América do Sul, e *Fantasia* ainda não, presumimos que a decisão de levar *Fantasia* tenha partido de Disney, o que justifica a ausência dessa questão dos documentos que foram pensados pelo *Office*. Como o projeto de Disney foi formulado com alguma pressa e nem todos os detalhes puderam ser acertados antes da partida do grupo para a América Latina, é provável que o *Office* tenha incumbido a Disney a escolha sobre qual obra levar consigo como o ‘cartão de visitas’ necessário para chegar aos países do sul. Contudo, é preciso deixar claro

⁷³⁷ Foram cerca de 680 páginas de documentos consultados. A maioria deles foi produzida pela *Motion Pictures*, e se constituem em projetos e contratos com Disney. Há ainda algumas correspondências, e nesse caso existem algumas que foram produzidas e enviadas pela *Walt Disney Productions* para a agência. Todos esses documentos foram coletados no *National Archives and Records Administration* (NARA II), em College Park, nos Estados Unidos, pelo Prof. Dr. Alexandre Busko Valim, orientador dessa dissertação.

⁷³⁸ Cf. KAYFMAN, 2009.

que essa é uma conclusão nossa, pois não existe essa afirmação em nenhum dos documentos que analisamos. O fato é que a animação escolhida foi *Fantasia*, e seja por “coincidência” ou por “pretexto”⁷³⁹, as suas estreias, longe de serem simples lançamentos cinematográficos, ocorreram como eventos políticos na América do Sul.

Apesar de não termos encontrado um documento que relatasse um pedido de autorização da *Walt Disney Productions* para levar *Fantasia* na viagem de Boa Vizinhança, reforçamos nossa hipótese mediante a obra de Kaufman, que relata que essa autorização foi emitida pelo *Office* ao final de julho, e que junto com ela havia um pedido de Rockefeller reforçando que a presença de Walt Disney durante os lançamentos era essencial para que fossem obtidos bons resultados com as recepções, e que o empresário deveria fazer aparições públicas durante as suas estadias nesses países, especialmente no Rio de Janeiro, onde Rockefeller imaginava que ele poderia conquistar uma “inestimável publicidade para as apresentações de estreia”⁷⁴⁰.

Do ponto de vista dos estúdios Disney, estreiar *Fantasia* na América Latina era uma decisão arriscada, pois essa animação já havia causado um grande prejuízo nos Estados Unidos, e o seu insucesso poderia se repetir nos países ao sul da fronteira. Com a situação da greve na companhia, no entanto, praticamente não havia outra opção senão arriscar fazer da viagem de Boa Vizinhança um evento positivo. De acordo com Gabler, “o estúdio precisava desesperadamente de filmes” naquele momento, “tanto para conseguir receita quanto para manter a equipe trabalhando”; e o *Office* apareceu como uma fonte em potencial para ambos os objetivos⁷⁴¹. E como aquele era o momento de

⁷³⁹ São com as expressões de ‘coincidência’ e ‘pretexto’ que a autora Marli Rosa define o lugar de *Fantasia* durante as estadias de Disney na América Latina. Contudo, como nós somos os primeiros pesquisadores a ter o acesso as documentações pertinentes, acreditamos que a expressão ‘cartão de visitas’ é mais coerente com o atuação de *Fantasia* no período. As contribuições de Rosa estão relacionadas especialmente a apropriação da musicalidade brasileira que Disney utilizou em suas animações a partir de 1942, e as expressões anteriormente mencionadas podem ser encontradas em dois textos, respectivamente: Cf. ROSA, M. Aquarela do Brasil: visualidade musical de Ary Barroso. In: *BRASA XI Congress – Brazilian Studies Association*, Champaign-Urbana, 2012, p. 07. Cf. ROSA, M. Pato Donald no batuque dos ‘bons amigos’: manifestações culturais na Política de Boa Vizinhança. In: *9º Encontro Internacional da ANPHLAC*. Goiânia, 2010, p. 04.

⁷⁴⁰ Cf. ROCKEFELLER apud KAUFMAN, 2009, p. 22.

⁷⁴¹ Cf. GABLER, 2013, p. 124-125.

lançamento de *Fantasia*, o estúdio não possuía outro longa-metragem para ser estreado (uma vez que *Bambi* e *Dumbo* ainda não estavam finalizados). Alguns documentos enviados à época pela *Walt Disney Productions* à *Motion Pictures*, inclusive, chegavam em papéis timbrados com desenhos de personagens de *Fantasia*⁷⁴². Porém, mesmo que houvesse outro longa-metragem, após conhecer a trajetória da companhia e o entusiasmo de Walt Disney em produzir *Fantasia*, conjecturamos que o cineasta não perderia a oportunidade de lançar a sua obra mais cobiçada também na América do Sul. Nesse sentido, a *Motion Pictures* concedeu à Disney mais uma chance de fazer de *Fantasia* o sucesso que ele tanto desejou; e conforme veremos no próximo capítulo, ao menos no Brasil Disney teve a felicidade de ter esse anseio concretizado.

O Rio de Janeiro foi o primeiro destino da excursão de Disney. Mas, antes, o grupo pousou em um fim de tarde em Belém, para obter combustível para o avião, e para descansar naquela noite em um hotel local. Durante essa ocasião, Disney foi recebido pelo radialista brasileiro Celestino Silveira, e ele aproveitou a oportunidade para começar a colocar um dos itens do projeto em prática: conhecer a música brasileira; que naquele período já era reconhecida internacionalmente pelo samba. Disney e Silveira jantaram no hotel e, enquanto Silveira obteve uma entrevista exclusiva com Disney, também lhe apresentou uma seleção de músicas brasileiras. Embora Disney tenha demonstrado particular interesse pela história do compositor Heitor Villa-Lobos - afinal, ele havia acabado de produzir *Fantasia* inspirado na música erudita e se surpreendeu com o trabalho desse artista⁷⁴³ - já era previsto pelo *Office* que o samba fosse o principal expoente da música brasileira e era em relação a este gênero, portanto, que Disney deveria ficar atento. De acordo com Kaufman, naquela noite houve um samba, em especial, que chamou a atenção de Disney: a *Aquarela do Brasil*, do compositor Ary Barroso⁷⁴⁴. Desde então, o Brasil “do samba e da alegria” passou a ser o objetivo de estudo de maior anseio da excursão de Disney no país. Naquele momento, O Estado Novo procurava por uma formação de uma

⁷⁴² Encontramos esses documentos em correspondências enviadas pelos irmãos Disney. Cf. Box NDCar-110; Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

⁷⁴³ De acordo com Kaufman, Disney inclusive pensou na possibilidade de convidar Villa-Lobos para fazer um curta-metragem ao estilo de *Fantasia*. Mas o projeto nunca se concretizou. Cf. KAUFMAN, 2009, p. 33.

⁷⁴⁴ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 25-33.

identidade brasileira e por símbolos nacionais, onde se destacavam o samba e o futebol. Aos olhos estrangeiros, o Brasil se transformou em um país de festa “em que a alegria e a simplicidade [eram] expressas de maneira recorrente como se fosse um bem material comum de todas as regiões do Brasil”⁷⁴⁵. E era justamente esse o país que Disney e os animadores pretendiam conhecer e, posteriormente, representar.

O projeto elaborado pelo *Office* para Disney previa que o grupo levaria cerca de quatro semanas na América Latina⁷⁴⁶. Mas esse tempo foi ultrapassado, e apenas no Brasil a equipe permaneceu por doze dias⁷⁴⁷. O Rio de Janeiro ocupou o maior espaço da agenda e da admiração do grupo. Ainda que todos houvessem se preparado para o que veriam antes da viagem, quando chegaram, a maioria dos animadores relatou um encantamento pelas belezas da cidade. Bill Cottrell afirmou que o Rio era “uma cidade maravilhosa e empolgante!”. A “arquitetura é europeia; o porto, que eu acho que é o porto mais bonito do mundo; as calçadas, com seus maravilhosos padrões e cores; e a música, o entusiasmo da música em si, o ritmo [...]”⁷⁴⁸. Frank Thomas relatou que “parecia haver coisas decorativas por toda parte, e as grandes palmeiras e as pessoas, todas felizes”⁷⁴⁹. E o próprio Disney afirmou em uma entrevista que ficou, “sinceramente, maravilhado” com a cidade. Segundo o empresário, “depois que o avião transpôs as grandes montanhas que circundam o Rio”, ele percebeu que estava “sobre o mais emocionante cenário” que os seus olhos já haviam contemplado⁷⁵⁰. Ao desembarcar no Rio de Janeiro os artistas ansiosamente mergulharam em sua missão: desenhar, pintar, filmar e fotografar cenários ao longo da cidade. Todos circularam pelo Rio e seus pontos turísticos: o Pão de Açúcar, o Corcovado, os jardins botânicos e zoológicos, assim como bibliotecas e museus, etc.

Quando a pesquisa de campo brasileira foi concluída, a excursão de Disney seguiu para a Buenos Aires, local onde foi montada uma sede da pesquisa. Ali o grupo conheceu temas latino-americanos, ouviu

⁷⁴⁵ Cf. FERREIRA, 2010, p. 38.

⁷⁴⁶ Cf. Project Authorization, June 16, 1941; *Walt Disney field survey and short subjects on the other American Republics*; Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

⁷⁴⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 426.

⁷⁴⁸ Cf. COTTRELL apud KAUFMAN, 2009, p. 33.

⁷⁴⁹ Cf. THOMAS apud KAUFMAN, 2009, p. 33.

⁷⁵⁰ Cf. DISNEY em entrevista na A.B.I. In: DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 19 ago. 1941, p. 04.

músicas locais para se inspirar, planejou histórias para os filmes, e desenvolveu ideias para os *storyboards*. Como fez no Rio de Janeiro, Walt Disney participou de confraternizações, como momentos de danças e jantares, e visitou fazendas e jardins zoológicos para conhecer a fauna local. Quanto à *Fantasia*, o *Office* não tinha confiança de que a sua exibição poderia ter um bom retorno na Argentina. Essa era a República que mais preocupava os Estados Unidos. Se a aproximação com o Brasil se tornou clara a partir de finais de 1941, com a Argentina, outro importante país do período, a situação não foi tão favorável a uma aproximação. De forma ainda mais expressiva que no Brasil, havia setores do governo argentino que simpatizavam com o Eixo. E, apesar de haver também setores aliados com a causa democrática, os Estados Unidos construíram nessa época uma imagem de uma Argentina pró-nazista⁷⁵¹. Ocorreram bastantes dificuldades diplomáticas entre os dois países e os embates se deram inclusive no âmbito cinematográfico, pois, diferente do cenário brasileiro, a indústria cinematográfica na Argentina se desenvolveu expressivamente nesse período, conseguindo fazer uma franca concorrência com as películas estadunidenses. Citando Domingo Di Núbila, Monica Sol Glik nos lembra que concomitantemente a Hollywood, o cinema argentino viveu nesse momento a sua ‘era de ouro’, e o número de filmes produzidos no país cresceu de 13, em 1935, para 56 em 1942⁷⁵². Dessa maneira, as salas de cinemas argentinas não eram ocupadas por Hollywood com a mesma situação encontrada no Brasil, tampouco os espectadores eram conquistados com a mesma destreza. Não estamos dizendo que no Brasil essa relação foi simples, pois lembramos que a hegemonia foi negociada, mas isso não nos impede de perceber que a relação da Argentina com a cultura dos Estados Unidos foi quase sempre mais resistente.

Tivemos acesso a um documento que foi enviado pela embaixada estadunidense presente na Argentina, no dia seis de agosto de 1941, e o relatório descrevia o país como o “mais sensível” da América do Sul e abrangia com receios a chegada de Disney no local. Por um lado, o documento afirmava que Mickey Mouse e Pato Donald estavam se “popularizando” no território argentino, mas, como Disney chegaria ao país com finalidades políticas, havia a preocupação de que os argentinos enxergassem a estadia do cineasta como uma tentativa de conquistá-los

⁷⁵¹ Sobre a relação entre Estados Unidos e a Argentina nesse período, vide: GLIK, 2015.

⁷⁵² Cf. DI NUBILA, D. *Historia del Cine Argentino*. I: La época de oro. Buenos Aires: EL Jilguero, 1988 apud GLIK, 2015, p. 180.

tratando-os como “crianças” que seriam facilmente persuadidas com algumas animações. No mesmo relatório, *Fantasia* é citada deixando a entender que já era certa a sua exibição em Buenos Aires e, ainda que não fosse possível prever quais reações ela causaria, imaginava-se que haveria grandes chances do seu lançamento não ser bem-vindo na capital⁷⁵³. Quanto a última afirmação, fica perceptível que mesmo com previsões negativas do *Office* em relação as recepções de *Fantasia* na América Latina, foi permitido à Disney arriscar e as exibições prosseguiram conforme o desejo do empresário, o que reafirma a nossa hipótese de que foi por iniciativa do cineasta que *Fantasia* se transformou em uma peça da Política de Boa Vizinhança.

Isso significa que Walt Disney e *Fantasia* surpreenderam até mesmo em Buenos Aires, onde o cineasta foi recebido por uma multidão de fãs e a exibição da animação foi um sucesso, ao menos, entre as elites da capital⁷⁵⁴. Por outro lado, a experiência de Disney ao visitar o interior da Argentina o deixou um pouco irritado. Após alguns dias no país, ele anunciou para a equipe que estava partindo para o Chile, porque estava “farto” daquele lugar, e não queria mais “ser vestido como um gaúcho e ser posto sobre um cavalo”⁷⁵⁵. Com a pressa de Disney para sair do país

⁷⁵³ Cf. JOSEPHS, J.R. August 6, 1941. Buenos Aires. *Report on use of Walt Disney films in South American good will program*. Disney Activities; Motion Picture; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NARA II.

⁷⁵⁴ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 44.

⁷⁵⁵ Cf. DISNEY apud GABLER, 2013, p. 426. Sobre isso, é interessante dizer que a turnê de Disney se referia aos argentinos como ‘gaúchos’, mais precisamente às populações que habitavam as regiões dos pampas. Walt Disney visitou alguns desses locais e foi convidado a vivenciar um pouco da rotina dessas pessoas e a colocar-se no lugar delas. Mas, pelo visto, ele não gostou muito. Depois, em *Alô, Amigos*, Disney fez uma sátira sobre um estadunidense visitando a Argentina justamente com essa mesma situação do gaúcho e seu cavalo, mediante a atuação do *Pateta*, que interpretou um vaqueiro bem atrapalhado com as atividades diárias. Desse modo, Disney não criou um personagem argentino como fez para os brasileiros (Zé Carioca), e sim utilizou um *cowboy* estadunidense para interpretá-lo. Além disso, como esse personagem era do tipo ‘pateta’, a satirização com os ‘gaúchos’ gerou controvérsias durante a recepção do segmento, inclusive, com o ilustrador argentino Florencio Molina Campos, que concedeu uma de suas pinturas com o tema do ‘gaúcho’ para Disney levar consigo e foi convidado pelo cineasta para ir até o estúdio ajudar na produção do mesmo. Mas, quando chegou, percebeu que *El Gaucho Goofy* já havia sido finalizado antes dos animadores ouvirem a sua opinião. Este é apenas um exemplo de como as obras de Disney nesse período foram construídas com base num olhar estadunidense sobre os latino-americanos, demonstrando, assim, um sentimento de superioridade por parte dos animadores estadunidenses. Cf. KAUFMAN, 2009, p.84.

e finalizar a turnê o quanto antes, o grupo que compunha a expedição se dividiu. Uma parte da equipe permaneceu na Argentina para continuar com os *storyboards*, e outro contingente seguiu com Disney para o Chile e depois para La Paz, na Bolívia, e também para a região do lago Titicaca. Em seguida, esse grupo viajou de barco pelas costas do Peru, do Equador e da Colômbia, onde a equipe embarcou em um navio para assistir à estreia de *Fantasia* na Cidade do Panamá. A viagem foi finalizada em outubro, quando a turnê seguiu para Nova York para a estreia de *Dumbo*. Ao total, a expedição levou cerca de dez semanas⁷⁵⁶, e todas essas regiões citadas, juntamente com o México⁷⁵⁷, constituíram o tema das produções que os estúdios Disney lançaram nos anos seguintes. Abordar toda a viagem, porém, demandaria uma nova pesquisa⁷⁵⁸. Então, reiteramos que neste trabalho nos concentramos apenas na parte brasileira da turnê e, de maneira particular, na recepção de *Fantasia* no país.

⁷⁵⁶ Cf. GABLER, 2013, p. 428.

⁷⁵⁷ Walt Disney realizou outra viagem de Boa Vizinhança no México, em 1942. Cf. Box *Walt Disney Sees South America* OEMcr-108 B-MP-1537; Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NARA II.

⁷⁵⁸ Como já dissemos, a versão oficial sobre toda a turnê do ‘El Grupo’ na América Latina já é encontrada na obra de Kaufman, e o leitor que se interessar pelo tema pode consultá-lo. Cf. KAUFMAN, Op. Cit. Além disso, existe um documentário chamado *Walt & El Grupo* (2008), de Ted Thomas. E outra autora que recomendamos a leitura sobre a viagem de Disney é: FREIRE-MEDEIROS, 2004.

4. A RECEPÇÃO DE *FANTASIA* NO BRASIL: O PRIMEIRO SUCESSO ENTRE AS ANIMAÇÕES DA POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA

*Fantasia, a obra gloriosa de Walt Disney, [marcou] época na história da cinematografia*⁷⁵⁹.

Walt Disney chegou ao Brasil no momento em que o governo nacional iniciava as parcerias mais estreitas com os esforços de guerra pelos Aliados. De acordo com Antonio Pedro Tota, desde fevereiro de 1941, Getúlio Vargas passou a fazer declarações amistosas aos Estados Unidos⁷⁶⁰. A partir de então, o Brasil encontrou-se pronto para receber os chamados embaixadores da Política de Boa Vizinhança. As missões dos *bons vizinhos* eram compostas principalmente por intelectuais, professores, jornalistas, militares, empresários, cientistas e artistas. Entre os cineastas, Walt Disney foi o primeiro a chegar formalmente ao Brasil, e ele desempenhou um papel tão satisfatório que surpreendeu até os diretores do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*.

Se no capítulo anterior vimos como Walt Disney iniciou a sua expedição pela América Latina e conhecemos um quadro geral sobre o tema, neste capítulo abordamos mais especificamente as recepções de Disney e de *Fantasia* no Brasil. Se a recepção de *Fantasia* refere-se ao ponto de vista cinematográfico, a de Disney é no sentido de hospitalidade por parte dos brasileiros. Os dois eventos não podem ser dissociados, pois, ao construir o trabalho da recepção de *Fantasia* percebemos que o evento esteve intimamente relacionado à maneira como o Brasil recebeu Walt Disney – o cineasta, mas, ao mesmo tempo, o embaixador da Política de Boa Vizinhança. Disney foi bem recebido pelos fãs em todos os locais em que esteve, foi exaltado pela mídia, e visto como um aliado político pelo governo.

Não é nosso objetivo, contudo, aprofundar as questões que permeiam a turnê de Disney no Brasil, uma vez que os objetivos do empresário no país são associados à coleta de materiais que desembocaram, depois, no personagem Zé Carioca e nas animações *Aquarela do Brasil* e *Você já foi à Bahia?*; e não dialogam, portanto, com *Fantasia*. Porém, se os objetivos da política estadunidense já são conhecidos, estamos interessados em descrever as intenções do governo

⁷⁵⁹ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 03 ago. 1941, p. 07. Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 09 ago. 1941, p. 03.

⁷⁶⁰ Cf. TOTA, 1987, p. 53.

brasileiro em proporcionar a hospitalidade de Disney, e queremos apontar que eles, sim, conversam com a recepção de *Fantasia*. Como a animação foi o ‘cartão de visitas’ da expedição, faz-se necessário perceber a dimensão do sucesso de Disney no Brasil, como e por que ele ocorreu, e descrever como os periódicos que cobriram a recepção de *Fantasia* determinaram o sucesso da animação, antes, durante e depois dela ser exibida, ao associarem a obra ao ‘privilégio’ dela ter vindo acompanhada pessoalmente pelo seu criador.

Nesse capítulo também cabe perceber as principais semelhanças e diferenças entre a recepção de *Fantasia* no Brasil e nos Estados Unidos, não com o propósito de fazer uma análise comparada, mas de registrar que distintas conjunturas de recepção podem alterar as leituras dos espectadores. Após descrever como se deu o sucesso de *Fantasia* no Brasil, é nossa intenção incluir essa obra na história do cinema de animação da Boa Vizinhança, sendo *Fantasia* a primeira a ter sido exibida no país.

Já estamos trabalhando com recepções por meio da imprensa desde o início desta dissertação, todavia, é neste capítulo que essa investigação ocorre de maneira aprofundada. Por isso, é apropriado fazermos elucidacões acerca da imprensa daquele momento e dos periódicos que selecionamos, tendo em vista a forte censura que foi instituída para todos eles pelo Departamento de Imprensa e Propaganda.

Os jornais e revistas são algumas das principais fontes de informação histórica. Para as autoras Tania Regina de Luca e Ana Luiza Martins, “a imprensa é, a um só tempo, objeto e sujeito da história brasileira”⁷⁶¹, pois a história do Brasil e a história da imprensa caminharam juntas pelo menos desde o início da República. A imprensa é uma fonte histórica do presente em que foi produzida e analisá-la nos auxilia a compreender práticas sociais de uma determinada época. Como bem lembra Maria Helena Capelato, a imprensa não pode ser tomada como um espelho do real, mas ela deve ser vista como uma representação de momentos particulares de uma realidade⁷⁶². Para os historiadores, a imprensa dá sentido à complexidade do real, e para os sujeitos de sua época a imprensa pode naquele momento ter modificado

⁷⁶¹ Cf. LUCA, T. R. A Grande Imprensa na Primeira Metade do Século XX. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 08.

⁷⁶² Cf. CAPELATO, Maria Helena. *Imprensa e História do Brasil*. São Paulo: Contexto, 1994, p. 24.

hábitos, costumes e estilos de vida⁷⁶³. Os periódicos, portanto, não são objetos imparciais ou neutros dos acontecimentos, mas personagens ativos de um momento histórico. E quando se trata da História do Brasil, esses personagens de imprensa muitas vezes foram também sujeitos que participaram direta ou indiretamente da vida política⁷⁶⁴, a nível regional ou nacional. Além disso, os jornais e revistas em alguns momentos atuaram (e atuam) como instrumentos de persuasão, ou mesmo de manipulação, de interesses públicos ou privados, atribuindo valores positivos ou negativos aos eventos vividos. Dessa maneira, ainda que analisar a recepção de um evento por meio da imprensa não seja uma tarefa fácil, à medida que o historiador percebe os fatores que estão inseridos em seu contexto, a pesquisa mediante os periódicos pode ser uma ferramenta essencial para a compreensão de uma dada sociedade; especialmente quando nos referimos às primeiras décadas do século XX, quando a imprensa exercia a principal influência entre os meios de comunicação.

4.1. A Imprensa durante o Estado Novo

O artigo 122 da Constituição de 1937 instituiu a censura prévia para a imprensa, o teatro, o cinema e o rádio no Brasil. No entanto, podemos dizer que o meio que mais sofreu com as determinações do Estado Novo foi a imprensa. Nas palavras de Nelson Werneck Sodré, “a imprensa fora uma das grandes vítimas da ditadura estadonovista”⁷⁶⁵. Na época, a imprensa já havia alcançado um bom desenvolvimento técnico⁷⁶⁶, e Getúlio Vargas procurava acompanhar as atividades jornalísticas de perto. Em uma nota do *Jornal do Brasil* de seis de novembro de 1937, Vargas afirmou que considerava a imprensa um “instrumento indispensável à boa administração dos negócios públicos”⁷⁶⁷. Também é interessante notar que a Associação Brasileira

⁷⁶³ Cf. COHEN, Ilka S. Diversificação e Segmentação dos Impressos. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 112.

⁷⁶⁴ Cf. LUCA, T. R. A Grande Imprensa na Primeira Metade do Século XX. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 08.

⁷⁶⁵ Cf. SODRÉ, N. W. *A História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966, p. 454.

⁷⁶⁶ Em 1933 circulavam no país cerca de 1.500 jornais, e 700 deles dispunham de oficinas próprias. Cf. GOULART, 1990, p. 55.

⁷⁶⁷ Cf. VARGAS apud JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 06 nov. 1937, p. 11.

de Imprensa (ABI) “teve o seu patrimônio enriquecido e tornou-se entidade poderosa” justamente durante a ditadura do Estado Novo⁷⁶⁸.

A regulamentação da nova Constituição sobre a imprensa foi oficializada pelo decreto-lei nº 1.949, de 30 de dezembro de 1939, apenas três dias depois da criação do Departamento de Imprensa e Propaganda. Naquele momento, a imprensa passou a ser considerada um serviço de utilidade pública, e os jornalistas foram vistos pela ditadura como funcionários do Estado. A função da imprensa era “contribuir para a obra de esclarecimento da opinião popular em torno dos planos de reconstrução material e de reerguimento nacional”⁷⁶⁹. A imprensa, então, foi configurada como elemento de construção nacional, e para isso, cabia ao DIP a prerrogativa de decidir sobre a extensão e a forma de publicações periódicas. Entre outras determinações, o DIP impunha aos periódicos a obrigação de inserir comunicados oficiais do governo, e o não-cumprimento dessa exigência poderia levar à prisão do diretor do jornal⁷⁷⁰.

Segundo Silvana Goulart, à Divisão de Imprensa do DIP cabia o exercício da censura, bem como “a organização de um controle de imprensa nacional e estrangeira” para “fornecimento de informações aos órgãos públicos interessados, a difusão de dados e informações sobre valores gerais do Brasil”. A Divisão de Imprensa era responsável pelo registro de todas as publicações periódicas e, sobretudo, pela autorização de circulação das mesmas. Para prestar assistência a essa Divisão, ainda foi instituído o Conselho Nacional de Imprensa (CNI), que colaborava com o exercício da censura para todas as publicações que desenvolvessem “atividades contrárias ao regime, à ordem ou às instituições ou, ainda, que incorressem nas sanções dos dispositivos que regem a ética profissional, segundo os critérios do Estado Novo”⁷⁷¹. Todas as publicações também passavam obrigatoriamente pela Agência Nacional, que se incumbia de transmitir algumas informações aos

⁷⁶⁸ A ABI foi fundada em 1908 pelo jornalista Gustavo de Lacerda, mas durante as duas primeiras décadas de existência a ABI sobreviveu sem uma sede própria e de maneira dispersa. Foi Getúlio Vargas, durante os anos 1930, que proporcionou a construção da sede e que afirmou, em discurso, que desejava ver a ABI como “um centro de estudos e de cultura, uma oficina de trabalho em proveito da comunhão nacional”. Cf. VARGAS apud SODRÉ, 1966, p. 354.

⁷⁶⁹ Cf. GOULART, 1990, p. 50-51.

⁷⁷⁰ Cf. CPDOC. *Diretrizes do Estado Novo, Imprensa*. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda/Imprensa>. Acesso em: 01 jun. 2018.

⁷⁷¹ Cf. GOULART, 1990, p. 66.

jornais do interior. Assim, embora a imprensa fosse caracteristicamente regional durante a primeira metade do século XX, nesse momento a Agência Nacional promovia um intercâmbio que envolvia todo o país, onde as mesmas notícias que eram publicadas nos jornais das capitais, caso fosse de interesse do Estado, chegavam depois ao interior⁷⁷².

De acordo com Tania de Luca, além da censura, a isenção de taxas alfandegárias na importação do papel utilizado pela imprensa foi outro poderoso instrumento de coerção do período. Como os jornais dependiam do governo para a importação do papel, o mesmo comprometia-se a entregar o material e a isentar as taxas de todos os periódicos que colaboravam com o Estado Novo. Já aos jornais de oposição as taxas eram elevadas e deveriam ser pagas em 24 horas⁷⁷³. Segundo a autora, esse tipo de sanção, econômica, muitas vezes conseguia ser mais eficaz do que as ameaças da polícia.

A maioria dos periódicos da época foi, portanto, informador e formador de opinião simpática ao regime do Estado Novo. Mesmo os periódicos de oposição tiveram por obrigação a mudança de postura, ou encontraram grandes dificuldades para sobreviver⁷⁷⁴. E a maioria daqueles que contrariaram a ideia foram impedidos de circular. De acordo com Capelato, “a partir de 1940, 420 jornais e 346 revistas não conseguiram registro no DIP”⁷⁷⁵. Embora seja difícil precisar – pois o arquivo do Departamento foi destruído logo após a conclusão do Estado Novo⁷⁷⁶ - segundo Luca, a estimativa total de periódicos excluídos do Estado Novo foi de cerca de 30%⁷⁷⁷.

⁷⁷² Cf. GOULART, 1990, p. 84.

⁷⁷³ Cf. LUCA. *A Grande Imprensa na Primeira Metade do Século XX*. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 172-173.

⁷⁷⁴ Com dificuldades, houve nessa época “uma imprensa clandestina que publicava jornais, folhetins e tablóides. Era o caso do tablóide carioca *Liberdade*, que denunciava o amordaçamento da imprensa. Em São Paulo, orientadas por professores e estudantes da USP, surgiram publicações que foram divulgadas por todo o país, como *Folha Dobrada* (1939) e *Resistência* (1944)”. Cf. CPDOC. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda/Imprensa>. Acesso em: 01 jun. 2018.

⁷⁷⁵ Cf. CAPELATO, 1999, p. 173.

⁷⁷⁶ Cf. LUCA, T. R. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, 2011, v. 31, nº 61, p. 04.

⁷⁷⁷ Cf. LUCA. *A Grande Imprensa na Primeira Metade do Século XX*. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 172.

Dentre os jornais que pesquisamos, a maioria dizia-se inicialmente contrária ao regime. O jornal *A Noite*, por exemplo, de direção do jornalista André Carrazzoni, era conhecido anos antes por sua postura independente, mas obrigatoriamente precisou começar a elogiar o governo, pois caso contrário a pena seria o seu fechamento⁷⁷⁸. O *Correio da Manhã*, da mesma maneira, chegou a denunciar a ditadura, mas uma vez que a censura foi instalada pelo governo, as publicações do jornal foram obrigadas a passar pelo controle de um censor e as matérias começaram a reproduzir os interesses do regime, incluindo, a partir de 1940, o favorecimento pela causa Aliada⁷⁷⁹. “O *Diário Carioca*, de direção de José Eduardo de Macedo Soares, igualmente, recebeu com reservas a Constituição de 1937. Mas a partir de 1938 passou a prestar incondicional apoio ao governo”⁷⁸⁰. O *Correio Paulistano*, que à época pertencia a uma sociedade anônima, posicionou-se abertamente contrário ao governo de Getúlio Vargas, no entanto, a sua postura anticomunista ia de encontro à ideias do regime, o que facilitou o seu condicionamento ao Estado Novo⁷⁸¹. Já o *Jornal do Brasil*, de direção de José Pires do Rio, possuindo uma vasta experiência (o jornal funcionava desde o século XIX e já havia presenciado outros momentos de censura), para evitar conflitos, adotou desde o início do regime uma política de conciliação, mantendo relações cordiais com o DIP e “demonstrando simpatia para com a legislação trabalhista e a política econômica de Vargas”⁷⁸².

Dessa maneira, é perceptível que a maior parte da imprensa nunca foi verdadeiramente favorável ao governo, fundamentalmente porque a Constituição de 1937 havia abolido a liberdade de expressão.

⁷⁷⁸ Cf. *A Noite*. In: CPDOC. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/noite-a>. Acesso em: 20 mai. 2018.

⁷⁷⁹ O redator-chefe do *Correio da Manhã* era Pedro da Costa Rego. Cf. *Correio da Manhã*. In: CPDOC. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/correio-da-manha>. Acesso em: 20 mai. 2018.

⁷⁸⁰ Cf. *Diário Carioca*. In: CPDC. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/diario-carioca>. Acesso em: 20 mai. 2018.

⁷⁸¹ Cf. *Correio Paulistano*. In: BNDigital. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/correio-paulistano/>> Acesso em: 20 mai. 2018.

⁷⁸² Cf. *Jornal do Brasil*. In: CPDOC. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/jornal-do-brasil>. Acesso em: 20 mai. 2018.

Então, a imprensa, de maneira geral, colaborava com o Estado Novo por não ter escolha, pois estava mantida pelo controle da censura e pelas sanções econômicas. Nesse contexto, Getúlio Vargas sentiu necessidade de contar com um órgão de sua confiança, destinado a divulgar as principais ideias do Estado Novo. Com esse intuito surgiu o jornal *A Manhã*, que foi instituído em 1941 e que ficou conhecido como o porta-voz do regime⁷⁸³. *A Manhã* tinha a direção de Cassiano Ricardo, e o jornal foi fechado apenas em 1953.

Na época circulavam, também, algumas revistas ilustradas. Segundo Ana Maria Mauad, esse tipo de imprensa funcionava como “janelas para o mundo”⁷⁸⁴, afinal, as imagens eram essenciais para uma população com alto índice de analfabetismo. Em um Brasil que vivia um momento ainda considerado como a ‘era do rádio’⁷⁸⁵, a visualização sobre o que se ouvia era possível de ser obtida a partir das revistas, que traziam bastantes ilustrações (a maioria ainda em preto e branco, mas algumas revistas a essa altura já começavam a fazer publicações coloridas), em contrapartida aos jornais que possuíam poucas imagens. A emergência do cinema também fez surgir revistas especializadas nessa área e algumas das principais revistas sobre o cinema durante os anos 1930 e 1940 foram: *Cinearte*⁷⁸⁶, *Fon Fon*, e *A Cena Muda*; sendo que as duas últimas são utilizadas como fonte para esta pesquisa.

Fon Fon existiu entre 1907 e 1958 e, além de abordar os assuntos relevantes ao cinema, a revista incentivava e divulgava a modernização

⁷⁸³ *A Manhã* não foi o único porta-voz do regime. A revista *Cultura Política*, por exemplo, é outro periódico sempre lembrado deste período. Ver mais sobre a revista em CPDOC. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/AEraVargas1/anos37-45/EducacaoCulturaPropaganda/CulturaPolitica>. Acesso em: 01 jun. 2018.

⁷⁸⁴ Cf. MAUAD, Ana Maria. Genevieve Naylor, impressões de viagem (Brasil, 1941-1942). *XXIII Simpósio Nacional da ANPUH*. Londrina: UEL, 2005, p. 04.

⁷⁸⁵ Se nos Estados Unidos a ‘era do rádio’ - no sentido de ser o meio de comunicação de maior alcance da população - ocorreu principalmente durante os anos 1920 e 30, no Brasil esse período se deu principalmente nas décadas seguintes, começando nos anos 30 e se popularizando entre os anos 40 e 50, até a chegada da televisão. Cf. SAMPAIO, Mario F. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984.

⁷⁸⁶ O acervo de *Cinearte* foi igualmente pesquisado durante essa dissertação, mas encontramos um número inferior de artigos relacionados à Disney e a *Fantasia*. *Cinearte* também teve seu fechamento logo em seguida, em 1942. Além disso, os artigos encontrados são repetitivos em relação às outras revistas escolhidas. Optamos, portanto, por não inserir *Cinearte* nas nossas citações, e permanecer apenas com *Fon Fon* e *A Cena Muda*.

do Rio de Janeiro. Segundo Maria de Lourdes Eleutério⁷⁸⁷, as “suas capas e páginas espelhavam a auto-imagem que a elite e as classes médias em formação faziam do progresso”, como fotografias de modernos edifícios, a amplitude da Avenida Central, o comércio no centro da cidade, etc. O próprio nome da revista remetia a uma onomatopéia inspirada no som da buzina de automóveis. A partir da Era Vargas, e sob direção de Sérgio Silva, a revista também passou a publicar artigos relacionados à afirmação de papéis ideais para a mulher daquela época; e com a entrada do Brasil na guerra, os textos de *Fon Fon* incentivaram o espírito patriótico, mostrando o seu direcionamento aproximado do Estado Novo⁷⁸⁸.

A Cena Muda também era editada no Rio de Janeiro e circulou entre 1921 e 1955. Sendo de propriedade da *Companhia Editora Americana*, essa revista era a principal representante do cinema hollywoodiano durante o período no Brasil. O material publicado era em boa medida enviado diretamente pelos estúdios dos Estados Unidos, e reunia bastantes fotos de bastidores das produções e ‘fofocas’ sobre as ‘estrelas’ de Hollywood. *A Cena Muda* se auto-intitulava “a mais antiga, completa e luxuosa revista cinematográfica”⁷⁸⁹ presente no país. As revistas especializadas em cinema foram, assim, importantíssimas para veiculação do *American Way of Life* no Brasil; e quando a Política de Boa Vizinhança adentrou no país, além dos três agentes da propaganda visual já citados no capítulo anterior (Hollywood, *Office*, e classes dominantes), de acordo com Ana Maria Mauad, também compunha este grupo a imprensa ilustrada, que esteve “empenhada em transformar os filmes do período em assuntos do Estado”⁷⁹⁰. Afinal, era por meio dos jornais diários e das revistas especializadas que os espectadores podiam acompanhar os lançamentos e as notícias sobre o mundo do cinema. A partir da crítica especializada, os leitores se informavam a respeito das opiniões de críticos ‘ilustres’ sobre determinado filme, e muitas vezes já chegavam ao cinema com essas impressões prévias. Contudo, não devemos esquecer que durante o Estado Novo todas as publicações passavam, antes de chegarem aos leitores, pela censura do DIP.

⁷⁸⁷ Cf. ELEUTÉRIO, Maria de L. *A Imprensa a Serviço do Progresso*. In: LUCA; MARTINS, 2008, p. 90.

⁷⁸⁸ Cf. CPDOC. Disponível em:

<http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/FON%20FON.pdf>. Acesso em: 20 mai.2018.

⁷⁸⁹ Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 1930-1949.

⁷⁹⁰ Cf. MAUAD, 2002, p. 12.

Ainda assim, é importante perceber que durante os anos 1940 alguns autores brasileiros desenvolveram análises sociais do cinema⁷⁹¹, entre eles, Paulo Emílio Sales Gomes, que em 1940 fundou o Clube de Cinema na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, em São Paulo. Juntamente com Paulo Emílio, integravam esse clube Antônio Candido de Melo e Sousa, Antônio Branco Lefèvre, Alberto Soares de Almeida, Décio de Lima Prado, Ruy Coelho, entre outros, que concomitantemente ao clube, também criaram a revista *Clima*, onde eles começaram a fazer publicações dos textos que desenvolviam, havendo seções sobre livros, música, artes plásticas, teatro, economia, direito, ciências, e uma seção de críticas de filmes. *Clima* existiu entre 1941 e 1944, foi dirigida por Lourival Gomes Machado, e contou com a colaboração dos intelectuais citados. Houve uma edição de *Clima* que se tornou uma fonte de pesquisa fundamental para esta dissertação, pois se dedicou integralmente às análises de *Fantasia*. Trata-se da edição de número cinco da revista, que foi publicada em outubro de 1941 e, além dos nomes já mencionados, contou ainda com uma seção chamada “*Fantasia* vista pela imprensa”, onde foram transcritas algumas críticas realizadas por outros intelectuais, como Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Sérgio Milliet, Plínio Sússekkind Rocha, e Vinicius de Moraes que, na posição de redator do jornal *A Manhã*, no Rio de Janeiro, também teve uma colaboração importante no desenvolvimento da crítica cinematográfica desse período.

À época, o perfil dos intelectuais que colaboravam com *Clima* era composto por jovens “recém ou em vias de concluírem a graduação na Faculdade de Filosofia”. Segundo Antonio Candido, na condição de editores da revista, esses jovens concordaram que “não seriam debatidos assuntos de política, nacional ou internacional”, com a intenção de se

⁷⁹¹ Para Valim, alguns desses autores são: Alex Vianny, Salvyano Cavalcanti de Paiva, Octávio de Faria e José Carlos Avellar, além de Paulo Emílio, cujas reflexões utilizamos neste capítulo. Cf. VALIM, 2012, p. 283. Cabe dizer que o exercício da crítica cinematográfica já existia no Brasil pelo menos duas décadas antes. De acordo com Gomes, na década de 1920 as revistas *Selecta* e *Paratodos* se transformaram nos “maiores veículos da primeira campanha em favor do cinema brasileiro de ficção”. É desse momento em diante, segundo o autor, que “se manifesta uma verdadeira tomada de consciência cinematográfica”, e que podemos falar “em um movimento de cinema brasileiro”. Cf. GOMES, Paulo E. S. *Cinema: Trajetória no Subdesenvolvimento*. 2ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996, p. 51.

evitar problemas com a censura do Estado Novo⁷⁹². Mas *Clima* não era uma revista da categoria de ilustradas, tampouco fazia parte da chamada ‘grande imprensa’, pois ela se restringia ao público de intelectuais, sendo produzida e consumida por esta classe e, tendo assim, uma circulação pequena em relação aos demais periódicos aqui listados. Todavia, *Clima* é uma fonte rica deste trabalho, porque possui um legado crítico deixado por esses autores, e contribui para a nossa leitura sobre um determinado evento histórico. Uma vez que os intelectuais testemunhavam e influenciavam as recepções cinematográficas, naquele período eles eram vistos como um “ponto de união entre o governo e o povo”, e eram considerados os mais aptos “a dirigir ou assegurar o processo de mudança política e legitimá-lo para o conjunto social”⁷⁹³. Ou seja, eram os intelectuais (além das autoridades do governo) os principais formadores de opinião durante o período de alinhamento entre os Estados Unidos e o Brasil. Embora o *Office* tenha investido em exhibições de filmes para todas as classes no Brasil, a agência se interessava sobremaneira pelas opiniões das camadas mais educadas; melhor ainda era quando as avaliações partiam de sujeitos ‘notáveis’ da sociedade brasileira⁷⁹⁴. A revista *Clima* nos proporcionou, então, um bom balanço sobre as opiniões dos intelectuais brasileiros referentes à *Fantasia* naquele momento. E só o fato da revista ter sido inteiramente dedicada a obra, já nos oferece uma dimensão do interesse dos intelectuais brasileiros por um entretenimento estadunidense, e que propunha uma espécie de modernização do cinema de animação com a música clássica. Não é nosso objetivo, porém, avaliar se essas interpretações, bem como as de todos os demais periódicos descritos, são corretas ou incorretas no que diz respeito à animação, mas sim perceber como uma determinada conjuntura histórica influenciou a recepção de *Fantasia* no país, bem como essa mesma conjuntura pode

⁷⁹² Esta frase foi publicada no manifesto de fundação de *Clima*, em 1941. Entretanto, essa postura durou apenas até meados de 1942, quando a revista começou a participar da luta pela redemocratização do país. Além disso, para Antonio Candido, Paulo Emílio era uma exceção nesse grupo, e já havia passado por experiências políticas na Europa, onde havia residido até o final dos anos 1930. Cf. CANDIDO, Antonio. Depoimento sobre *Clima*. Palestra promovida pelo Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo, 1974, p. 190-191.

⁷⁹³ Cf. GOULART, 1990, p. 102.

⁷⁹⁴ Cf. VALIM, 2017, p. 171.

ter sido influenciada pelos eventos ou por representações ocasionadas pela própria obra.

Com este capítulo queremos apontar que as recepções de *Fantasia* nas capitais do Rio de Janeiro e São Paulo que ocorreram em agosto de 1941 fizeram parte das relações de Boa Vizinhança entre o Brasil e os Estados Unidos. Desse modo, as recepções de *Fantasia* nos ajudaram a perceber características das relações entre os dois países, antes mesmo da formalização de uma aliança para o esforço de guerra. Apesar da cooperação entre o DIP e o *Office* só ter ocorrido formalmente a partir de setembro de 1942⁷⁹⁵, constatamos que a direção do DIP já vinha recebendo e estabelecendo acordos com os ‘embaixadores’ da Boa Vizinhança pelo menos um ano antes, com a turnê de Disney e a recepção de *Fantasia* no Brasil. De acordo com Tania de Luca, entre as atribuições do DIP também estavam “o controle da entrada de material impresso e radiofônico proveniente do exterior”, assim como o incentivo às “relações econômicas com outras nações”⁷⁹⁶; e pelo menos desde 1940 o governo brasileiro já havia assinado acordos com os Estados Unidos tendo em vista uma troca de interesses comerciais e assuntos de turismo propagados pelas mídias dos dois países.

Além disso, quando o assunto era o cinema, a imprensa brasileira já parecia estar pronta para incentivar a cooperação interamericana. Conforme vimos no primeiro capítulo, uma década antes da Política de Boa Vizinhança surtir efeito, os jornais e revistas nacionais (assim como o público) já apreciavam o entretenimento hollywoodiano. Walt Disney, de maneira particular, era admirado pelos brasileiros desde a criação de Mickey Mouse, quando o cineasta passou a ser referenciado no Brasil como um pioneiro, um “mago”, um “poeta”, e um “gênio” do cinema. Em 1941, quando foi anunciado que ele visitaria o país, muitos jornalistas ficaram ávidos em conhecer o cineasta chamado de “gênio extraordinário”, “que [estava] proporcionando ao mundo espetáculos deliciosos, somente concebíveis pela sua imaginação privilegiada”, conforme relataram tanto o *Jornal do Brasil* quanto o *Correio Paulistano*⁷⁹⁷.

⁷⁹⁵ Cf. VALIM, 2017, p. 72.

⁷⁹⁶ Cf. LUCA, T. R. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, 2011, v. 31, nº 61, p. 276.

⁷⁹⁷ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 07 ago. 1941, p. 11. Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 19 ago. 1941, p. 08. Apenas para

4.2. Walt Disney e a hospitalidade brasileira

*Difícilmente Hollywood poderia mandar-nos visita mais agradável que Walt Disney, figura impressionantíssima de criador, e criador original, do seu tempo, da sua época. O desenho animado é uma coisa nossa, da nossa geração. É a descoberta, no século XX, de um novo mundo artístico*⁷⁹⁸.

Cerca de um mês antes da chegada de Walt Disney ao Brasil, a imprensa carioca já noticiava com ansiedade a vinda desse hóspede ‘ilustre’. “A cidade inteira”, dizia o jornal *A Manhã*, “crianças e velhos”, “o povo simples e os artistas e escritores – preparam-se para tributar ao grande artista as mais expressivas demonstrações de simpatia e admiração”⁷⁹⁹. O jornal *A Noite* se referiu a presença de Disney como “um acontecimento tão singular que precipita[va] as emoções e dinamiza[va] o entusiasmo”⁸⁰⁰. Ao anunciar a vinda de Disney, os periódicos afirmavam que o cineasta estaria no Brasil pela primeira vez “especialmente para assistir a estreia de *Fantasia*”, “o maior acontecimento cinematográfico de todos os tempos”; mas que ele também aproveitaria a oportunidade para “estudar os tipos e os

fazermos um esclarecimento acerca das referências de nossas fontes, informamos que, com exceção da revista *Clima*, onde todos os artigos tinham um autor definido, as opiniões sobre Walt Disney, bem como sobre *Fantasia* na imprensa nacional ocorreram na maioria das vezes anonimamente, não por alguma razão em especial, mas porque a maior parte dos artigos não incluía a assinatura de quem escreveu, independente do tema da redação. Quando esses artigos eram reproduzidos de maneira idêntica em mais de um periódico - o que consideramos um ato frequente - imaginamos que se tratava de textos produzidos pelo DIP, ou pela Agência Nacional. Por vezes, porém, os artigos tinham a assinatura de algum jornalista, intelectual, ou mesmo de alguma autoridade do governo e, ainda, de cidadãos que escreviam para os jornais e revistas. Dessa forma, apontaremos os respectivos nomes dos autores quando eles existirem, e apenas o título do periódico quando eles não foram citados.

⁷⁹⁸ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 14 ago. 1941. Films e “astros”, p. 13.

⁷⁹⁹ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 14 ago. 1941. Walt Disney chega no próxima dia 17, p. 09.

⁸⁰⁰ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 11 ago. 1941. Saudação antecipada a Walt Disney, p. 08.

costumes do nosso país para usar em seus futuros filmes”⁸⁰¹. Assim como é possível perceber nessas citações, a imprensa, então, inicialmente associou a estadia de Disney no país a motivos exclusivamente cinematográficos, dando um destaque exacerbado ao cineasta e à *Fantasia*, e sem relacionar o evento ou a representação de Disney à Política de Boa Vizinhança, apesar de apontar o interesse do cineasta pela cultura brasileira. Isso ocorria porque as notícias que chegavam por meio do *Office* evitavam a identificação da expedição de Disney com os projetos do governo estadunidense. Segundo J. B. Kaufman, a turnê havia sido planejada em caráter de sigilo⁸⁰², e o ‘cartão de visitas’ divulgado para o grupo circular pela América do Sul era o lançamento de *Fantasia*. De acordo com Valim, a discrição era um comportamento que fazia parte da execução dos projetos do *Office*, sendo constantemente reafirmada nos relatórios da agência⁸⁰³.

Todavia, ao menos no Brasil, esse cuidado foi provavelmente desnecessário, pois desde a confirmação da turnê, o governo brasileiro interpretou a estadia de Disney como um assunto de Estado. De acordo com a imprensa, Getúlio Vargas recebeu Walt Disney como um “hóspede oficial”, e Lourival Fontes, diretor do DIP, se incumbiu de elaborar uma “programação de festejos” para a expedição do cineasta⁸⁰⁴, sem fazer qualquer segredo da relação de Disney com a Boa Vizinhança. Aos poucos, a imprensa começou a divulgar essa vinculação com naturalidade e otimismo. A *première* de *Fantasia* “era uma atitude de Boa Vizinhança” confirmou o jornal *A Noite*, e “a sociedade carioca foi convidada a tomar parte nessa festa”⁸⁰⁵. A expressão *première* (ou, com menos frequência, *avant-première*), inclusive, era usada pela imprensa brasileira para designar uma apresentação teatral ou cinematográfica em configuração de espetáculo e destinada a ‘alta sociedade’. Nas palavras de Vinicius de Moraes, “uma *première* [era] um espetáculo muito mais

⁸⁰¹ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 18 jul. 1941, p. 06. Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 22 jul. 1941, p. 28. Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 07 ago. 1941, p. 11.

⁸⁰² Cf. KAUFMAN, J. B. *South of the Border with Disney: Walt Disney and the Good Neighbor Program, 1941-1948*. New York: Disney editions, 2009, p. 37.

⁸⁰³ Cf. VALIM, 2017, p. 127.

⁸⁰⁴ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 18 jul. 1941, p. 06. Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 22 jul. 1941, p. 28. Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 20 jul. 1941, p. 05.

⁸⁰⁵ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 07 ago. 1941. “Fantasia” milagre do gênio de Walt Disney, p. 03.

social que artístico. Seu objetivo [era] menos ver do que ser visto”⁸⁰⁶. Uma *première* era, assim, um evento cultural de finalidade social e, no que tange à *Fantasia*, de caráter também político.

Com o auxílio do DIP, Walt Disney desfrutou de uma programação intensa de ‘boa vontade’ no Rio de Janeiro. Durante os dias em que esteve na capital ele foi apresentado a artistas brasileiros, como o ator Grande Otelo e o compositor Ary Barroso; foi convidado a participar de conferências na Associação Brasileira de Imprensa; de reuniões no próprio DIP; e de visitar o Itamaraty, o Ministério da Educação, bem como alguns pontos turísticos. O DIP também solicitou a presença de Disney em festas e jantares com autoridades do governo, assim como em aparições públicas pelo Rio de Janeiro. Logo que chegou à capital, em um domingo, dia 17 de agosto, Walt Disney foi “ovacionado no aeroporto Santos Dumont, por uma multidão de mais de duas mil pessoas”⁸⁰⁷. Na ocasião, de acordo com o jornal *Correio Paulistano*, “uma prolongada salva de palmas acolheu a figura simpática de Disney que, esboçando um largo sorriso, revelou, desde logo, o seu temperamento jovial e comunicativo”⁸⁰⁸. Na mesma noite, Disney foi recebido em um jantar realizado no luxuoso Cassino da Urca. Segundo Kaufman, o grupo de Disney tomou um susto quando se deparou com o banquete que o DIP havia preparado para eles. “Nós devíamos ter um jantar tranqüilo e informal”, escreveu o animador Jack Cutting a Roy Disney⁸⁰⁹. Mas ao invés disso, a equipe foi recebida formalmente por Lourival Fontes⁸¹⁰. A surpresa dos integrantes da expedição nos indica, assim, que o DIP conduziu a hospitalidade de Disney no Brasil de maneira independente ao que o *Office* havia planejado, e de modo oposto à discrição que consta nos projetos da agência. Após o jantar ainda houve uma festa dedicada aos animadores, e como foi organizada pelo DIP, a comemoração foi um evento teatralizado, “tudo típico, tudo bem brasileiro para dar a Disney o que ele veio buscar”, testemunhou o

⁸⁰⁶ Cf. MORAES. In: A MANHÃ. Rio de Janeiro, 24 ago. 1941. “Fantasia” (*Première*), p. 01. Além disso, a utilização da palavra *première* por parte da imprensa brasileira é um exemplo de como ainda prevaleciam as influências européias (e no que tange a cultura, notadamente a influência francesa) no país durante a primeira metade do século XX. A influência predominante passa a ser a estadunidense a partir justamente da Segunda Guerra Mundial.

⁸⁰⁷ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 18 ago. 1941. No Rio o criador de Mickey Mouse, p. 01.

⁸⁰⁸ Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 19 ago. 1941, p. 06.

⁸⁰⁹ Cf. CUTTING apud KAUFMAN, 2009, p. 37.

⁸¹⁰ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 37-38.

Correio da Manhã. A festa foi um baile de carnaval, com direito a um grupo tocando os sambas mais populares daquele momento e, segundo o jornal, na cena havia máscaras, confetes, serpentinas, homens de camisas listradas e mulheres vestidas de baianas⁸¹¹. O DIP também fez questão de registrar Walt Disney “empolgado pelo samba e o carnaval carioca”⁸¹² para divulgar nos periódicos.

Nessa mesma ocasião, o embaixador concedeu uma coletiva de imprensa e assegurou aos jornalistas que o Brasil estava adquirindo cada vez mais prestígio nos Estados Unidos. Segundo Bianca Freire-Medeiros, Disney chegou ao Brasil com o discurso de que os dois países compartilhavam características em comum, como a dimensão continental, e o papel de liderança que eles exerciam na América do Sul e do Norte⁸¹³. Houve, assim, uma gentileza recíproca entre Walt Disney e o governo brasileiro desde a sua chegada. E pela hospitalidade calorosa por parte de Lourival Fontes, percebemos que era intenção do Estado Novo que o embaixador da Boa Vizinhança se sentisse muito bem recebido no país. Convém associar essa leitura à formação da identidade brasileira, cujas características de cordialidade, como a hospitalidade e a generosidade, já eram percebidas pelos estrangeiros que visitavam o país na primeira metade do século XX. No entanto, essa cordialidade nunca foi uma virtude relacionada a “boas maneiras” ou a “civilidade”, conforme descreveu o historiador Sérgio Buarque de Holanda, mas se constitui, antes, como uma expressão de um convívio social pautado nas relações familiares e que adentra as instâncias públicas do Estado⁸¹⁴.

No entanto, ao pesquisar os possíveis interesses do governo brasileiro em proporcionar uma hospitalidade agradável para Disney, encontramos um objetivo principal que deve ser entendido para além de uma cordialidade inata, e que aparentemente não possuía relação com a turnê do empresário, mas que foi tomado pelo DIP como uma

⁸¹¹ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 24 ago. 1941. Films e “Astros”, p. 23.

⁸¹² Esse foi o título de um artigo do jornal *A Noite* do dia 23 de agosto de 1941, que também trazia uma fotografia de Disney em meio aos confetes e serpentinas da festa que foi organizada em sua homenagem no Cassino da Urca. Infelizmente não encontramos essa fotografia em boa resolução. Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 23 ago. 1941. Disney empolgado pelo samba e o carnaval carioca, p. 03.

⁸¹³ Cf. FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 68.

⁸¹⁴ Cf. HOLANDA, Sérgio Buarque de. O Homem Cordial. In: Raízes do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, 26ª edição, p. 139-151.

oportunidade: a de contribuir com o desenvolvimento do turismo no país, sobretudo, no Rio de Janeiro. Cabe lembrarmos que durante a Era Vargas o presidente investiu na urbanização da cidade (cujo ponto alto foi a construção da Avenida Presidente Vargas, em 1944) e nas atrações turísticas, dando destaque para o carnaval (institucionalizado desde 1933), e para os cassinos (pois o jogo ainda era legalizado)⁸¹⁵. Com essas e outras estratégias, o presidente objetivou fazer do Rio de Janeiro o cartão postal do país, procurando colocar a capital na rota do turismo internacional, ou, segundo Freire-Medeiros, no “mapa do mundo”⁸¹⁶. Com a Política de Boa Vizinhança, os estadunidenses eram turistas em potencial, sendo que naquele momento Carmen Miranda e o samba já faziam sucesso nas mídias dos Estados Unidos e, segundo os periódicos, já começavam a obter algum retorno⁸¹⁷. Aos olhos do governo Vargas, Walt Disney também podia colaborar nesse sentido, impulsionando o turismo de estadunidenses, à medida que havia um diálogo entre as imprensas dos dois países. Por isso, outra autoridade que acompanhou a turnê de Disney de perto foi Assis Figueiredo⁸¹⁸, o diretor da Divisão de Turismo do DIP. O Departamento se empenhou em publicar notícias e fotos de Walt Disney misturado à população, dando autógrafos e desfrutando dos pontos turísticos cariocas, pois, sob o ponto de vista do Estado Novo, era ótimo que um visitante acostumado à modernidade estadunidense se mostrasse à vontade na capital brasileira.

O incentivo ao turismo do Rio de Janeiro a partir da expedição de Disney foi reforçado pelo trabalho do fotógrafo estadunidense Hart Preston, que também estava na cidade durante aqueles dias, e capturou diversas fotos de Walt Disney em pontos turísticos da capital, que depois foram publicadas na revista *Life*. A cultura visual elaborada por iniciativa do *Office* foi expressiva para os diálogos da Boa Vizinhança, e fotografias de Disney caminhando pelas praias, por exemplo,

⁸¹⁵ Cf. AMÂNCIO, Tunico. *O Brasil dos Gringos: Imagens no Cinema*. Niterói: Intertexto, 2000, p. 68.

⁸¹⁶ Cf. FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 68.

⁸¹⁷ Encontramos notícias nos periódicos que informavam a chegada de turistas estadunidenses no Rio de Janeiro. Como no *Jornal do Brasil*, onde no dia 26 de janeiro de 1941, por exemplo, dizia-se logo na capa do periódico que em breve 320 turistas estadunidenses chegariam para apreciar o carnaval carioca. Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 26 jan. 1941. Turistas que vêm assistir o Carnaval carioca, p. 01.

⁸¹⁸ De acordo com o jornal *A Noite*, Figueiredo foi recepcionar Walt Disney na sua chegada no aeroporto Santos Dumont. Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 18 ago. 1941, p. 10.

apresentavam parte das belezas naturais do Rio de Janeiro, assim como parte da arquitetura que se modernizava, e ainda procuravam representar um povo simpático e acolhedor. Disney também aproveitada esses momentos para fotografar as paisagens e os brasileiros, dar autógrafos para os fãs, e fazer publicidade com a imprensa.

Figuras 23 e 24: Walt Disney em Copacabana



Fonte: GGN⁸¹⁹.

⁸¹⁹ Cf. ARAUJO, Motta. *Fotografias mostram Walt Disney no Rio para criar laços no país*. GGN. 09 mar. 2014. Disponível em:

Consideramos estas fotografias bastante sugestivas, porque encontramos Disney deitado na areia da praia de Copacabana, com uma câmera na mão, e registrando um grupo de guarda-vidas; ao mesmo tempo em que é fotografado. Essas fotografias nos mostram, assim, até que ponto Walt Disney esteve empenhado em fazer o papel do ‘bom vizinho’. Por uma tentativa de aproximação a partir do carisma e da simplicidade, observamos que Disney esteve disposto a se deitar na areia, sem vestir trajes de banho, e em busca de um ângulo que capturasse os guarda-vidas, a praia, e os prédios ao fundo, tudo sob o calor do Rio de Janeiro. O cineasta, descrito muitas vezes como “mal-humorado”⁸²⁰, esbanjou simpatia em território brasileiro. Pela definição do *Diário Carioca*, Disney era um sujeito “modesto” e “entusiasta”⁸²¹, sempre bem disposto e receptivo com os fãs. Por vezes, a imprensa sentiu-se no direito, inclusive, de tratá-lo com a intimidade ‘típica’ do “homem cordial” brasileiro, que faz prevalecer o nome individual (e não o sobrenome) nas relações sociais⁸²². O *Correio Paulistano*, por exemplo, publicou uma pequena biografia de Disney, onde o definiu como um “menino pobre” que mesmo depois de famoso “não [tinha] noção exata do seu extraordinário valor, e da admiração que o mundo inteiro lhe dedica[va]”. “Walt Disney não sabe o que é ‘pôse’[sic]”, afirmou o jornal, “para todos, ele é simplesmente Walt”⁸²³. Com o reforço de fotografias e artigos como esses, o cineasta foi tratado como um sujeito familiar entre os brasileiros.

<https://jornalggn.com.br/noticia/fotografias-mostram-walt-disney-no-rio-para-criar-lacos-no-pais>. Acesso em: 12 ago. 2018. Outras fotografias registradas pela *Life* podem ser vistas nesse mesmo link.

⁸²⁰ Para Marc Eliot, Walt Disney foi um sujeito “mal-humorado” ao longo de sua vida, e interpretava uma personalidade inversa mediante as câmeras e as coletivas de imprensa. Cf. ELIOT, 1980. De acordo com Jim Korkis, Disney sofreu um acidente enquanto jogava polo em 1938. Ele ficou com sequelas e precisou passar a conviver com dores até o fim de sua vida. Para Korkis, as dores eram o motivo do mau humor de Disney. Cf. KORKIS, Op. Cit., p. 36-37.

⁸²¹ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 14 ago. 1941, p. 18.

⁸²² Em “O Homem Cordial” Sérgio Buarque de Holanda descreveu a tendência dos brasileiros a referir-se ao outro pelo nome individual, de batismo, e pela omissão do nome de família, o sobrenome, que prevalece em outras culturas, como a estadunidense. Para o autor, essa tendência, entre outras, serve para familiarizar as relações sociais, uma vez que a cultura brasileira provém de um padrão patriarcal. Cf. HOLANDA, Op. Cit.

⁸²³ Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 14 ago. 1941, p. 08.

O modelo de fotografia acima ainda procurou registrar momentos espontâneos de Walt Disney e das demais pessoas presentes, e seguindo as orientações do *Office*, as fotos também tentaram evitar a designação dos brasileiros como ‘exóticos’. Para tomar esse cuidado, no entanto, os estadunidenses procuraram fotografar apenas os brasileiros que poderiam ser chamados de caucasianos. Isso pode ser percebido nas fotografias acima, pois todas as pessoas registradas são, no máximo, bronzeadas pelo sol de Copacabana. Esse padrão foi seguido pelas imagens da Boa Vizinhança, porque não interessava ao *Office*, tampouco ao governo estadonovista, registrar a imagem de um Brasil mestiço e com desigualdade social para divulgar no estrangeiro. Ao utilizar a estratégia da espontaneidade (de preferência de pessoas de pele branca)⁸²⁴, os incentivos do *Office* foram perspicazes em mostrar uma presença amigável nas relações entre estadunidenses e brasileiros. Para isso, também é constantemente lembrado na documentação pertinente que a simpatia dos brasileiros contribuiu fundamentalmente para este propósito. Da mesma maneira que a população foi receptiva com Disney, a autora Ana Maria Mauad observou um comportamento parecido em relação à estadia da fotógrafa Genevieve Naylor no Brasil, que, nesse mesmo período, também destacou em suas cartas a “boa vontade dos brasileiros”⁸²⁵ ao recebê-la no país.

Assim como nos exemplos com Disney, a Política de Boa Vizinhança produziu uma quantidade significativa de fotografias e filmes que buscaram aproximar interesses mútuos entre os estadunidenses e as minorias latino-americanas, e que procuraram familiarizar os dois públicos minimizando significativas diferenças e enfatizando supostas amizades e semelhanças. No que tange as ‘amizades’, elas deveriam ocorrer, sobretudo, entre sujeitos ‘notáveis’. Um exemplo curioso ocorreu entre Walt Disney e Oswaldo Aranha. Após o ministro declarar, em entrevista ao jornal *A Noite*, que considerava Disney “um grande artista”, “risonho em sua filosofia” e

⁸²⁴ Na pesquisa de Valim, o autor percebeu que em um relatório datado provavelmente em 03 de novembro de 1941, e destinado a *Warner*, para citar um exemplo, foi enfatizada “a importância em se evitar muitos negros brasileiros e imagens de pobreza”. Segundo o documento, como citou Valim: “filmagens no Brasil não podem ter mais do que 20% de pessoas negras – se for no Sul do Brasil, a percentagem deve ser ainda menor”. Cf. *Reaction to Films*; RG229, Box 214; NARAI apud VALIM, 2017, p. 180-181.

⁸²⁵ Cf. MAUAD, 2005, p. 05.

“otimista em seu conceito do mundo”⁸²⁶, o *Jornal do Brasil* foi mais além e se referiu a Disney e a Aranha como dois “velhos amigos”⁸²⁷. Poucos dias depois, o embaixador e o ministro estiveram em uma reunião no Palácio do Catete e, embora a expressão utilizada pelo jornal tenha sido exagerada pela influência daquele momento político, as fotografias a seguir parecem ter reforçado essa suposta amizade.

Figuras 25 e 26: Walt Disney e Oswaldo Aranha



Fonte: *Disney and More*⁸²⁸.

Estas fotografias, novamente, são de propriedade da *Life*, e procuraram capturar momentos espontâneos de Disney e Aranha, e que evidenciassem as boas relações entre os mesmos. Apesar de parecer um encontro informal, nessa ocasião Aranha agradeceu a Disney pela visita ao país, e presenteou o empresário com a *Ordem Nacional do Cruzeiro do Sul*, o mais prestigioso título brasileiro que homenageia personalidades estrangeiras⁸²⁹, e que nesse período foi utilizado pela política estadonovista para condecorar os embaixadores da Boa

⁸²⁶ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 09 ago. 1941. A obra de Disney vista pelo chanceler Oswaldo Aranha, p. 02.

⁸²⁷ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 23 ago. Disney no Itamaraty, p. 05.

⁸²⁸ Disponível em: <http://disneyandmore.blogspot.com/2010/01/walt-disney-in-rio-de-janeiro-circa.html>. Acesso em: 03 out. 2018.

⁸²⁹ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 38. Cf. DIÁRIO CARIOCA, 28 ago. 1941, p. 01. Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 29 ago. 1941, p. 10.

Vizinhança. Segundo o *Correio da Manhã*, a ordem servia para a nação brasileira demonstrar seu apreço por alguém que representava uma causa de importância para o país. O *Cruzeiro do Sul* “é a maneira de lhe marcar no coração o seu apoio, a sua vibração”, dizia o jornal: “é a sua maneira de dizer que um povo todo, com este emblema, abraça a pessoa escolhida”⁸³⁰. Entre os cineastas, Disney foi o primeiro a receber a honrosa condecoração, o que reforça a relevância que foi atribuída a sua expedição pelo governo brasileiro.

Nestas fotografias também podemos perceber a estratégia de fotografar Disney degustando um café, provavelmente o produto gastronômico de maior valor para o turismo brasileiro naquela época, bem como de exportação para os Estados Unidos. Logo, é instigante perceber como o governo Vargas aproveitou de pequenas oportunidades para defender seus próprios interesses, mesmo antes da colaboração oficial entre o DIP e o *Office*. Sendo a primeira expedição de um cineasta/embaixador da Boa Vizinhança no Brasil, nos parece que a turnê de Disney serviu às experiências do governo nacional à medida que este negociava e estipulava essa cooperação. Na opinião de Antonio Pedro Tota, a estadia de Disney no Brasil representou o início do “namoro” de Vargas com os Estados Unidos⁸³¹, ou, em outras palavras, no começo do alinhamento definitivo do Brasil com a maior nação democrática da América. Para Freire-Medeiros, já havia uma “fascinação entre as duas nações” há muito tempo, mas ela só “ocupou o centro da agenda política” com a Boa Vizinhança⁸³².

Percebemos que a turnê de Disney nos oferece, então, um bom exemplo sobre essa ‘fascinação’ recíproca, pois, ao mesmo tempo em que foi recebido pela hospitalidade caracteristicamente brasileira, Disney, por sua vez, procurou ser a personificação do ‘bom vizinho’. Durante todo o tempo em que esteve no país, o cineasta permaneceu com uma conduta simpática aos brasileiros, e manteve um perfil elevado com o público de cinema. Segundo os relatos do grupo que integrou a expedição, ainda que em algumas ocasiões Disney estivesse muito cansado, ele permaneceu com um sorriso sempre que foi procurado

⁸³⁰ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 11 set. de 1941, p. 02.

⁸³¹ Cf. TOTA, 1987, p. 32.

⁸³² Citando Robert Stam, Freire-Medeiros nos lembra que os Estados Unidos e o Brasil já mantinham relações desde o século XVIII, a partir de um “jogo especular de semelhanças e diferenças, identidade e alteridade”, e “encontrando material para auto-reflexão nas particularidades culturais do outro”. Cf. STAM apud FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 70.

pelos fãs e distribuiu autógrafos em todos os momentos solicitados: “Seu comportamento público é impecável. Ele é sereno [...] apenas assina cada autógrafo e continua sorrindo”⁸³³. Sendo frequentemente elogiado pelo seu comportamento “extremamente simpático, franco, e afável”⁸³⁴, Disney rapidamente conquistou sucesso no país conhecido pela cordialidade. Walt Disney se transformou na sensação das notícias daquele mês de agosto, especialmente no Rio de Janeiro. De acordo com o *Diário Carioca*, o Rio movimentou-se em torno da discutida figura do criador do Camundongo Mickey: “houve uma verdadeira mobilização dos fãs do genial artista”. “Fãs que se espalha[ram] por todas as classes, que são crianças e velhos, moças e matronas, operários e burgueses, gente rústica, artistas, literatos”, em suma, toda a população que não se cansava “de admirar e aplaudir os filmes deliciosos do notável renovador de cinema contemporâneo”⁸³⁵.

Afora a imprensa, Disney ganhou espaço de publicidade também no rádio - um meio mais acessível, que conseguia alcançar uma parcela maior da população, sem excluir a percentagem analfabeta. Enquanto esteve no país, Disney participou de algumas transmissões no programa a *Hora do Brasil*⁸³⁶, onde ele convidou os brasileiros para assistirem *Fantasia* e tentou conquistar os ouvintes ao dizer algumas palavras em português. Lembramos que a voz de Disney era conhecida pelos brasileiros que assistiam aos curtas-metragens de Mickey, porque nessa época era o cineasta que dublava o personagem. Se Disney e Mickey já eram famosos pelas suas semelhanças ou pela relação de paternidade,

⁸³³ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 37.

⁸³⁴ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 19 ago. 1941. Filmes e “Astros”, p. 13. Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 22 ago. 1941, p. 11.

⁸³⁵ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 27 ago. 1941, p. 07.

⁸³⁶ O Estado Novo utilizava o rádio como meio de veiculação positiva do regime, e o principal programa se chamava a *Hora do Brasil*, que fazia transmissões oficiais do governo. Com a Política de Boa Vizinhança, em 28 de agosto de 1941, ainda durante a estadia de Disney no Brasil, estreou no país o programa *Repórter Esso*, um radiojornal que durou até 1968, e era patrocinado pela *Standard Oil New Jersey (Esso)* e noticiava os principais fatos sociais, políticos e econômicos de interesse não só do país, como do mundo. Conhecido por ser a primeira síntese noticiosa globalizante, o programa já existia nos Estados Unidos desde 1935 e foi veiculado posteriormente na Argentina, no Uruguai e no Chile, além do Brasil. *Repórter Esso* estava subordinado a *Agência Nacional de Informações*, fazia chamadas de hora em hora e transmitia os interesses da política da *Boa Vizinhança* na programação radiofônica desses países.

conforme vimos no primeiro capítulo, as transmissões radiofônicas no Brasil substanciaram essa imagem. Segundo Kaufman, quando os brasileiros ouviram a voz de Mickey falando o seu próprio idioma, a repercussão foi tamanha que “sementes de boa vontade foram plantadas”⁸³⁷ entre os espectadores brasileiros. Para o autor, o diálogo do cineasta com a população mediante a voz de Mickey facilitou a construção da imagem de Disney como o ‘bom vizinho’ entre as camadas médias.

Essa relação de cumplicidade entre o criador e o personagem foi importante não somente no Brasil, mas em toda a América do Sul. Quando Disney chegou ao Uruguai, por exemplo, o jornalista Hugo Rocha, que escrevia para o *El País*, relatou que quando encontrou o cineasta ficou com a impressão de já conhecê-lo de “algum lugar”: “Walt Disney era muito amigável, modesto, um homem de fácil trato”. Tinha 40 anos e “parecia uma criança, eu ficava observando-o e me dizia que ele me lembrava James Stewart ou Gary Cooper, mas não, não, outra pessoa...”; concluiu Rocha: “é claro, ele me lembra Mickey Mouse. É o Mickey Mouse!”⁸³⁸. Assim, embora Disney estivesse pisando nessas terras pela primeira vez, ele foi recebido como se fosse alguém familiar pelos latino-americanos.

No caso dos brasileiros, sabemos que parte da população já nutria uma admiração por Disney há cerca de uma década, e a expectativa de conhecê-lo pessoalmente fez com que os periódicos escrevessem sobre o empresário quase como um personagem, alguém superestimado, uma ‘estrela’ de Hollywood, que parecia ter chegado ao Brasil saído de uma tela de cinema. Ao mesmo tempo, pela sua faceta de embaixador, Disney foi associado a uma identidade estadunidense que representava a defesa da democracia, da justiça e da civilização. Segundo o jornal *A Manhã*: “A ordem [era] Walt Disney”, pois “não se fala[va] em outra coisa na cidade. E esta[va] certo. O contrário seria um absurdo, seria a mesma coisa que se nós estivéssemos alheios ao que se passa[va] na Europa”⁸³⁹. Ao fazer uma comparação entre a presença de Disney e o tema da Segunda Guerra Mundial, o jornal *A Manhã* deixava claro o tamanho da importância que estava dando a visita de Disney no país.

⁸³⁷ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 39.

⁸³⁸ Cf. ROCHA, Hugo apud RODRIGUES, Andrés. *A visita de Disney à América Latina*. EL PAÍS. Cultura. (Reportagem on-line). Madri, 10 abr. 2016.

⁸³⁹ Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 26 ago. 1941. Walt Disney entrou na batucada – sugestões provocadas pela exibição da Escola de Samba de Portela, p. 05

Toda a imprensa brasileira, sob a supervisão do DIP, associou Disney e as suas obras às possibilidades de fugas para os sentimentos de medo, preocupação e ansiedade em relação aos conflitos. “Walt Disney é importante”, afirmou *A Noite*, “tão importante, dentro da nossa época, quanto Hitler, Mussolini, Stalin, ou Churchill, porque como eles, [Disney] se incorporou à história contemporânea”. Neste mundo “mau, desvairado e suicida”, continuou o artigo, “o reino fabuloso de Disney é um refúgio poético, um Oasis do sentimento, o terreno neutro em que se pode repousar serenamente”. “Ele é um grande poeta, o supremo poeta deste momento desumano”⁸⁴⁰. Na opinião da jornalista Maria Eugenia Celso, Disney era um mágico do “movimento, da cor e do som”, e ele conseguia, naquele momento, fazer um “mundo dividido e transtornado” esquecer da “violência e da tragédia” ao apresentar as “terras das fantasias”⁸⁴¹. Monteiro Lobato, em depoimento ao *Correio Paulistano*, também não poupou elogios à Disney e chegou a compará-lo, inclusive, com o deus cristão, afinal, o animador apresentava aos brasileiros a criação de um novo mundo; e um mundo melhor que o da realidade da guerra: “Disney é a suprema compensação do nosso atual momento de horrores. Há a guerra, sim”. “Mas a humanidade salva-se produzindo nesta hora trágica a altíssima compensação dum Disney, o Grande Criador”⁸⁴².

É importante notar, então, que a imprensa e os intelectuais brasileiros se referiam a Walt Disney como um “gênio” ou “mágico” capaz de alterar a realidade a partir do seu imaginário, ou até mesmo como um “deus criador”, capaz de conceder vida aos personagens animados. De ambas as maneiras, Disney foi exaltado pela imprensa com o argumento de proporcionar entretenimento em um momento de crise social. Se a Segunda Guerra Mundial prejudicou a recepção dos longas-metragens do empresário nos Estados Unidos, no Brasil ocorreu o contrário, pois o período foi interpretado como favorável para o lançamento de suas obras e para a sua própria recepção no país. Enquanto muitos críticos estadunidenses fizeram uma associação negativa de Disney com a guerra, no Brasil, a imprensa o interpretou como uma representação de um modelo de ‘escape’ do conflito.

⁸⁴⁰ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 11 ago. 1941. Saudação antecipada a Walt Disney, p. 08.

⁸⁴¹ Cf. CELSO, Maria Eugenio. In: JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 26 ago. 1941. O mágico, p. 05.

⁸⁴² Cf. LOBATO, M. In: CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 16 set. 1941. Reação dum Troglodita, p. 08.

“Saúdemos o grande artista que criou um mundo maravilhoso, capaz de nos fazer esquecer por momentos este mundo amargurado contemporâneo”, defendeu o jornalista Jonatas Serrano⁸⁴³.

Por conseguinte, avaliamos que o sucesso de Disney no Brasil foi possivelmente superior a popularidade que o cineasta possuía nos Estados Unidos daquele período, quando os seus estúdios passavam por uma greve dos animadores, que ocasionou a circulação de notícias negativas a respeito da sua carreira, e que foram ainda mais agravadas com o fracasso de bilheteria de *Fantasia* no país. Já no Brasil, a ocorrência da greve parece ter sido desconhecida (ou omitida) pela imprensa nacional⁸⁴⁴, do mesmo modo que as críticas negativas referentes à *Fantasia* também não chegaram (ou circularam) pelo Brasil. Logo, com o auxílio do DIP, não houve qualquer opinião contrária ao *self made man* do mundo da animação. Durante os dias em que a expedição manteve-se no Rio de Janeiro, Lillian Disney observou, inclusive, que o marido estava sendo mais reconhecido e prestigiado nesse país que nos Estados Unidos⁸⁴⁵.

Caso não conhecêssemos a história da carreira de Disney, possivelmente concluiríamos que o seu entusiasmo no Brasil estivesse inteiramente relacionado à defesa dos interesses do governo estadunidense. Até concordamos que em alguma medida isso fez parte dos objetivos do empresário (Disney, aliás, reforçou a imagem de patriota com essa viagem pela América do Sul). Entretanto, percebemos que os principais objetivos de Disney em assumir a posição de embaixador se concentraram na manutenção da sua própria companhia, que naquele momento dependeu de contratos com o governo para sobreviver no mercado cinematográfico. Ponderamos, assim, que toda a disposição de Disney na América Latina em representar o 'bom vizinho' não deve ser dissociada da sua trajetória empresarial.

É mister percebermos, portanto, que apenas nesta situação a Política de Boa Vizinhança reuniu três objetivos distintos: a hegemonia cultural para os Estados Unidos, a expansão da urbanização e do turismo

⁸⁴³ Cf. SERRANO, J. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 27 ago. 1941. Comentário, Walt Disney, p. 06.

⁸⁴⁴ Em nossas pesquisas nos periódicos nacionais, encontramos uma única notícia informando que havia uma greve nos estúdios Disney, na revista *A Cena Muda*. Mesmo assim, o artigo é breve e não faz nenhuma relação da greve com a vinda de Disney à América Latina. Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 02 set. 1941, p. 04.

⁸⁴⁵ Cf. DISNEY, Lillian 1941 apud GABLER, 2013, p. 426.

para o Brasil, e a sobrevivência financeira para a *Walt Disney Productions*. De acordo com um artigo do *Jornal do Brasil*, estava justamente aí a eficácia da Boa Vizinhança, porque a sua prática chegava sempre a um resultado “auspicioso” que permitia que “os povos vizinhos entre si se conhe[cessem] melhor e melhor”, e se entendessem “no âmbito das suas necessidades e dos seus recíprocos interesses”⁸⁴⁶, que, em resumo, abrangiam aspectos culturais e comerciais.

4.3. A recepção de *Fantasia* no Brasil

*O grande acontecimento social e cinematográfico da temporada [foi], sem dúvida, a estréia de Fantasia*⁸⁴⁷.

Entre todas as atividades que Walt Disney exerceu no Brasil, o acontecimento mais esperado e que gerou mais publicidade para o cineasta foi certamente o lançamento de *Fantasia*. Ou, melhor, os lançamentos, que ele realizou pessoalmente, um no Rio de Janeiro e outro em São Paulo. *Fantasia* foi o destaque da estadia de Disney no Brasil por ser o ‘cartão de visitas’ da expedição. De acordo com a imprensa nacional, Disney esteve no país para estreiar a sua obra pessoalmente, e esse motivo foi encarado como uma honra para os brasileiros. O *Jornal do Brasil*, por exemplo, disse que a presença de Walt Disney nas *premières* atribuía um “excepcional realce” a esses “supremos acontecimentos artísticos e sociais”⁸⁴⁸. Segundo os periódicos, o comparecimento de Disney nos lançamentos de *Fantasia* no Brasil foi “uma delicada amostra do seu espírito de cortesia”⁸⁴⁹, concedeu aos eventos um “brilho inconfundível”⁸⁵⁰, e transformou a história de *Fantasia* no país num fato “único”, “raro” e “inesquecível”⁸⁵¹.

Enquanto a imprensa aguardou as *premières*, criou expectativas em relação à *Fantasia* e procurou maneiras de defini-la. Os periódicos consistiram seus argumentos em uma sessão de *Fantasia* que já havia

⁸⁴⁶ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 28 jan. 1941, p. 05.

⁸⁴⁷ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 02 ago. 1941, p. 08. Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 02 ago. 1941, p. 11.

⁸⁴⁸ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 21 ago. 1941, p. 09.

⁸⁴⁹ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 17 ago. 1941, p. 01.

⁸⁵⁰ Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 23 ago. 1941, p. 14.

⁸⁵¹ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 21 ago. 1941, p. 13.

ocorrido na América do Sul. Essa exibição aconteceu em maio de 1941, a bordo do navio *Argentina*, um dos navios da *Frota da Boa Vizinhaça*⁸⁵², e essa primeira recepção foi um sucesso, devido, sobretudo, ao caráter inovador da obra. Desde então, os críticos de cinema ficaram curiosos para assistir *Fantasia*. Segundo o *Jornal do Brasil*, todos que estiveram presentes na exibição do navio *Argentina* ficaram sob “puro deslumbramento” com o que viram. Porém, até então, os jornalistas não sabiam que Disney viria estreitar a obra pessoalmente e, embora os periódicos já noticiassem a animação com entusiasmo, isso ocorria esporadicamente. As publicações a respeito das expectativas com *Fantasia* só se tornaram realmente frequentes, podemos dizer, inclusive, diárias, a partir de julho, quando foi confirmada a viagem de Disney para o Brasil. Naquele momento, incentivada pelo DIP, a imprensa brasileira passou a se referir à *Fantasia* de uma maneira muito mais intensa que qualquer outra animação de Disney que já havia sido exibida no Brasil. A imprensa frisou, especialmente, que *Fantasia* era uma animação absolutamente inovadora, uma “obra de arte gloriosa e sem precedentes”⁸⁵³. Para o *Jornal do Brasil*, com o lançamento da animação “Walt Disney acabava de mostrar ao mundo que seu espírito [era] essencialmente dinâmico e dotado de uma espantosa força de renovação. Porque *Fantasia* [era] algo novo e deslumbrante”⁸⁵⁴, que “veio abrir novas perspectivas ao cinema”⁸⁵⁵. Segundo o *Correio Paulistano*, o caráter de filme único, “ousado e revolucionário” de *Fantasia* permitia que pela primeira vez o espectador pudesse “ver a música e ouvir o filme”⁸⁵⁶. O *Diário Carioca* referiu-se à *Fantasia* como uma animação que o próprio pessoal de Disney não podia incluir em determinada categoria, “porque se trata[va] de uma espécie de filme para a qual não exist[iam] precedentes. *Fantasia* [era], portanto, uma película jamais realizada por quem quer que seja”⁸⁵⁷. O jornal também lembrava aos leitores de que *Fantasia* era a primeira animação onde a técnica se misturava ao *live action*, cabendo “a Leopold Stokowsky o

⁸⁵² Como o seu nome sugere, essa frota era mais uma das estratégias da política, composta pelos navios de passageiros denominados: *Argentina*, *Brazil* e *Uruguay*, que faziam rotas entre os principais portos dos três países e Nova York, incentivando e facilitando o turismo entre as partes.

⁸⁵³ Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 13 ago. 1941, p. 06.

⁸⁵⁴ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 10 ago. 1941, p. 09.

⁸⁵⁵ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 06 ago. 1941, p. 09.

⁸⁵⁶ Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 27 jul. 1941, p. 08.

⁸⁵⁷ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 11 jul. 1941. O gênio e mais uma de suas maravilhas: Disney ‘desenha’ a música clássica, p. 06.

privilégio de ser a primeira figura ‘viva’ a aparecer num filme do genial Disney”⁸⁵⁸. Alguns periódicos apontaram a sua curiosidade para uma obra que havia custado mais de dois milhões de dólares, e que por isso, encontrava-se no “centro de uma controvérsia, baseada na adaptabilidade do desenho à música, como também no grau de sucesso que pode advir da junção das artes visual e audível”⁸⁵⁹. O seu preço elevado, dessa maneira, foi percebido como mais um motivo para se assistir a obra, pois Disney podia “vangloriar-se de ter realmente dado ao mundo um espetáculo de arte sem precedentes na história do cinema”⁸⁶⁰.

A imprensa brasileira criou, então, uma expectativa exageradamente positiva da obra, fundamentada na exibição que ocorreu a bordo do navio *Argentina*, no já conhecido sucesso de Walt Disney - citando por vezes a repercussão positiva que havia gerado *Branca de Neve e os Sete Anões*⁸⁶¹ - e no prestígio que o cineasta vinha adquirindo durante aqueles dias visitando o Brasil. Os periódicos também omitiram que *Fantasia* e os demais longas-metragens do cineasta haviam fracassado nos Estados Unidos. De acordo com nossas pesquisas, constatamos que a imprensa brasileira ignorou e omitiu de seus leitores as críticas negativas sobre *Fantasia* que circularam nos periódicos estadunidenses, e construiu uma noção completamente oposta sobre a animação no Brasil, dizendo aos espectadores que *Fantasia* havia sido um sucesso em seu país de origem. *Fantasia* foi o “maior êxito cinematográfico dos últimos tempos nos Estados Unidos”, afirmaram os jornais *A Manhã* e o *Diário Carioca*⁸⁶². O *Jornal do Brasil* também assegurou aos seus leitores que “*Fantasia* [havia sido] aplaudidíssima pela crítica americana e considerada como o maior trabalho do criador

⁸⁵⁸ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 16 jul. 1941. Cinema: Todos os recursos técnicos de Walt Disney foram empregados na sua obra-prima ‘Fantasia’ – a reunião de dois gênios, p. 06.

⁸⁵⁹ Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 09 ago. 1941. O que vem a ser Fantasia?, p. 06. Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 13 ago. 1941. Cinema: o que vem a ser Fantasia?, p. 06.

⁸⁶⁰ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 06 ago. 1941, p. 09.

⁸⁶¹ A revista *A Cena Muda*, por exemplo, lembrou disse aos seus leitores que “Fantasia [era] uma viagem inesquecível ao mundo maravilhoso de Walt Disney, esse mundo de poesia e de bondade que ele criou ao experimentar o desenho animado em grande metragem, com a sua sempre lembrada Branca de Neve”. Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 14 out. 1941, p. 10.

⁸⁶² Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 23 ago. 1941. A “première” de “Fantasia”, hoje em benefício à “Cidade das Meninas”, p. 14. Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 23 ago. 1941, p. 06.

genial [Disney]”⁸⁶³. Segundo *A Noite*, cada um dos longas-metragens de Disney havia representado um avanço, quer como técnica, quer como arte, “como realização e como imaginação. Em *Fantasia*, o seu dom poético se elev[ou] a altitudes infinitas e o seu espírito satírico ating[iu], do mesmo modo, um estado de superfecundação”⁸⁶⁴. Dessa forma, em pouco tempo, a imprensa brasileira transformou *Fantasia* no “filme mais esperado do ano”⁸⁶⁵, e até no “o maior acontecimento cinematográfico de todos os tempos”⁸⁶⁶. Antes mesmo de ser exibida no país, *Fantasia* foi descrita pelos jornais e revistas como uma “uma obra-prima do desenho animado”⁸⁶⁷, a partir de frases exageradas como a “maravilhosa” obra de Disney⁸⁶⁸, o “apogeu da glória de Disney”⁸⁶⁹, ou até mesmo o “milagre” de Disney⁸⁷⁰. É importante percebermos, portanto, que as qualidades atribuídas à *Fantasia* foram muito mais relacionadas à admiração pelo cineasta, do que ao conteúdo da obra em si.

A estética de *Fantasia*, por ser um modelo de entretenimento nunca antes assistido no Brasil, parece ter deixado alguns críticos sem palavras para conseguir descrevê-la. Monteiro Lobato admitiu que a animação deixou-o “estarecido” e “embaraçado”, pois em *Fantasia* tudo era “tão novo, tudo tão inédito, que o vocabulário crítico usual mostr[ou]-se impotente”⁸⁷¹. Desse modo, a imprensa brasileira recebeu *Fantasia* como uma oportunidade do espectador aprofundar-se na imaginação de Disney. Para *A Cena Muda*, *Fantasia* “trata[va]-se de uma visualização da música” e do “trabalho” do cineasta, sendo uma reprodução em desenho de tudo o que a música pod[ia] sugerir a um

⁸⁶³ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 23 mai. 1941, p. 11; 20 jul. 1941, p. 07; 22 jul. 1941, p. 11; 24 jul. 1941, p. 11; 25 jul. 1941, p. 11. Cf. também: CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 23 mai. 1941, p. 08.

⁸⁶⁴ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 11 ago. 1941, p. 05.

⁸⁶⁵ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 12 ago. 1941, p. 11.

⁸⁶⁶ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 18 jul. 1941, p. 06.

⁸⁶⁷ Encontramos essa afirmação, especialmente, em notícias do dia 08 ago. 1941, em: JORNAL DO BRASIL e DIÁRIO CARIOCA, ambos jornais do Rio de Janeiro.

⁸⁶⁸ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro. 17 ago. 1941. Disney, criador de fábulas no século XX, p. 01.

⁸⁶⁹ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 09 ago. 1941. “Fantasia”, o apogeu da glória de Walt Disney, p. 05.

⁸⁷⁰ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 07 ago. 1941. “Fantasia” milagre do gênio de Walt Disney, p. 03.

⁸⁷¹ Cf. LOBATO, Monteiro 1941 apud PEGORARO, 2012, p. 7-8.

célebre humano”. “*Fantasia* representa o transporte para a tela das mais originais, belas e esquisitas cousas que surgiram na imaginação de Disney e seus auxiliares”, enquanto ouviam os discos gravados pela *Orquestra Sinfônica de Filadélfia*⁸⁷². Segundo o *Correio da Manhã*, *Fantasia* era simplesmente o que “o próprio nome indica: uma fantasia... Mas uma fantasia de um gênio, de um cérebro e imaginação privilegiados, que não encontramos comumente”⁸⁷³, e estava aí, então, a sua particularidade.

À medida que as datas das *premières* de *Fantasia* se aproximavam, aumentavam também o número de notícias referentes aos detalhes sobre os lançamentos, programados para acontecerem no Cinema *Pathé Palace*, no Rio de Janeiro, e no Cinema *Rosário* em São Paulo. Durante esses dias o assunto mais comentado pela imprensa foi a escolha minuciosa desses dois cinemas, realizadas por técnicos da RKO⁸⁷⁴. Isso ocorreu porque estamos nos referindo à versão em *roadshow* de *Fantasia* e, assim, era necessário que as salas de cinema comportassem o sistema *Fantasound*. Desse modo, as exhibições de *Fantasia* aconteceram exclusivamente nesses cinemas, o que ocasionou, pela visão da imprensa, mais uma particularidade sobre o caráter inovador da obra. O *Jornal do Brasil* afirmou pelo menos em cinco oportunidades que o fato da equipe técnica ter escolhido as casas de exhibições com tanto cuidado foi um acontecimento “sem dúvida, inédito na história da cinematografia” do país⁸⁷⁵.

O *Fantasound* foi citado como um novo paradigma para o mundo do audiovisual: “O som dimensional criado por Walt Disney abre novas perspectivas ao mundo ouvinte”, afirmou o *Correio Paulistano*. “Os ouvidos seguirão os sons tal como os olhos seguirão a ação na tela”⁸⁷⁶. O *Correio da Manhã* deu ênfase para o aspecto de exclusividade do *Fantasound*, e como mais um motivo para os cariocas irem assistir a novidade de perto, alertou aos espectadores que a aparelhagem utilizada por Disney não existia no Brasil e que, portanto, estas seriam as únicas

⁸⁷² Cf. A SCENA MUDA. Rio de Janeiro, 19 ago. 1941, p. 02.

⁸⁷³ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: 31 ago. 1941. Pathé, “*Fantasia*” em exibição, p. 34.

⁸⁷⁴ Segundo o *Diário Carioca* quem comandou a escolha foi Bruno Cheli, gerente do escritório da RKO no Brasil. Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 23 mai. 1941, p. 08.

⁸⁷⁵ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 1941. 20 jul., p. 07; 24 jul., p. 11; 25 jul. p. 11.

⁸⁷⁶ Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 16 ago. 1941, p. 06.

oportunidades de se ouvir todos os instrumentos utilizados pela orquestra durante o filme, dentro de salas de cinemas nacionais⁸⁷⁷. “Pode o nosso público ter a certeza de que irá assistir a grande obra de Walt Disney, com toda a sua riqueza, com toda a sua magnificência e beleza”, reforçou o *Diário Carioca*⁸⁷⁸.

Todos os aparelhos dos cinemas *Pathé* e *Rosário* foram, assim, substituídos pelo *Fantasound* para as *premières*, e para uma melhor organização dos eventos, as suas poltronas foram numeradas, funcionando, desse modo, como salas de teatro⁸⁷⁹. Ambos os cinemas escolhidos eram localizados nos centros das capitais e destinados a um público elitizado, e da mesma maneira que já havia ocorrido nos Estados Unidos, as estreias de *Fantasia* aconteceram, portanto, como eventos de gala. A imprensa carioca convidou seus leitores para a *première* de *Fantasia* no *Pathé Palace* como “um novo acontecimento na vida elegante da cidade”⁸⁸⁰. E o *Correio Paulistano* anunciou que haveria um “espetáculo majestoso” na capital de São Paulo⁸⁸¹. O cinema *Rosário*, aliás, localizado no Edifício Martinelli, considerado o primeiro 'arranha-céu' da cidade, onde também havia os demais cinemas da extinta *Cinelândia*, nessa época exigia que os espectadores masculinos vestissem terno e gravata, e as mulheres, vestidos elegantes e colares de pérolas⁸⁸².

Nesse primeiro momento, então, as exhibições de *Fantasia* foram destinadas a um público específico, e ocorreram como solenidades para autoridades de Estado, elites e intelectuais. O primeiro lançamento foi no *Pathé Palace*, no Rio de Janeiro, que aconteceu em um sábado, dia 23 de agosto, e contou com a presença do presidente da República, assim como da primeira-dama, Darcy Vargas, e demais autoridades, entre elas, Lourival Fontes. E na capital paulistana a *première* de *Fantasia* ocorreu no dia 26 corrente no cinema *Rosário*, e também contou com a presença de representantes da chamada ‘alta sociedade’.

⁸⁷⁷ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 10 ago. 1941, p. 01.

⁸⁷⁸ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 22 ago. 1941, p. 06.

⁸⁷⁹ Essa afirmação é encontrada nos periódicos. O que nos diz que na época as poltronas de teatros eram comumente numeradas, e as salas de cinema não. Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 19 ago. 1941, p. 08. Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 07 ago. 1941, p. 11.

⁸⁸⁰ Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 21 ago. 1941, p. 05. Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 23 ago. 1941, p. 09.

⁸⁸¹ Cf. CORREIO PAULISTANO. São Paulo, 08 ago. 1941. “Fantasia” espetáculo de gala, p. 03.

⁸⁸² Cf. MENEGUELLO, 1992, p. 53.

Assim como já havia ocorrido com a estreia de *Fantasia* nos Estados Unidos, as *premières* brasileiras foram realizadas em caráter beneficente. No Rio de Janeiro, “a renda integral do espetáculo, por deliberação espontânea de Walt Disney”, mas também por “iniciativa de Darcy Vargas”, segundo o jornal *A Manhã*⁸⁸³, foi destinada a uma instituição carioca intitulada *Cidade das Meninas*⁸⁸⁴, que foi criada em 1939 pela primeira-dama e abrigava meninas desamparadas.

Em São Paulo, a estreia também foi destinada a instituições de caridade, e não apenas uma, mas quinze delas⁸⁸⁵. A iniciativa, de acordo com o *Correio Paulistano*, havia sido da Sra. Anita da Silveira, esposa do Interventor Federal na época, Fernando de Souza Costa⁸⁸⁶, sendo que o casal, portanto, também esteve na *première*. Tanto para o Estado Novo, quanto para a Boa Vizinhança, as características beneficentes dos lançamentos elevaram ainda mais a importância dos eventos de *Fantasia* no Brasil. E, assim como vimos com o lançamento nos Estados Unidos, é notável a participação das mulheres nessas empreitadas. Darcy Vargas, em especial, já participava da vida política e de entidades assistenciais ao lado de demais mulheres da elite brasileira desde o ano de 1930. Segundo a historiadora Ivana Guilherme Simili, durante a trajetória política do marido, Darcy Vargas “esteve ao lado de Getúlio, atuando e participando dos seus jogos políticos”. Em 1938 a primeira-dama inaugurou a Fundação Darcy Vargas e a partir de então passou a ser uma mulher pública dedicada principalmente aos propósitos sociais e assistenciais⁸⁸⁷.

⁸⁸³ Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 21 ago 1941, p. 05; 23 ago. 1941, p. 08; 14.

⁸⁸⁴ Atualmente denominada *Cidade dos Meninos*. Na época, os eventos beneficentes eram realizados junto a *Legião Brasileira de Assistência* (LBA), órgão dirigido pela primeira-dama.

⁸⁸⁵ Foram as instituições: Casa da criança; Assistência Vicentina aos Mendigos; Associação Cívica Feminina; Associação das Damas de Caridade; Associação Sanatório Santa Clara; Centro de Assistência Social Braz Moóca; Centro de Estudos e Ação Social; Clínica Infantil do Ipiranga; Cruzada Pró-Infância; Fundação Paulista de Assistência à Infância; Juventude Feminina Católica; Instituto Profissional Padre Chico; Liga das Senhoras Católicas; Obra de Preservação dos Filhos de Tuberculosos Pobres; e Círculo Operário do Ipiranga. Cf. CORREIO PAULISTANO. Rio de Janeiro, 10 ago. 1941, p. 03.

⁸⁸⁶ Fernando de Souza Costa era político e agrônomo e ocupou o cargo de Interventor Federal do Estado de São Paulo entre junho de 1941 e outubro de 1945.

⁸⁸⁷ Cf. SIMILI, Ivana Guilherme. A construção de uma personagem: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas (1930-1945). *Seminário Internacional Fazendo Gênero 7*. Florianópolis: UFSC, 2006, p. 01-03.

Os eventos beneficentes foram um fato bastante comentado pela imprensa, porque foram recebidos como exemplos de solidariedade emitidos, ao mesmo tempo, pela primeira-dama e pelos patrocínios da Política de Boa Vizinhança. O *Jornal do Brasil* e o *Correio da Manhã* afirmaram que as *premières* de *Fantasia* foram eventos de “altas notas de elegâncias”, aliadas a “uma demonstração de solidariedade humana”⁸⁸⁸. *A Noite* elogiou o “sentimento de caridade” e o “gesto cativante” que valeram, na opinião do jornal, por muitas atitudes de Boa Vizinhança⁸⁸⁹. E o próprio Getúlio Vargas publicou uma nota neste mesmo periódico dizendo que a Política de Boa Vizinhança era a incentivadora destes eventos de “caridade”, porque ela representava “uma forma ativa de solidariedade”. Deixando clara a sua disposição para cooperar com o governo Roosevelt, o presidente lamentou que “essa política não tenha sido iniciada antes”, pois se tivesse sido praticada com antecedência “toda a América estaria mais forte, melhor aparelhada e armada para cooperar na grande tarefa de defesa do bem comum”, defendeu o presidente⁸⁹⁰.

Toda essa solidariedade, no entanto, era limitada. As *premières* de *Fantasia* foram programadas para funcionarem quase como confraternizações do governo, pois incluíram “membros do Corpo Diplomático, autoridades e figuras destacadas da sociedade”, segundo as palavras do jornal *A Noite*⁸⁹¹. As camadas menos abastadas da população não tiveram a oportunidade de entrar nos cinemas influentes dos centros das capitais, pois os altos preços dos ingressos as excluíram desse processo. Segundo o *Diário Carioca*, os ingressos da *première* no *Pathé* custaram 100 mil réis e já estavam quase esgotados três dias antes da exibição⁸⁹². De acordo com o *Correio Paulistano*, os preços da entrada no Cinema *Rosário* foram de 100 mil réis para as poltronas, e de 500 mil para os camarotes⁸⁹³. Para percebermos como estes custos eram elevados para a época, segundo o historiador Benedito Barbosa Pupo,

⁸⁸⁸ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 06 ago. 1941, p. 09. Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 06 ago. 1941, p. 13.

⁸⁸⁹ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 07 ago. 1941. “Fantasia” milagre do gênio de Walt Disney, p. 03.

⁸⁹⁰ Cf. VARGAS, Getúlio apud A NOITE. Rio de Janeiro, 15 jun. 1941, p. 02.

⁸⁹¹ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 22 ago. 1941, p. 02.

⁸⁹² Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 20 ago. 1941. Uma noite de esplendor, a primeira exibição de “Fantasia”, p. 06.

⁸⁹³ Cf. CORREIO PAULISTANO. Rio de Janeiro, 10 ago. 1941. Tomem nota dos preços para “Fantasia”, p. 03.

com mil réis se adquiriam muitos bens materiais durante o Estado Novo, e com 100 mil réis, para fazermos uma comparação, era possível, inclusive, alugar uma boa casa em uma área nobre de Campinas (SP)⁸⁹⁴. Com estes preços exorbitantes, portanto, as cadeiras das primeiras exibições de *Fantasia* no Brasil foram limitadas a um público elitizado.

Os jornalistas presentes cobriram ambas as *premières* e, embora a maior parte da documentação seja escrita, encontramos uma fotografia bastante significativa do lançamento no Rio de Janeiro.

Figura 27: *Première de Fantasia no Pathé Palace*



Fonte: *História em Fotos*⁸⁹⁵.

Apesar de escura, nesta fotografia podemos reconhecer os dois casais posicionados à frente: Getúlio e Darcy Vargas, e os sorridentes, Walt e Lillian Disney. Na mesma fotografia, localizados na bancada à

⁸⁹⁴ Cf. PUPO, Benedito Barbosa. Os serviços e o comércio no tempo de mil réis. *In: 8 bananas por um tostão*. Campinas: Prefeitura Municipal, 1976. p. 45-48.

⁸⁹⁵ Ao contrário das fotografias apresentadas anteriormente neste capítulo, esta não é de propriedade da revista *Life*, e desconhecemos a sua autoria. Mas ela também parece ter sido registrada durante um momento espontâneo dos indivíduos. A fotografia está disponível em: <http://historiaemfotos.tumblr.com/post/37666064338/walt-disney-com-sua-esposa-lillian-e-o-presidente>. Acesso em: 26 ago. 2018.

frente dos espectadores, aparecem partes de exemplares de álbuns para colorir com figuras de *Fantasia*. Durante a *première*, houve um leilão com esses álbuns, que foram autografados por Walt Disney, e tiveram os lucros igualmente revertidos às instituições de caridade⁸⁹⁶.

Esta fotografia também nos permite afirmar que, para além de colaborar com as intenções da Boa Vizinhança, a presença do casal presidencial, em uma estreia luxuosa e beneficente, parece ter sido aproveitada, também, pela propaganda do Estado Novo. De acordo com Capelato, nesse período os discursos do presidente em inaugurações, comemorações e visitas, assim como a sua simples presença em lançamentos culturais, forneciam o conteúdo básico da propaganda em favor do regime⁸⁹⁷. Acreditamos que a recepção de *Fantasia* foi um desses eventos, pois, da mesma maneira que o encontro com Vargas foi o ponto alto da turnê de Disney no país, o encontro com o famoso cineasta proporcionou ao casal presidencial um momento de promoção da sua própria imagem. No dia do lançamento, o jornal *A Manhã* frisou que “o presidente da República e altas autoridades do país [compareceriam] à *première*, dando excepcional realce a esse supremo acontecimento artístico e social”⁸⁹⁸. No dia seguinte ao evento, o jornal *A Noite* publicou que a “presença do presidente Getúlio Vargas serviu para dar ao espetáculo mais prestígio e mais imponência”⁸⁹⁹. E até a versão oficial sobre a expedição de Disney chamou a estreia de *Fantasia* no Rio de Janeiro de “festa presidencial”⁹⁰⁰.

Assim, com vantagens para os ambos os lados da negociação, o ‘cartão de visitas’ representado por *Fantasia* funcionou como um encontro diplomático ao reunir autoridades brasileiras e estadunidenses. Além do ‘embaixador’ Walt Disney, as nossas pesquisas revelaram que mais autoridades estadunidenses estiveram na *première* do Rio de Janeiro. Tanto a imprensa carioca quanto o livro de J. B. Kaufman

⁸⁹⁶ Esses álbuns já haviam sido produzidos pela companhia para a estreia de *Fantasia* nos Estados Unidos. Ao que tudo indica, eles foram pensados como produtos comerciais para atrair o público infantil. Embora não tenhamos encontrado informações seguras sobre isso, existe, também, uma fotografia que indica que eles foram igualmente utilizados no lançamento beneficente da animação nos EUA. Disponível em: <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/mr-and-mrs-walt-disney-and-leopold-stowkowski-arriving-at-news-photo/515168454>. Acesso em: 03 out. 2018.

⁸⁹⁷ Cf. CAPELATO, 1999, p. 173.

⁸⁹⁸ Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 23 ago. 1941, p. 14.

⁸⁹⁹ Cf. A NOITE. Rio de Janeiro, 24 ago. 1941, p. 02.

⁹⁰⁰ Cf. KAUFMAN, 2009, p. 39.

indicam que no mesmo dia do evento, enquanto todos os holofotes estavam voltados para *Fantasia*, mais uma comitiva da Boa Vizinhança chegou à capital. Ela era integrada por George Schaefer, presidente da RKO, Phil Reisman, o vice-presidente, e John Hay Whitney, diretor da *Motion Picture Division*⁹⁰¹. Segundo Kaufman, os diretores da RKO e John Hay Whitney compareceram à estreia carioca para ver de perto como o evento repercutiria. E o resultado foi muito melhor ao esperado pela direção do *Office*. “Felizmente *Fantasia* foi um enorme sucesso, mesmo com os mais críticos”, relatou Whitney, “e depois disso os aplausos e condecorações vieram em chuvas de glória”⁹⁰².

No Brasil, conforme relataram os periódicos, esse sucesso da recepção de *Fantasia* perdurou durante várias semanas. Após as *premières*, os jornais e revistas seguiram publicando propagandas e diversos artigos que exaltavam a animação e convidavam o público para as sessões, sempre frisando a característica inovadora de *Fantasia*. Para o *Diário Carioca*, “ninguém pode[ria] perder a oportunidade de ver uma legítima obra de arte” chamada *Fantasia*, cuja exibição “desse nível” era realizada somente “de raro em raro” no Brasil⁹⁰³. Segundo o *Correio da Manhã*, “seria lamentável que alguém deixasse de assistir a essa obra do genial Walt Disney. Porque [era] uma coisa nova, inteiramente nova, que nunca pode[ria] ser superada”⁹⁰⁴. A imprensa defendia, inclusive, a possibilidade de se assistir à *Fantasia* diversas vezes. Segundo a *Cena Muda*, após assistir a animação pela primeira vez, ao sair do cinema o espectador levava consigo “uma só ideia: ver novamente a esplendida policromia desse revolucionário do desenho animado que é Walt Disney”. *Fantasia* era um passeio pela imaginação do autor, dizia a revista, e para “a maravilhosa sucessão de imagens miríficas”, era indicado que o espectador voltasse a vê-la por quantas vezes pudesse⁹⁰⁵. Em poucos dias, apareceram registros de que várias pessoas estavam assistindo à animação em mais de uma ocasião, às vezes três ou quatro sessões, conforme noticiou o *Correio da Manhã*: “inúmeras pessoas têm voltado ao *Pathé*, duas, três ou quatro vezes, não se fartando nunca de assistir a esse maravilhoso espetáculo”⁹⁰⁶.

⁹⁰¹ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 18 jul. 1941, p. 06.

⁹⁰² Cf. WHITNEY apud KAUFMAN, 2009, p. 39.

⁹⁰³ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 10 set. 1941, p. 06.

⁹⁰⁴ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 21 set. 1941, p. 01.

⁹⁰⁵ Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 21 out. 1941, p. 10.

⁹⁰⁶ Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: 31 ago. 1941. *Pathé*, “*Fantasia*” em exibição, p. 34.

Contudo, suspeitamos que pelo menos uma parte desse conjunto de pessoas que foram assistir à animação mais de uma vez era formada por intelectuais e jornalistas que escreveram para os periódicos, porque acreditamos que para se fazer uma análise crítica de um filme, especialmente um filme complexo como *Fantasia*, é necessário assisti-lo diversas vezes. Além disso, encontramos um texto de Vinícius de Moraes, publicado no dia seguinte à *première* no Rio de Janeiro, que explicava ao leitor a necessidade de rever *Fantasia*, antes de se formar um julgamento. O autor, na época, ocupava o cargo de crítico de cinema no jornal *A Manhã*, e por isso precisava elaborar uma resenha logo após a estreia. Mas, ao invés de entregá-la pronta, Moraes prometeu ao leitor que iria ver e rever *Fantasia*, antes de finalizar seu parecer:

Há muita coisa a rever, muita ideia a ajustar, muita sensação a medir. A montagem de 'Fantasia' tomou muito tempo para agora sermos o seu crítico de meia-hora. E, embora haja, pedindo para sair, um mundo de anotações feitas mentalmente no decurso da exibição, vou saber guardá-las em depósito para uma apreciação mais consciente⁹⁰⁷.

Moraes retornou ao menos uma vez à sessão de *Fantasia*, e publicou outra resenha três dias depois. Nesse texto, ele chegou à conclusão de que a obra havia “herd[ado] os melhores e os piores motivos de Walt Disney”. O autor quis dizer que a animação, apesar de ser um longa-metragem, reuniu segmentos “maravilhosamente bons”, e outros “visivelmente ruins”, tão ruins que se tornaram “incompreensíveis”, de acordo com Moraes. Para ele, os melhores segmentos de *Fantasia* foram “o espetáculo fascinante” de *Tocata e Fuga*, o “admirável” *Aprendiz de Feiticeiro*, a seriedade, o estudo científico e a “mais alta poesia” da *Sagração da Primavera*, a “emoção” da *Noite do Monte Calvo*, e o “excelente bailado dos bichos” em *Dança das Horas*. Já a *Suíte do Quebra-nozes*, para o poeta, pareceu “antipática”, mesmo que o trecho com os cogumelos fosse “excelente” e o trecho da *Valsa das Flores* fosse “esplêndida”. E os piores segmentos, segundo Moraes, foram a “intolerável” *Ave Maria* e a “monstruosidade”

⁹⁰⁷ Cf. MORAES, Vinícius. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 24 ago. 1941. *Fantasia (première)*, p. 01.

dos desenhos produzidos para *Pastoral*, do consagrado compositor Ludwig van Beethoven.

Apesar do parecer geral de Vinicius de Moraes sobre *Fantasia* ter sido positivo, tendo ele declarado, inclusive, que era um grande admirador de Walt Disney, o autor foi o único crítico de cinema entre todos os jornais que pesquisamos que teve a ‘audácia’ de falar mal de alguns segmentos de *Fantasia*. Voltaremos a citar as opiniões de Moraes ao longo desse capítulo, mas, por enquanto, é importante percebermos que a direção do jornal *A Manhã*, assim como o DIP, não censuraram as críticas mais ríspidas de Moraes ao longa-metragem⁹⁰⁸. O jornal *A Manhã*, porém, valeu-se de outra estratégia e procurou ‘camuflar’ as opiniões de Moraes contrárias à *Fantasia*, à medida que construiu destaques para os seus elogios. O jornal colocou como título da crítica: “Na *Dança das Horas*, Disney supe[rou] tudo o que já fez anteriormente – [foi] o que nos [disse] Vinicius de Moraes?”. Desse modo, o periódico chamou a atenção do leitor para um aspecto bastante positivo da crítica. Além disso, todos os comentários negativos foram colocados no final do texto, fazendo com que apenas o leitor que lesse até o final da resenha ficasse sabendo das opiniões desfavoráveis emitidas pelo intelectual⁹⁰⁹.

⁹⁰⁸ Será por que Vinicius de Moraes já tinha autonomia para tanto? O poeta, aliás, nessa época com 27 anos de idade, além de trabalhar para o jornal considerado o ‘porta-voz’ do regime, também se identificava com a política de direita, e se não era a favor da ditadura, ao menos era indiferente a mesma. “Não havia nada de errado nisso”, dizia Moraes sobre o Estado Novo. Cf. MORAES apud CATANI, Afrânio M. Vinicius de Moraes, crítico de cinema. *Perspectivas*. São Paulo, n. 7, 1984, p. 134-135. Entre 1936 e 1938 Moraes foi, inclusive, censor cinematográfico no Rio de Janeiro, apesar de nunca ter censurado nenhum filme. A postura política de Vinicius de Moraes mudou radicalmente em 1942, quando o poeta passou a se identificar com a esquerda, e a se interessar pelas realidades sociais de várias regiões do país.

⁹⁰⁹ Cf. MORAES, Vinicius. *A MANHÃ*. Rio de Janeiro, 27 ago. 1941. Cinema, p. 09. Todavia, *Fantasia* não foi o único filme que o poeta criticou, e segundo uma biografia, esse comportamento ‘sincero’ do autor levou a direção do jornal a afastá-lo do cargo no início de 1944, pois a essa altura Moraes já havia ocasionado várias desavenças com as distribuidoras de Hollywood que estavam instaladas no Brasil. O autor da biografia citada é José Castello, mas ele, infelizmente, não especificou quais foram essas desavenças entre Vinicius de Moraes e as companhias, tampouco quais foram as companhias. Cf. CASTELLO, José. *Vinicius de Moraes: o poeta da paixão*. Uma biografia. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p. 164.

Em relação ao cuidado de Vinicius de Moraes em não publicar opiniões sobre *Fantasia* movidas pelo ‘calor’ de seu luxuoso lançamento, consideramos que esse comportamento foi uma exceção, pois as demais resenhas imediatas, ou seja, publicadas logo após as primeiras exhibições, não pouparam exageros ao elogiarem *Fantasia* e o seu ‘genial’ produtor. Diferentemente do texto de Moraes, elas não fizeram distinções entre os segmentos da animação, e referiram-se apenas ao longa-metragem de maneira geral, superficial, e com frases curtas e de impacto. A revista *Fon Fon*, por exemplo, no dia seguinte à *première* carioca afirmou que a recepção de *Fantasia* no Brasil “marcou época na história do cinema”, e foi “um novo passo, um passo de gigante que [deu] a indústria do cinema”⁹¹⁰. De acordo com Maio Nunes, no *Jornal do Brasil*, *Fantasia* foi “a maior armação da beleza que hajam nossos olhos experimentados até hoje diante de obra criada pela imaginação humana”⁹¹¹. Já para a revista *A Cena Muda* “a poesia do cinema” era mais perceptível nas realizações do “inteligente Walt Disney”, “merecidamente o maior poeta da tela, deste e de outros tempos”⁹¹².

Os periódicos, assim, sempre elogiando e exaltando a obra, se empenharam em captar novos espectadores para *Fantasia*. Mas as sessões continuaram, todavia, inacessíveis para a maioria da população. Semanas após as *premières*, embora os preços tenham diminuído em relação aos dias de gala, os valores permaneceram altos para as camadas médias. No cinema *Rosário*, por exemplo, eles eram de dez mil réis para as poltronas, e seis mil réis para crianças, estudantes e outras meias-entradas⁹¹³. Apesar disso, os jornais e revistas seguiram insistindo que *Fantasia* era uma obra que deveria ser assistida por todas as classes sociais, sem exceção:

É um erro pensar que *Fantasia* é um espetáculo para elites apenas, porque, se bem que se trate de música clássica, executada por uma Orquestra Sinfônica, o filme de Disney tem todas as características para agradar mesmo aqueles que não apreciam ou não entendem essa espécie de música. Aliás, foi intenção de Disney e de

⁹¹⁰ Cf. FON FON. Rio de Janeiro, 24 ago. 1941, p. 42 e p.51.

⁹¹¹ Cf. NUNES, M. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 26 ago. 1941, p. 05.

⁹¹² Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 27 out. 1941, p. 10.

⁹¹³ Cf. CORREIO PAULISTANO. Rio de Janeiro, 26 ago. 1941. Tomem nota dos preços para “*Fantasia*”, p. 08.

Stokowski, ao fazerem *Fantasia*, tornar a música clássica mais acessível às camadas menos cultas (sob o ponto de vista musical), tornando-a ainda aptas a melhor entenderem, para o futuro, esse gênero de música⁹¹⁴.

Em uma entrevista com Vinicius de Moraes, Walt Disney também ressaltou que *Fantasia* havia sido pensada “para todo o mundo. Quem quiser música encontrará; quem quiser desenho encontrará; quem quiser cor, encontrará; procurei satisfazer todos os gostos: o do intelectual e o do homem de todo-o-dia [sic]”⁹¹⁵. Dessa maneira, a imprensa utilizava as informações que obtinha do próprio Disney e de sua equipe para afirmar que a animação havia sido produzida (também) para as camadas médias. Porém, o *Fantasound* encarecia os processos de exibição, e considerando os altos valores dos ingressos no Rio de Janeiro e em São Paulo, podemos ver que existia, então, uma contradição entre o que era dito e o que era praticado. Na revista *A Cena Muda*, onde havia espaços de publicações de textos enviados pelo público, essa contradição foi denunciada algumas vezes pelos próprios espectadores, ou por pessoas que não puderam assistir a versão em *road show* da animação. Messias Silva Mendes, por exemplo, que escreveu do Distrito Federal, lamentou “que uma obra de tão elevada expressão artística e espiritual”, como *Fantasia*, “não pôde ser vista pelas multidões”, “devido, segundo se diz, [se referindo ao *Fantasound*] à falta de extraordinários elementos de ordem técnica na montagem de nossos cinemas”⁹¹⁶. Dulce Damasceno de Brito, que escreveu de São Paulo, também lamentou que apenas os residentes das duas capitais mais importantes do país puderam ver *Fantasia* em “toda a sua plenitude de deslumbramento e magnificência”, porque a obra “merecia o aplauso do Brasil todo”⁹¹⁷. O crítico Renato de Alencar, na mesma revista, queixou-se de que estava havendo um “prejuízo cultural” para o povo brasileiro, “privado de ver a maravilha que é *Fantasia*. Imagine-se uma jóia belíssima, mas que só poderá ser usada se se fizer a mão de cada comprador um dedo especial...”, comparou o autor⁹¹⁸. Apesar das

⁹¹⁴ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 29 jul. 1941. *Fantasia*, um espetáculo para todas as classes, p. 11.

⁹¹⁵ Cf. DISNEY apud MORAES, Vinicius. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 21 ago. 1941. Entrevista com Disney, por Vinicius de Moraes, p. 08.

⁹¹⁶ Cf. MENDES, M. S. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 14 out. 1941, p. 10.

⁹¹⁷ Cf. BRITO, Dulce D. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 21 out. 1941, p. 23.

⁹¹⁸ Cf. ALENCAR, R. A CENA MUDA. Rio de Janeiro, 02 set. 1941, p. 30.

contestações ao *Fantasound* e as limitações dos cinemas, é perceptível como os dois espectadores e o crítico da revista permaneceram elogiando a animação, não havendo, portanto, críticas contrárias à obra, mas apenas à sua forma de exibição; e ainda assim de formas sutis e esporádicas.

Nos últimos dias daquele mês de agosto, a expedição de Disney finalizou as atividades no Brasil e os equipamentos do *Fantasound* foram retirados do *Pathé* e do *Rosário* para serem levados para os demais lançamentos de *Fantasia* na América do Sul. Os diretores da RKO, no entanto, deixaram no país algumas versões de *Fantasia* com a sonorização monofônica. Aos poucos, as exibições de *Fantasia* foram estendidas para outras salas de cinema das capitais e chegaram também ao interior do país. Conforme esse processo foi ocorrendo, os preços das exibições se tornaram os mesmos praticados com quaisquer outros filmes. No início de 1942, a animação voltou a ser exibida no cinema *Pathé*, e mesmo sendo este um local frequentado pelas elites, a imprensa carioca anunciou que as sessões a partir daquele momento teriam “preços comuns”⁹¹⁹. Embora seja difícil precisar o que significa essa expressão para aquele período, de acordo com a pesquisa de Celso Fernando Claro de Oliveira, os valores dos ingressos nos cinemas nacionais durante os primeiros anos da década de 1940 variavam de região para região, “com valores entre Cr\$2 e Cr\$7 no Rio de Janeiro e em São Paulo e Cr\$1 a Cr\$5 em outros grandes centros urbanos”, enquanto no interior os valores poderiam chegar a 60 centavos⁹²⁰.

Sobre as cidades do interior, mesmo quem conseguiu assistir à *Fantasia* somente vários meses depois da estreia, prosseguiu elogiando a animação, e com o auxílio das publicações dos periódicos. O espectador baiano Zoroastro G. Figueredo lamentou que *Fantasia* só chegou à Salvador em junho de 1942, e que o cinema utilizado não obtinha os recursos necessários para a exibição, o que acarretou em um declínio da qualidade do filme. Talvez o espectador não soubesse que já não se tratava mais da versão da animação com o *Fantasound*, mas isso

⁹¹⁹ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 27 fev. 1942, p. 12. Cf. CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro, 27 fev. 1941. *Fantasia* retorna ao Pathé. Agora com preços comuns, p. 06.

⁹²⁰ A pesquisa de Oliveira partiu de um artigo veiculado na edição do *Film Daily Yearbook* referente ao ano de 1945. Cf. ROCHA, Oswaldo Leite. Brazil in 1944. In: ALICOATE, Jack (ed). *The 1945 Film Daily Yearbook of Motion Pictures*. S/l: Film Daily, 1946, p. 819-820 apud OLIVEIRA, 2016, p. 159.

não pareceu ser importante se comparado a felicidade de Zoroastro em poder, de uma maneira ou de outra, assistir à *Fantasia*:

[...] infelizmente, vi “Fantasia” num dos nossos piores aparelhos cinematográficos, mas felizmente, vi “Fantasia”. [...] Ansioso que estava por conhecer essa esplendida fita, sirvo-me agora da presente para dizer que é tão bela que um sentimento de piedade e tristeza se me envolve, ao pensar que existem pelo mundo inteiro milhares de ceguinhos, privados de verem uma verdadeira beleza, tão linda quanto indescritível, porque não há imaginação que possa concebê-la, tamanha é a sua magnificente espetaculação!⁹²¹.

Assim, mesmo sem ter direito ao *Fantasound*, as camadas médias da população brasileira seguiram elogiando *Fantasia*, até porque muitas dessas pessoas já aguardavam ansiosas pela exibição da animação em seus municípios, mediante o trabalho de propaganda e da censura do DIP, tanto pela imprensa quanto pelo rádio.

Desse modo, se *Fantasia* não encontrou público nos Estados Unidos, observamos que no Brasil houve uma série de espectadores atraídos pelo longa-metragem. Primeiramente, pessoas ligadas ao governo, assim como as elites e intelectuais que rediziam no Rio de Janeiro e em São Paulo. Em seguida, as camadas médias urbanas, e depois, as populações do interior à medida que a película chegava a esses locais.

O sucesso da recepção de *Fantasia* nos municípios do interior, aliás, foi possivelmente ainda mais duradouro que os das *premières*. Da mesma maneira que Valim observou que, no Brasil, as pessoas mais simples recebiam os filmes do *Office* com menos resistência se comparadas as classes sociais mais altas⁹²²; no caso específico de *Fantasia*, uma vez passada a sensação de novidade do lançamento, começaram a surgir por parte dos intelectuais algumas críticas severas sobre a obra, de maneira parecida ao processo de recepção que ocorreu nos Estados Unidos. Segundo Lourival Gomes Machado, para os críticos brasileiros, aos poucos foi tornando-se “bom” não gostar de *Fantasia*, ao passo que o anterior “formidável” dos primeiros artigos foi

⁹²¹ Cf. A CENA MUDA. Rio de Janeiro: Fundação, 09 jun. 1942. *Fantasia*, por Zoroastro Figueredo, p. 10.

⁹²² Cf. VALIM, 2017, p. 137.

tomando conta do grande público. Machado chegou a dizer que naquele momento já conseguia ver “uma divergência crescente entre a massa e a chamada elite” no que dizia respeito às opiniões sobre *Fantasia*⁹²³.

Essa divergência se tornou visível em nossa pesquisa à medida que não encontramos quaisquer opiniões contrárias ao sucesso de *Fantasia* nos jornais e revistas de grande circulação, com exceção de algumas palavras ríspidas de Vinicius de Moraes, que teve o seu texto publicado, também, na revista *Clima*. Foi apenas nessa revista, inteiramente escrita por intelectuais, que encontramos algumas críticas negativas em relação à *Fantasia*. Como ela foi publicada cerca de um mês e meio depois das *premières*, a revista presenciou um momento onde muitos intelectuais já estavam distanciando-se das primeiras impressões extremamente positivas em relação à animação, e desenvolvendo críticas menos exageradas e mais construtivas. Diferentemente de todos os demais jornais e revistas aqui citados, os autores de *Clima* são os únicos que se aprofundaram nos relatos sobre o longa-metragem, e os únicos que citaram cada um dos sete segmentos da animação, ao passo que nos outros periódicos, como vimos, os jornalistas se referiram à *Fantasia* de maneira superficial e como se ela fosse uma obra com uma única trama narrativa.

O texto que iniciou essa edição de *Clima* foi o de Oswald de Andrade, que fez uma pequena apresentação ao leitor desse número, afirmando que o mesmo não era uma valorização excessiva de *Fantasia*, ou sequer um julgamento. Na opinião de Andrade, se *Fantasia* apareceu como uma obra inédita, então é compreensível que concomitantemente tenham aparecido também várias e diversas interpretações que procuraram entendê-la⁹²⁴. Nesse mesmo sentido, Antônio Branco Lefèvre assinalou que “as críticas feitas à *Fantasia* são justificáveis pelo mesmo princípio que possibilitou a sua realização, isto é, a interpretação livre dos trechos musicais”⁹²⁵. Alguns autores aproveitaram a oportunidade de publicação para modificar suas críticas anteriores em relação à *Fantasia*, que, no momento das *premières* haviam sido embasadas apenas nas qualidades da obra. Lourival Gomes Machado, por exemplo, afirmou ter gostado de *Tocata e Fuga em Ré Menor* quando assistiu pela primeira vez, mas que na segunda vez mudou de ideia. Segundo o autor (e conforme já defendemos anteriormente), somente após ter assistido à animação várias vezes um crítico pode

⁹²³ Cf. MACHADO, Lourival Gomes. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 61.

⁹²⁴ Cf. ANDRADE, Oswald. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 05.

⁹²⁵ Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 49.

então fazer seu julgamento com mais propriedade, ou, de acordo com as suas palavras, “o aprendizado adquirido já permite ao aluno o desejo de corrigir o mestre”⁹²⁶.

Mário de Andrade também fez alterações entre a sua primeira impressão de *Fantasia* e o texto que publicou em *Clima*. A sua primeira crítica foi divulgada no jornal *Diário de São Paulo* em nove de setembro, e no parágrafo inicial o autor afirmou que *Fantasia* foi “sem dúvida um dos mais ambiciosos esforços que a cinematografia já fez para se afirmar como uma das Belas Artes”, e que as suas pretensões, “e o valor absolutamente excepcional de Walt Disney fizeram do filme uma das realizações capitais [de] arte, a meu ver, desta primeira metade do estupidíssimo século vinte”⁹²⁷. Mas, cerca de um mês depois Andrade já tinha outras interpretações quanto à *Fantasia* e editou o texto. O primeiro parágrafo aqui mencionado foi substituído na edição de *Clima* por uma interrogação ao leitor: “*Fantasia* é uma obra-prima?”. “Estou convencido que não, e os seus defeitos são enormes”⁹²⁸, respondeu Andrade. O autor elogiou alguns blocos do longa-metragem, como a *Suíte do Quebra-nozes*, cujo segmento ele considerou ser uma “unidade conceptiva verdadeiramente admirável”⁹²⁹, mas também criticou duramente outros trechos de *Fantasia*, especialmente a *Pastoral*, onde, segundo Andrade, Disney fez a “estupidez de se libertar do programa fixado por Beethoven para inventar um idílio absurdo, com Grécia e mitologias”⁹³⁰. As críticas em relação à *Pastoral*, aliás, foram as mais severas em toda a revista. Com unanimidade, e da mesma forma que já havia ocorrido nos Estados Unidos, os autores consideraram o segmento ofensivo ao dar uma interpretação visual polêmica a uma obra consagrada de Beethoven. Para Sérgio Milliet, “o péssimo desenho aliado ao pieguismo juvenil tornou as cenas da *Sinfonia Pastoral* insuportáveis”. Milliet considerou o segmento “infantil, superficial, de uma pobreza inconcebível”, uma “brincadeira em torno de Beethoven”⁹³¹. Na opinião de Lefèvre, o segmento era uma das injúrias

⁹²⁶ Cf. MACHADO, Lourival Gomes. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 61.

⁹²⁷ Cf. ANDRADE, Mário de. *Fantasia I*. DIÁRIO DE SÃO PAULO. São Paulo, 09 set. 1941, p. 04 apud CUNHA, Paulo José. De *Fantasia* à ‘*Fantasia* de Walt Disney’. In: *Manuscrita*. Edição Humanitas. São Paulo, n. 19, 2010, p. 170-171.

⁹²⁸ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 88.

⁹²⁹ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 92.

⁹³⁰ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 90.

⁹³¹ Cf. MILLIET, Sérgio. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 10-11.

“mais injustificáveis” que havia acontecido naqueles tempos. Segundo ele, ao assistir a *Pastoral* foi preciso “fazer força para não atirar um guarda chuva na tela, escrever uma carta-aberta-póstuma para Beethoven ou qualquer idiotice deste gênero”⁹³². Ruy Coelho afirmou que o segmento era de “mau gosto”⁹³³, e Vinícius de Moraes acusou o curta-metragem de acabar com a beleza da composição de Beethoven, chamando-o de uma “verdadeira monstruosidade” e “uma total droga”. Segundo Moraes, assistir ao curta-metragem foi como receber “uma garrafada na cabeça no meio de uma boa festa de carnaval”; “Disney poderia ter poupado Beethoven da sua “suíte a lápis de cor”⁹³⁴, salientou o autor.

Outros segmentos que receberam críticas negativas foram a *Sagração da Primavera*, e a *Noite no Monte Calvo* (em conjunto com *Ave Maria*). Diferentemente da boa recepção por parte da crítica cinematográfica que obteve nos Estados Unidos, onde o segmento foi bem valorizado pela expressiva pesquisa científica, por alguma razão os intelectuais brasileiros se decepcionaram com a *Sagração*. A. B. Lefèvre, por exemplo, achou que a violência representada na cena da luta com os dinossauros não combinava com a temática da evolução da vida e chamou a encenação de desnecessária, pois tornou o segmento, em sua opinião, o “mais irregular de todas as partes de *Fantasia*”⁹³⁵. Quanto à parte final da animação, Mário de Andrade considerou a antítese entre o sagrado e o profano “uma das partes mais irritantemente banais, como arte”⁹³⁶. Assim como muitos críticos já haviam feito nos Estados Unidos, o autor associou os segmentos *Noite no Monte Calvo* e *Ave Maria* com a temática da guerra e, segundo ele, isso tornou o trecho “muito empobrecido” e resumido a uma “briguinha” entre o bem e o mal “puramente sentimental, de estreito sentimentalismo”⁹³⁷. Nesse mesmo sentido, Vinícius de Moraes chamou a sequência final do longa-metragem de “fraca” e descreveu que assistir *Ave Maria* foi como ver uma “espécie de convite a melancolia”⁹³⁸.

Mas, se houveram análises negativas, os autores de *Clima* também fizeram muitos elogios ao longa-metragem. Os segmentos mais

⁹³² Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 51.

⁹³³ Cf. COELHO, Ruy. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 13.

⁹³⁴ Cf. MORAES, Vinícius. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 102-103.

⁹³⁵ Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 50.

⁹³⁶ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 88.

⁹³⁷ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 94.

⁹³⁸ Cf. MORAES, V. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 103.

apreciados foram o *Aprendiz de Feiticeiro*, *Suíte do Quebra-nozes* e *Dança das Horas*. Para Alberto Soares de Almeida, o *Aprendiz de Feiticeiro* e a *Dança das Horas* conseguiram apresentar um “compromisso íntimo entre o próprio espírito da música e as intenções coreográficas ou psicológicas dos desenhos”⁹³⁹. Mário de Andrade considerou o *Aprendiz de Feiticeiro* um “passo admirável, como interpretação criadora”⁹⁴⁰. Para Sérgio Milliet e Paulo Emílio Sales Gomes, o trecho de Mickey era o que havia de “melhor” na animação⁹⁴¹. Sobre a *Suíte do Quebra-nozes*, Lefèvre considerou o segmento “a manifestação mais densa de inspiração” do longa-metragem⁹⁴². Na opinião de Lourival Gomes Machado, nem Tchaikovsky “sonharia com um *Quebra-nozes* tão bonito”⁹⁴³. As flores que representam o outono, para ele, traduziram um “maravilhoso movimento obtido no desenho. Raramente uma figura tornou-se tão viva, partindo de um ritmo tão simples”⁹⁴⁴, disse o autor. Para Plínio Sússekind Rocha, o valor coreográfico desse trecho foi “imenso”⁹⁴⁵. Nesse mesmo sentido, a *Dança das Horas* agradou a Almeida por apresentar um “ballet de pétalas, a dança russa e a valsa das flores” que “constituíram uma das expressões máximas de bom gosto, delicadeza de sensibilidade e gênio coreográfico”⁹⁴⁶. Para Lefèvre, esse bloco “desenvolveu todas as possibilidades da arte da dança no desenho animado”⁹⁴⁷. E na visão de Paulo Emílio, o segmento foi feliz ao fazer “uma sátira minuciosa, impiedosa, divertida e insultuosa às limitações do *ballet* humano”⁹⁴⁸.

Paulo Emílio foi o autor que publicou a análise mais severa da obra, sendo, na nossa leitura, o único entre todos os escritores de *Clima* que chegou a um parecer mais negativo que positivo em relação à *Fantasia*. Paulo Emílio afirmou ter sido difícil escrever a crítica sobre *Fantasia*, porque “gostava muito de Disney” e havia considerado as suas obras anteriores como representações de “buscas de humanidade, confiança, cinema e entusiasmo”. Mas Emílio intitulou a sua resenha de

⁹³⁹ Cf. ALMEIDA, Alberto S. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 54.

⁹⁴⁰ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 90.

⁹⁴¹ Cf. MILLIET, Sérgio; GOMES, Paulo Emílio Sales. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 10; p. 79.

⁹⁴² Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 46.

⁹⁴³ Cf. MACHADO, Lourival G. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 69.

⁹⁴⁴ Cf. MACHADO, Lourival G. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 70.

⁹⁴⁵ Cf. ROCHA, Plínio Sússekind. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 85.

⁹⁴⁶ Cf. ALMEIDA, Alberto Soares. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 55.

⁹⁴⁷ Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 51.

⁹⁴⁸ Cf. GOMES, Paulo Emílio Sales. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 81.

“Contra *Fantasia*”, pois achou que a animação era “apavorante” e “imperdoável” ao pretender fazer parte de uma “grande arte” que mostrava, assim, a sua face excludente com a “situação plebeia do cinema”. Ou seja, Emílio criticou a característica elitizada de *Fantasia* que, conforme vimos, foi omitida pela imprensa brasileira e substituída por um discurso de obra unificadora de artes e de classes. Na leitura de Emílio, *Fantasia* apresentou-se como o oposto dessa união, e como resultado tornou-se uma “obra sem inocência e sem nobreza” que ameaçava extinguir com o desenho animado. Emílio chegou a elogiar a qualidade técnica da obra, assim como o *Aprendiz de Feiticeiro*, a *Dança das Horas* e o “adorável [personagem] burrinho da *Pastoral*”. Porém, o autor considerou que tudo isso não passava de detalhes, “migalhas dentro de um conjunto desastroso” que é *Fantasia*⁹⁴⁹.

Entre todos os intelectuais de *Clima*, Emílio era quem mais possuía conhecimentos de cinematografia naquele período, e percebemos que a sua crítica foi de encontro às opiniões que surgiram nos Estados Unidos, sobre *Fantasia* ser demasiadamente pretensiosa ao provocar uma união entre duas artes distintas – a música erudita e a animação. Alberto Soares de Almeida expressou uma ideia semelhante, pois, para ele, “a linguagem musical pura era intraduzível” e “todo o esforço de interpretação artística utilizando qualquer outro meio expressivo conduziria sempre a uma tentativa vã e ineficiente”⁹⁵⁰. Almeida Salles foi outro autor que considerou que a tentativa de equivaler os movimentos das imagens aos recursos sonoros resultaram em uma associação ao mesmo tempo, “contra a música e contra o desenho; contra a música, porque a empobrece limitando o seu poder de sugestão; e contra o desenho porque lhe impõe uma subordinação ao recorte musical”⁹⁵¹. Por outro lado, Salles afirmou que se *Fantasia* não fosse tão pretensiosa, e quisesse apenas ser uma “pintura animada”, neste caso, então, mereceria todos os elogios dessa conquista; pois a obra mostrou que “não se trata[va] mais [apenas] de desenhos em cores, mas de autêntica pintura, com a força do relevo plástico, a complexidade de colorido e de perspectiva”⁹⁵². Assim, ao concluir a sua opinião Salles acabou concedendo um julgamento positivo à *Fantasia*.

⁹⁴⁹ Cf. GOMES, Paulo Emílio Sales. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 80-82.

⁹⁵⁰ Cf. ALMEIDA, Alberto Soares. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 53.

⁹⁵¹ Cf. SALLES, Almeida. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 25.

⁹⁵² Cf. SALLES, Almeida. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 25.

Embora a proposta de um novo formato cinematográfico a partir da junção da animação com a música erudita incutida em *Fantasia* tenha dividido as opiniões na revista *Clima*, encontramos um parecer geral de elogios à iniciativa. Para Lefèvre, a “realização de Walt Disney e Stokowski foi a primeira tentativa verdadeiramente importante neste acordo de artes”⁹⁵³. Segundo ele, “*Fantasia* foi sem dúvida a manifestação artística mais saliente dos últimos tempos neste sentido de aproximação de formas de arte isoladas” - o cinema de animação e música erudita. Para Lefèvre, “*Fantasia* foi simplesmente o milagre da transformação em obra de arte de alguma coisa que já existia como divertimento”⁹⁵⁴. Para Mário de Andrade “*Fantasia* [foi] uma maravilha de verdade sonora” e a “oferta mais coletiva de música [que o cinema já havia] realizado”⁹⁵⁵. Esse tipo de crítica também elogiava o personagem nomeado de “trilha-sonora” na animação. Mesmo Alberto Soares de Almeida, que não gostou da utilização da música clássica da maneira que foi realizada no longa-metragem, elogiou o personagem da trilha sonora, dizendo justamente que o trecho era uma repercussão “feliz” de *Fantasia*, pois substituiu “a beleza musical intraduzível por uma nova ordem estética, inventando uma beleza nova dotada de um grande poder de sedução e encantamento”. O “Sr. Som”, na interpretação de Almeida, conseguiu definir “todo o sentido de *Fantasia*”⁹⁵⁶. De acordo com Sérgio Milliet, esse trecho foi passível de se assistir diversas vezes, o “retrato do som”, segundo o autor, foi “instrutivo, sintético, característico; divertido”, resultando no que havia de melhor em todo o longa-metragem⁹⁵⁷.

Se nos Estados Unidos os longas-metragens animados sofreram com resistências de muitos críticos que defendiam que as animações deveriam ser, apenas, em formato de curta, nas repúblicas abaixo do Rio Grande o público se mostrou bastante entusiasmado com o cinema de animação⁹⁵⁸, incluindo, os longas-metragens. Sobre *Fantasia*, não encontramos queixas em relação à animação ter mais de duas horas de duração. Todavia, as opiniões em *Clima* divergiram em razão da estrutura da animação ter sido formada por vários curtas-metragens

⁹⁵³ Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 43.

⁹⁵⁴ Cf. LEFÈVRE, A. B. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 46-49.

⁹⁵⁵ Cf. ANDRADE, Mário de. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 91.

⁹⁵⁶ Cf. ALMEIDA, Alberto S. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 56-57.

⁹⁵⁷ Cf. MILLIET, Sérgio. CLIMA. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 11.

⁹⁵⁸ Essa afirmação era encontrada nos relatórios do *Office*. Cf. VALIM, 2017, p. 295.

independentes. Mário de Andrade, especialmente, descreveu *Fantasia* como “vários filmes ligados por impostura”, e acusou o “cinema de animação moderno” de prejudicar a verdadeira essência do desenho animado, que ainda vinha se formando naquela época⁹⁵⁹. Lefèvre considerou desordenada a forma de *Fantasia*, ao trazer, segundo ele, “uma obra-prima como *Suíte do Quebra-nozes* ao lado de uma inqualificável monstruosidade como a *Sinfonia Pastora*”⁹⁶⁰.

Contudo, muitas críticas são controversas e ao mesmo tempo em que julgam *Fantasia* também acabam, de alguma maneira, elogiando. Mesmo Alberto Soares de Almeida, que afirmou que, do ponto de vista musical, a experiência de Disney foi “um fracasso”, também considerou que “certos momentos de *Fantasia* conseguiram atingir um equilíbrio que satisfaz plenamente”⁹⁶¹. As críticas se dividiram, assim, entre cada um dos segmentos, formando quase como lados opostos. Em geral, uma parte dos segmentos foi considerada pela maioria dos críticos como “genial”, sendo eles, principalmente: *Aprendiz de Feiticeiro*; *Suíte do Quebra-nozes*; e *Dança das Horas*; e outros blocos foram interpretados como “arrogantes”, “sarcásticos”, “desconfortáveis” ou “constrangedores”⁹⁶², como a *Sinfonia Pastoral*; *Sagração da Primavera*; *Tocata e Fuga em Ré Menor*; *Noite no Monte Calvo* e *Ave Maria*. Ainda que desste ponto de vista quantitativo os segmentos tenham desagradado, consideramos que os elogios aos primeiros curtas-metragens foram mais numerosos e expressivos na revista. Em sua resenha, Mário de Andrade concluiu que *Fantasia* não foi uma obra-prima por sua totalidade, mas que isso era tão certo quanto o fato dela apresentar “alguns dos momentos mais esplêndidos da criação artística contemporânea”⁹⁶³. Acertando, de certa forma, em uma previsão do futuro, Andrade ainda afirmou que a animação, contendo “tanto genialidades quanto problemas”, em questão de tempo se tornaria “uma obra clássica do cinema”⁹⁶⁴.

Dessa maneira, concluímos que as críticas sobre *Fantasia* publicadas em *Clima* reuniram opiniões divergentes, o que nos parece ser condizente com uma animação tão polêmica. Todavia, apesar de

⁹⁵⁹ Lembramos que o desenho animado tem, por característica, o formato de curta-metragem. Cf. ANDRADE, Mário de. *CLIMA*. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 91.

⁹⁶⁰ Cf. LEFÈVRE, A. B. *CLIMA*. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 48.

⁹⁶¹ Cf. ALMEIDA, Alberto S. *CLIMA*. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 53-54.

⁹⁶² Cf. ALMEIDA, Alberto S. *CLIMA*. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 53.

⁹⁶³ Cf. ANDRADE, Mário de. *CLIMA*. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 92.

⁹⁶⁴ Cf. ANDRADE, Mário de. *CLIMA*. São Paulo, n. 5, out. 1941, p. 88.

alguns relatos negativos, *Fantasia* obteve uma repercussão mais positiva que negativa. Não encontramos respostas para explicar por que o DIP não censurou as críticas negativas da revista, mas, lembramos que *Clima* possuía uma pequena circulação, já que ela se restringia ao público intelectual. Embora essa revista tenha causado grande impacto nesse meio, *Clima* não possuía, portanto, a mesma abrangência que obtinham os demais periódicos com os quais trabalhamos nesta pesquisa. Assim, as críticas publicadas em *Clima* sobre *Fantasia*, sejam elas favoráveis ou contrárias à animação, nunca alcançaram o mesmo público que obtiveram os jornais e revistas que circulavam comercialmente pelas capitais, e que, ainda, tinham seus artigos reproduzidos em outros jornais no interior do país.

Nesses periódicos (como já vimos), praticamente inexistiram críticas negativas a respeito de *Fantasia*, sendo a única exceção encontrada no artigo de Vinicius de Moraes, cujo texto foi publicado, também, na revista *Clima*. Concluímos, ainda, que os elogios à animação nesses jornais e revistas quase sempre ocorreram de maneira vaga, superficial, com frases prontas e sempre privilegiando, na verdade, o criador da obra: o cineasta e embaixador da Política de Boa Vizinhança, Walt Disney.

O *Diário Carioca*, por exemplo, dedicou uma página inteira à *Fantasia*, contendo várias figuras do longa-metragem e dizendo, em letras garrafais: “Um gênio apresentando ao público a sua obra-prima: *Fantasia* – o maior acontecimento cinematográfico de todos os tempos”. (Figura 28). Os personagens contidos nesta página são: o feiticeiro (com seu chapéu) e Mickey no personagem de aprendiz (em um dos quadros com a vassoura encantada); um jacaré e uma elefanta, bailarinos da *Dança das Horas*; um centauro e as centauretes, assim como o deus Baco acompanhado de seu burro-unicórnio – todos eles personagens da *Sinfonia Pastoral*.

Não consideramos, porém, que o jornal tenha procurado passar alguma mensagem ao selecionar esses personagens, porque, uma vez que as críticas eram quase sempre superficiais, elas sequer os citavam. Nem mesmo os autores de *Clima* fizeram análises aprofundadas sobre os personagens da animação. Também é interessante dizer que a revista *Clima* não possuía imagens, e entre os demais periódicos, as figuras não eram tão frequentes quanto os textos sobre a animação; elas ocorriam na maioria das vezes nas revistas ilustradas e da mesma maneira que neste exemplo, ficamos com a impressão de que os personagens eram selecionados aleatoriamente. Não encontramos, também, nenhum pôster de *Fantasia* que tenha sido divulgado pela imprensa brasileira. E

chegamos à conclusão de que a maioria do conteúdo imagético publicado pelos periódicos no momento da recepção da animação eram fotografias de Walt Disney, dentre as quais já vimos algumas neste capítulo.

Figura 28: Personagens de *Fantasia* no jornal *Diário Carioca*



Fonte: *Diário Carioca*⁹⁶⁵.

Sobre esta página do *Diário Carioca*, especificamente, é importante percebermos que Mickey aparece duas vezes, o que pode ser interpretado como uma afirmação do lugar soberano do personagem na hierarquia do mundo de Disney, bem como por ele ocupar, naquela época, o lugar de personagem animado mais popular no Brasil (e no

⁹⁶⁵ Cf. DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 24 ago. 1941, p. 21.

mundo). É interessante observarmos, ainda, que a maioria dos personagens selecionados pelo *Diário Carioca* pertence ao segmento mais polêmico do longa-metragem: a *Sinfonia Pastoral*. Conforme já vimos, entre os autores da revista *Clima* esse segmento foi o mais criticado, em razão da ‘audácia’ de Disney em ter satirizado uma obra de Beethoven, o que condiz com a repercussão que ele obteve nos Estados Unidos. Já nos demais periódicos, não encontramos quaisquer dizeres negativos sobre a *Pastoral*, o que nos leva a lembrar que as polêmicas sobre esse bloco e, mais precisamente, sobre todo o longa-metragem que surgiram nos Estados Unidos, não foram divulgadas pela imprensa brasileira.

Além de censurar esse tipo de crítica, bem como omitir o fracasso de bilheteria da animação nos Estados Unidos, o DIP também incentivou que os periódicos afirmassem exatamente o contrário: que *Fantasia* havia sido um sucesso em seu país de origem. Concluímos, portanto, que esse sucesso foi construído pelo governo brasileiro mediante a propaganda e a censura do Departamento, que desconsiderou o fracasso da animação nos Estados Unidos e formulou uma visão adversa sobre a animação no país.

Após conhecermos as duas conjunturas dos eventos de recepção de *Fantasia* – primeiramente o fracasso de bilheteria nos Estados Unidos e, em seguida, o sucesso de crítica e público no Brasil – salientamos que as atuações consonantes à Política de Boa Vizinhaça, desempenhadas pelos dois lados das negociações, ou seja, tanto pela expedição de Disney em meio aos projetos do *Office*, quanto pelos interesses do governo brasileiro, que ocorreram na segunda recepção analisada, foram fundamentais para a definição do sucesso aqui descrito. Outro aspecto essencial para a compreensão das diferenças entre as duas recepções analisadas tratou-se em perceber que os dois públicos foram constituídos por pessoas que viviam em diferentes nações e sociedades, e que possuíam ideias distintas sobre o cinema de animação. Se a pesquisa de Valim identificou que os espectadores brasileiros se mostraram bastantes receptivos ao cinema de animação de Disney⁹⁶⁶, acrescentamos que o público brasileiro se mostrou receptivo inclusive com as obras caracteristicamente mais experimentais, como *Fantasia*, uma vez que o elemento ‘inovação’ foi o mais destacado pela imprensa nacional.

Conforme vimos, o DIP se encarregou de preparar a população para a visita de Disney e para a exibição da animação por meio de

⁹⁶⁶ Cf. VALIM, 2017, p. 295.

jornais, revistas e programas de rádio e, continuou a exaltá-los durante e após os eventos. Porém, com exceção da revista *Clima*, os elogios à *Fantasia* não definiram as qualidades técnicas e estéticas da animação, e o seu sucesso sempre foi relacionado ao caráter de pioneirismo da obra, uma vez que ela foi realizada pelo *self made man* do cinema de animação. Nesse sentido, concluímos, também, que *Fantasia* se transformou em uma peça da Boa Vizinhança no Brasil devido, principalmente, ao sucesso de Walt Disney no país - um cineasta que já vinha conquistando a admiração dos brasileiros e sendo frequentemente referenciado na imprensa como um “gênio”, “mago”, ou até mesmo um “deus” do cinema moderno; mas que no início dos anos 1940 viu essa imagem ser intensificada com o trabalho de propaganda do DIP. O prestígio adquirido pelo cineasta no Brasil ficou perceptível até mesmo entre os autores de *Clima*, incluindo os mais críticos, como Paulo Emílio Sales Gomes, e o modernista Mário de Andrade.

Nunca saberemos como teria sido a recepção de *Fantasia* se ela não tivesse ocorrido com a presença de Disney ou se não houvesse a intervenção do governo brasileiro, mas, podemos ter certeza de que os resultados teriam sido diferentes. Além do sucesso do próprio cineasta em si, o seu papel de embaixador da Boa Vizinhança também conduziu o evento de recepção da animação no Brasil. Por essa perspectiva, a recepção de *Fantasia* foi, então, um evento político, em razão de ter ocorrido por interesse da Boa Vizinhança e de ter sido compatível com o papel de ‘cartão de visitas’ designado pela expedição.

Embora seja difícil mensurar a bilheteria de *Fantasia* no Brasil, bem como a proporção do real sucesso entre o grande público, podemos dizer com segurança que esse sucesso ocorreu oficialmente, e sempre mediante os veículos de comunicação, em especial, a imprensa. Nos periódicos que circularam comercialmente, encontramos notícias sobre as exibições de *Fantasia*, diariamente, entre julho e setembro de 1941, e elas ainda continuaram, de maneira semanal ou mensal, até o ano seguinte, quando a animação venceu o concurso de melhor filme de 1941, promovido, não por acaso, pela Associação Brasileira de Imprensa⁹⁶⁷.

O papel da imprensa foi, portanto, definitivo para o sucesso de *Fantasia* no Brasil, e foi instigante perceber que a recepção da animação foi organizada muito mais pelo DIP que pelo *Office*, e que o evento tornou-se vantajoso para o presidente brasileiro quando ele utilizou o

⁹⁶⁷ Cf. JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 07 jan. 1942. Os melhores filmes de 1941, p. 10.

momento para patrocinar a sua própria imagem, a partir de artigos e fotografias que marcaram a sua presença no evento cultural, além do caráter beneficente dos lançamentos. Dessa maneira, mediante a propaganda e a censura do DIP, *Fantasia* foi um sucesso absoluto entre os veículos oficiais e a grande imprensa, estreando o quadro de animações da Boa Vizinhança, mas também se tornando, por intermédio do governo nacional, uma peça da política estadonovista. Essa foi, talvez, a descoberta mais surpreendente de nossas pesquisas, e ela faz ainda mais sentido quando lembramos que a recepção de *Fantasia* ocorreu em um momento auspicioso do Estado Novo, durante o período em que Lourival Fontes esteve na direção do DIP (1939-1942). Salientamos que o grande volume de artigos que divulgaram as recepções de Walt Disney e de *Fantasia* na imprensa brasileira são anteriores a colaboração oficial do DIP com o *Office* no Brasil, porém, é justamente por isso que enxergamos na recepção de *Fantasia* um exemplo dos interesses brasileiros com a Boa Vizinhança, já colocados em prática antes mesmo da atuação direta do *Office* no país.

Além disso, encontramos um indício sobre *Fantasia* ter sido, em alguma medida, um produto cultural que representou o início da atuação do *Office* neste país. Fazemos essa afirmação porque percebemos que no mesmo momento em que se realizou a recepção de *Fantasia*, também ocorreram reuniões que estabeleceram a *Brazilian Division* no Rio de Janeiro. Nossas pesquisas mostraram que após presenciar o sucesso da estreia da animação na capital brasileira, John Hay Whitney permaneceu no país por mais alguns dias e, no início de setembro ele participou de um jantar “que inaugurou as bases de atuação do *Office* no Brasil”⁹⁶⁸. A recepção de *Fantasia* no país ocorreu, assim, no mesmo período em que aconteceram as primeiras investidas da *Brazilian Division* no país⁹⁶⁹, sendo que Whitney esteve no Rio de Janeiro para realizar os dois objetivos, simultaneamente.

Como naquele momento o *Office* já presumia que o cinema seria uma peça-chave na disseminação da propaganda estadunidense no país, podemos dizer que *Fantasia* chegou ao Brasil como representante de uma cultura cinematográfica que detinha os melhores e indispensáveis aparelhos técnicos, que dificultavam a concorrência com as indústrias latino-americanas e que dinamizavam o modo de vida estadunidense. Se *Fantasia* foi uma experiência no campo da animação, como afirmou o

⁹⁶⁸ Cf. VALIM, 2017, p. 53.

⁹⁶⁹ Embora a criação da *Brazilian Division* só tenha sido oficializada em novembro (1941). Cf. VALIM, 2017, p. 179.

próprio Walt Disney⁹⁷⁰, o seu pioneirismo foi recebido nesse país como mais um exemplo da modernidade estadunidense. Com *premières* auspiciosas, *Fantasia* proporcionou o “encantamento do público” menos “pela sua riqueza técnica ou emocional”, e mais por apresentar símbolos da “alma americana”, conforme descreveu Melissa Ribeiro de Almeida. O desafio estético e a linguagem musical da animação sobressaíram às qualidades do cinema moderno estadunidense, ao enfatizar-se uma obra única, de “um gênero especial e limitado”, que só poderia ter sido realizada por um *self made man* de Hollywood. Após concluirmos o trabalho com as fontes de imprensa, podemos dizer que *Fantasia* foi interpretada no Brasil como representante de uma cinematografia feita da “melhor maneira possível”⁹⁷¹, ‘superior’ e distinta de qualquer produção audiovisual latino-americana.

Sendo um dos primeiros investimentos do *Office* na América Latina - ainda que mais por insistência de Disney que por planejamento da agência - percebemos, por fim, que as recepções de *Fantasia* na América Latina funcionaram como espécies de testes para o andamento da Boa Vizinhaça. Depois do prestígio adquirido no Brasil, os demais lançamentos de *Fantasia* na Argentina, no Uruguai, e no Panamá, resultaram igualmente em sucessos de audiência e crítica. Sendo exibidos nessa ordem, o lançamento de *Fantasia* em Buenos Aires reuniu centenas de pessoas, que depois terminaram a noite dedicando uma festa de boas-vindas a Walt Disney. Em Montevidéu, o governo local decretou feriado escolar para que as crianças pudessem conhecer o criador de Mickey e o lançamento de *Fantasia*; e na Cidade do Panamá, a estreia que havia sido previamente marcada para uma data anterior ao comparecimento do cineasta na capital, foi alterada às pressas para o mesmo dia em que Disney chegou à cidade, para que ele pudesse fazer do lançamento um evento social, da mesma maneira que já havia feito no Brasil, na Argentina e no Uruguai⁹⁷². Todos esses sucessos das recepções de *Fantasia* podem, então, ter sido determinantes para ‘abrir

⁹⁷⁰ Cf. DISNEY in entrevista para o DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro, 19 ago. 1941. A Cidade, p. 04.

⁹⁷¹ De acordo com Robert Sklar, a cinematografia feita “da melhor maneira possível” era umas das principais características atribuídas as obras de Hollywood durante esse período. Cf. SKLAR, 1975, p. 183.

⁹⁷² A alteração das datas foi realizada por pedido dos presidentes da RKO, após eles verificarem os sucessos que a presença do cineasta havia ocasionado nos demais países durante os lançamentos de *Fantasia*. Cf. KAUFMAN, 2009, p. 44-67.

portas' para as futuras exibições do cinema da Política de Boa Vizinhança nesses países, especialmente, os seguintes lançamentos de Disney.

4.4. De volta aos estúdios Disney: o cinema de animação produzido para a Política de Boa Vizinhança e para o esforço de guerra

Agora, sem filmes que o interessavam, mas com um estúdio para manter, ele se tornou menos um produtor de filmes que um vendedor e embaixador de boa vontade, atraindo trabalho do governo para o estúdio porque era Walt Disney, uma das celebridades favoritas da América.
(Neal Gabler)⁹⁷³.

O êxito da expedição de Walt Disney pela América Latina alcançou resultados significativamente melhores que os esperados pelo *Office*. Em poucas semanas, Disney conseguiu expandir as intenções da Política de Boa Vizinhança no continente, uma vez que no papel de 'bom vizinho' ele estreitou os laços culturais e políticos entre os países de uma maneira cordial, sobretudo, com o Brasil. Quando viu o comportamento de Disney nesse país, John Hay Whitney escreveu que o cineasta estava sendo "muito mais bem-sucedido como empreendimento do que poderíamos ter sonhado!"⁹⁷⁴. E Nelson Rockefeller considerou que a expedição de Disney na América do Sul havia sido até aquele momento "o trabalho mais eficaz nas relações interamericanas"⁹⁷⁵. Assim, de acordo com a direção da agência, foi o sucesso da turnê de Disney, bem como das recepções de *Fantasia*, que deram ao *Office* a certeza de investir em animações de propaganda para a América Latina. A partir dessas repercussões extremamente positivas, o *Office* decidiu contratar Walt Disney para mais projetos, que duraram até o final da guerra⁹⁷⁶. Um relatório apresentado pelo *Office* em dezembro de 1941

⁹⁷³ Cf. GABLER, 2013, p. 463.

⁹⁷⁴ Cf. WHITNEY apud KAUFMAN, 2009, p. 37.

⁹⁷⁵ Cf. ROCKEFELLER apud GABLER, 2013, p. 470.

⁹⁷⁶ Entre os documentos do *Office* encontramos, ao todo, seis contratos de Disney com a agência, datadas em 1941, 42, 43 e 44. Mas, esse número de contratos pode ser ainda mais expressivo, uma vez que não nos aprofundamos na maior parte dessa documentação. Cf. NDCar-110; OEMcr-107; OEMcr-108; BMP5-4409; BMP5-4417; BMP5-4428. Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NARA II.

avaliou que a expedição de Disney foi um “sucesso muito grande”, e que, por isso, a agência estava considerando aumentar os fundos destinados a Walt Disney, porque o seu projeto inicial havia se tornado “muito mais extenso e importante do que inicialmente antecipado”⁹⁷⁷.

Lembramos que o contrato de 1941 envolvia duas partes de um projeto: a turnê aqui mencionada, e a produção de animações de temas latino-americanos com o material coletado durante a viagem. Walt Disney começou a colocar a segunda parte em prática logo que voltou aos estúdios, e foi a partir de então que surgiram as famosas animações *Saludos (Alô, Amigos)*, e *The Three Caballeros*, cujas histórias de sucessos já são conhecidas pela literatura. Essas animações resultaram em longas-metragens que, assim como *Fantasia*, eram formados, na verdade, por uma compilação de curtas sobre os países que Walt Disney visitou durante a expedição. As obras misturaram as cenas animadas com *live action*, ou seja, com imagens reais da estadia do embaixador nos países, que também foram utilizadas no documentário *South of the border with Disney*⁹⁷⁸. Freire-Medeiros denominou essas animações de “documentários ficcionais”, pois elas combinaram doutrinação político, informação e entretenimento⁹⁷⁹.

Os curtas-metragens dedicados aos brasileiros foram os trechos mais longos e mais dedicados a ‘amizade’ nessas duas animações. Em *Alô, Amigos* o segmento é chamado *Aquarela do Brasil* (que nos Estados Unidos foi nomeado apenas *Brazil*), e em *The Three Caballeros* referimo-nos ao segmento *Você já foi à Bahia?*. Essas animações ainda ofertaram um ‘presente’ aos brasileiros: o personagem Zé Carioca, que foi apresentado ao público como ‘o mais novo amigo’ de Pato Donald. Como foi lançado primeiro, em 1942, *Alô, Amigos* foi visto como o resultado mais imediato dessa ‘amizade’. A própria abertura da animação resumia os laços afetivos e a cooperação entre os Estados Unidos e a América Latina que estavam sendo desempenhados pela Boa Vizinhaça: “Saudamos a todos da América do Sul”. “Saudamos a todos os amigos de coração”⁹⁸⁰.

⁹⁷⁷ Cf. Memorandum, 08 dez. 1941. *Disney in South America*. Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

⁹⁷⁸ *Ao sul do Equador com Disney*, em português, foi, na verdade, um filme que serviu de relatório para o *Office* sobre a turnê de Disney na América Latina. Cf. FERREIRA, 2010, p. 49.

⁹⁷⁹ Cf. FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 68.

⁹⁸⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=I_u3K2XZN4. Acesso em: 08 dez. 2018.

Para Valim, os filmes do *Office*, de maneira geral, formaram representações “que buscaram convencer o próprio público estadunidense de que os laços que nos uniam eram fortes o suficiente para sermos considerados parceiros essenciais no esforço de guerra”⁹⁸¹. Essas animações foram lançadas em circuito comercial e encenaram representações da América Latina que despertaram curiosidade, admiração e sedução sobre esse território, sem conversarem, porém, com as realidades sociais daquele contexto, mas sim construindo um olhar estadunidense dedicado a compreender os povos latinos. De acordo com Valim, essas produções de Disney delinearão uma “nova geografia hemisférica”, “cuja química de cores, tipos humanos, e música, transformava pobreza em prodigalidade, desfazendo todas as possibilidades de conflito social, num verdadeiro paraíso latino”⁹⁸².

Se nas fotografias de Walt Disney no Brasil houve o trabalho de se evitar o enquadramento dos brasileiros como ‘exóticos’, nessas animações, apesar de todos os cuidados tomados durante a missão diplomática, os resultados chegaram como estereótipos, onde ritmos brasileiros e signos mexicanos muitas vezes se mesclaram como se fossem parte de uma mesma cultura. O próprio Zé Carioca é um estereótipo do carioca alegre e festivo, mas também malandro e que gosta de tomar cachaça, assim como de namorar e dançar samba. Essas representações dos brasileiros já eram adotadas nos Estados Unidos a partir da imagem de Carmem Miranda, e foram reforçadas pelo personagem animado. De acordo com Mauad, aliás, os dois grandes ícones brasileiros da Política de Boa Vizinhança nos Estados Unidos foram justamente Carmem Miranda e Zé Carioca⁹⁸³. Como havia poucos filmes sobre o Brasil⁹⁸⁴, essas animações foram bastante representativas para os estadunidenses no que tange a construção de um imaginário sobre os brasileiros.

Da mesma maneira que já vimos com as fotografias da revista *Life*, essas animações não incluíram personagens negros ou mulatos, exceto em pequenas aparições dos mesmos entre multidões de pessoas brancas. Houve nessa época, portanto, a formação de um imaginário de um Brasil caucasiano, bem como de povo acolhedor e hospitaleiro. Além disso, a ausência de negros e mestiços sugere “não apenas como

⁹⁸¹ Cf. VALIM, 2011, p. 01.

⁹⁸² Cf. VALIM, 2017, p. 182.

⁹⁸³ Cf. MAUAD, 2014, p. 139.

⁹⁸⁴ Cf. VALIM, 2017, p. 235-236.

[os estadunidenses] nos viam, mas também como se viam”⁹⁸⁵. Criou-se, assim, uma “tradição inventada” - conforme designou o historiador Eric Hobsbawm⁹⁸⁶ - de um Brasil predominantemente branco, mencionado por uma política onde se valorizava o homem caucasiano como o “condutor do progresso na luta contra a vida selvagem”⁹⁸⁷. Notamos, então, que o preconceito não era relacionado a todos os brasileiros (assim como aos latino-americanos, de maneira geral), mas aos pobres e aos mestiços, considerados ‘incivilizados’. Segundo Mary Anne Junqueira, essa visão de uma “população ignorante” na América Latina, justificou e legitimou a ação estadunidense no território, fazendo com que os embaixadores da Boa Vizinhança, imbuídos de ‘civilização’, se sentissem os anfitriões enquanto estavam nos países vizinhos, havendo, nesse sentido, uma inversão de papéis que indicava a superioridade estadunidense⁹⁸⁸.

Mas a suposta inferioridade latina e os estereótipos foram naturalizados naquele momento e caminharam junto com os filmes de propaganda. Segundo Mauad, todos os clichês e estereótipos empregados por Hollywood ao representar os latino-americanos foram resultado do diálogo entre os três principais grupos da propaganda visual do período: os grandes estúdios, as agências governamentais e as classes dominantes latino-americanas que, dentro do seu próprio projeto político, imaginavam construir uma nação que pudesse se assemelhar àquelas consideradas ‘modernas’. É por partilhar desse imaginário que as animações de Disney, mesmo estereotipadas, foram aprovadas pela maioria dos espectadores brasileiros daquela época. Para Freire-Medeiros, elas foram aprovadas justamente porque divulgaram representações de um Brasil como uma população de uma maioria branca⁹⁸⁹. Ponderamos que as animações também agradaram pelos cenários, pelas cores, por privilegiarem o carnaval e o samba e, principalmente, por darem origem a um personagem ‘brasileiro’. Após a atuação de Walt Disney no país, os brasileiros sentiram-se lisonjeados quando viram Zé Carioca nas animações. Conjecturamos que, após o DIP fazer toda a mediação para os sucessos de Disney e de *Fantasia* no

⁹⁸⁵ Cf. VALIM, 2017, p. 252.

⁹⁸⁶ Cf. HOBSBAWM, Eric. Introdução: a Invenção das Tradições. In: HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs.). *A Invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

⁹⁸⁷ Cf. TOTA, 2000, p. 30.

⁹⁸⁸ Cf. JUNQUEIRA, 2000, p. 112-166.

⁹⁸⁹ Cf. FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 78.

Brasil, não foi difícil obter o mesmo ou um melhor resultado com as animações de Zé Carioca, já que a imprensa nutria simpatia pelo personagem antes mesmo dele ser criado. O jornal *A Manhã*, por exemplo, enquanto Disney estava no Brasil, divulgou algumas vezes que o cineasta estava "escolhendo material na fauna brasileira para composição de suas imortais histórias de bichos". Um dos nossos animais, disse o jornal, já pode "aspirar a celebridade e tornar-se tão famosos como o Pato Donald e o camondongo [sic] Mickey"⁹⁹⁰.

Desse modo, quando essas animações chegaram ao país, a mídia e a população já aguardavam por elas ansiosamente. Assim como *Fantasia* já havia sido uma novidade, elas também surgiram como algo totalmente novo do ponto de vista cinematográfico, e se mostraram inovações ainda mais agradáveis, porque além das novidades técnicas e estéticas, envolviam cenários e personagens brasileiros. Sendo que o cinema de animação, com um todo, constituía-se em novidade para os brasileiros naquele momento, as inovações e o estilo realista desenvolvido por Disney surpreenderam a maior parte dos espectadores, que aprenderam a admirar o cinema de animação e o imaginário do mundo Disney nessa época. Essas animações com Zé Carioca também se destacaram pelo recurso da dublagem, e puderam alcançar um público muito mais amplo que os demais filmes do *Office* (incluindo *Fantasia*), que em sua maioria foram exibidos com legendas. Nesse sentido, essas animações colaboraram significativamente para a ampliação do público de Hollywood no Brasil.

Depois de ter elogiado a recepção de *Fantasia* e a expedição de Disney nos países da América do Sul, Nelson Rockefeller salientou que os sucessos obtidos com essas outras duas animações "excederam em muito as mais altas expectativas". Para o diretor do *Office*, elas "fizeram mais que qualquer outra coisa para unir os povos das Américas", pois foram as mais brilhantes "realizações no desenvolvimento da solidariedade hemisférica"⁹⁹¹.

Como *Fantasia*, *Alô, Amigos* e *The Three Caballeros* fizeram parte de um mesmo projeto e serviram ao *Office* em objetivos parecidos, é neste sentido que defendemos que *Fantasia* foi a primeira entre as animações da Boa Vizinhança, ainda que somente pelo seu evento de recepção. *Fantasia* não foi uma representação 'da' América Latina, como fizeram essas outras duas animações, mas funcionou como uma

⁹⁹⁰ Cf. A MANHÃ. Rio de Janeiro, 04 set. 1941. NEVES, Berilo. *A Arte e os Bichos*, p. 7.

⁹⁹¹ Cf. ROCKEFELLER apud GABLER, 2013, p. 451.

representação ‘para’ os latino-americanos, procurando despertar a admiração desses povos e seduzi-los pela modernidade estética assinalada pela obra. Essas três animações, portanto, contribuíram para os interesses da Boa Vizinhança, bem como para a divulgação do *American Way of Life*.

Se no Brasil *Fantasia* surpreendeu colaborando inclusive com a propaganda estadonovista, os segmentos *Aquarela do Brasil* e *Você já foi à Bahia?* cooperaram sobremaneira com o turismo brasileiro. Amparado pelos sambas que adquiriu com Ary Barroso no país, Disney produziu essas animações com muita musicalidade e cores ‘vivas’ que procuraram transmitir a beleza (principalmente natural) dos lugares, e representar a alegria como um traço característico dos brasileiros. Nessas obras, Zé Carioca apresentou ao ‘amigo’ Donald o Rio de Janeiro, à época já citada como a ‘cidade maravilhosa’ e, em seguida, a Bahia⁹⁹². Essas animações também se diferenciaram por terem circulado comercialmente e colaborado, assim, com a manutenção financeira da companhia de Walt Disney durante a guerra. No entanto, não dispomos de documentos que relatem os lucros gerados. Quanto à recepção de *Fantasia*, ao contrário dessas animações, não esperamos tenha havido lucros substanciais, uma vez que os seus lançamentos, apesar de notadamente caros, foram revertidos à instituições de caridade.

Por fim, é perceptível que essas três animações do primeiro projeto de Disney com o *Office* funcionaram, então, mais pelo interesse diplomático que pelo esforço de guerra, já que em 1941 nem os Estados Unidos nem o Brasil ainda haviam ingressado, de fato, no conflito. Mesmo nas duas animações sobre o Brasil, o nosso esforço de guerra foi “reduzido a aulas e manuseio de chocalhos, reco-recos, tamborins e pandeiros”, como observou Tota. “Nós contribuíamos com bens simbólicos que remetiam ao prazer” e os estadunidenses “com bens materiais identificados com o trabalho, com vigor das fábricas”,⁹⁹³.

Mas, diferentemente da recepção de *Fantasia* e das produções de *Alô, Amigos* e *The Three Caballeros*, o maior conjunto de animações do período foi realizado a partir de 1942 e esteve diretamente relacionado ao esforço de guerra. Essas obras circularam, em sua maioria, de maneira não-comercial, e funcionaram em uma lógica de produção única, que Disney nunca havia experimentado antes. Houve dois fatores

⁹⁹² Nesse caso é curioso perceber que Walt Disney percorreu sobre um lugar que nunca visitou. *Você já foi à Bahia?* está disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eDCb86_X1VU. Acesso em: 08 dez. 2018.

⁹⁹³ Cf. TOTA, 2014, p. 132-133.

que influenciaram diretamente nesse modo de produção. Primeiro, as próprias circunstâncias de escassos geradas pela guerra, como a falta de recursos para as produções dos filmes e de profissionais – mais de 170 funcionários deixaram o estúdio para se alistarem nas forças armadas, cerca de 28% do contingente; e os que permaneceram trabalhando se viram obrigados a economizar todo o tipo de material e de compartilhar caronas para poupar gasolina. Já o segundo e mais particular dos fatores ocorreu logo após o ataque japonês à base de *Pearl Harbor*, em dezembro de 1941, quando o exército estadunidense literalmente se instalou dentro de seus estúdios, em Burbank, porque a companhia foi classificada como uma indústria estratégica, como justificativa de defesa da fábrica de aviões Lockheed, que era vizinha da *Walt Disney Productions*. A partir desse momento, os irmãos Disney precisaram conviver obrigatoriamente com cerca de 500 soldados armados dentro da sua própria empresa⁹⁹⁴, o que tornou tudo ainda mais complicado. Durante esse período, Walt Disney se queixou da falta de privacidade e do intrometimento dos soldados nas produções. Por vezes, ele “mais ou menos perdeu o controle” lembrou o animador Joe Grant: “porque tínhamos um monte de oficiais do exército no estúdio, e todos eles se consideravam produtores”⁹⁹⁵.

Assim, no início de 1942, quando John Hay Whitney declarou publicamente que Walt Disney era “o maior embaixador da boa vontade de todos os tempos”⁹⁹⁶, o cenário havia sido alterado, e agora os Estados Unidos (e o estúdio) estavam na guerra. Como o contexto mudou, o tipo de produção encomendada a Disney também foi necessariamente modificado. Foi a partir desse momento, portanto, que Disney passou a produzir, mais precisamente, as animações de propaganda. Para cumprir os projetos do *Office*, Disney precisou suspender a sua produção de entretenimentos (de interesses próprios) para se dedicar exclusivamente as animações para o governo. Os mesmos animadores que haviam realizado *Branca de Neve*, *Pinóquio*, *Fantasia*, *Bambi* e *Dumbo*, com bastante liberdade de criação (mas também conforme as exigências e regras de Walt Disney), passaram a ter seus trabalhos controlados pelo

⁹⁹⁴ De acordo com Gabler, esses 500 soldados entraram com caminhões no terreno da companhia, e eles fizeram do estacionamento e dos galpões de armazenagem os seus depósitos de munições. Também construíram uma instalação antiaérea e uma cozinha de campanha. Os soldados ainda exigiram que os empregados do estúdio fornecessem impressões digitais e usassem uma etiqueta de identificação durante o expediente. Cf. GABLER, 2013, p. 437-456.

⁹⁹⁵ Cf. GRANT apud GABLER, 2013, p. 440.

⁹⁹⁶ Cf. WHITNEY 1942 apud FREIRE-MEDEIROS, 2004, p. 66.

Estado, e precisaram desenvolver produções mais baratas e com funções específicas.

O governo também delimitava os prazos de finalização, quase sempre semanais, e que geravam multas quando eram entregues com atrasos, que, por sua vez, causavam pressões e conflitos entre os diretores da companhia e os funcionários. Conseqüentemente, a maioria das animações dessa época não passou por *storyboards*, os desenhos não foram elaborados em rascunhos, e foram feitos diretamente em cores e entregues sem correção. Eficiência, economia e rapidez tornaram-se as palavras soberanas do período, em um estúdio que, antes, prezava pela qualidade.

De acordo com Gabler, por mais que o estúdio já tivesse passado por momentos difíceis, esse foi considerado o período de maior pressão de toda a história da companhia. Para Gabler, foi relutantemente, então, que Walt Disney “cruzou a linha para a propaganda”⁹⁹⁷. Da mesma maneira que a guerra ‘salvou’ o seu empreendimento (porque a companhia necessitava dos contratos com o *Office* para sobreviver aquele período)⁹⁹⁸, também forçou o cineasta a fazer da sua empresa um braço do governo. Isso tornou a produção de Disney entre 1942 e 1945 totalmente diferente dos modelos anteriores e posteriores. Ainda segundo Gabler, a maior ironia para o cineasta foi que ele havia fracassado (no caso dos longas-metragens) como produtor de filmes comerciais, mas, em 1942 Disney se tornara o “líder da produção de filmes para o governo”⁹⁹⁹. Nessa época, 94% da produção do estúdio esteve diretamente voltada para os diversos trabalhos encomendados pelo *Office*¹⁰⁰⁰.

Segundo Freire-Medeiros, os estúdios Disney produziram e distribuíram mais de 200 filmes relacionados à guerra¹⁰⁰¹. A maioria

⁹⁹⁷ Cf. GABLER, 2013, p. 446.

⁹⁹⁸ Na opinião de Gabler, se Disney tivesse negado os acordos com o governo e continuado apenas com a sua produção própria, a companhia provavelmente teria ido à falência. O que não significa que Disney tenha lucrado muito com as animações de propaganda, já que a maioria delas não foi exibida de maneira comercial. Para Gabler, até o final da guerra Disney conseguiu apenas manter o fluxo de caixa e reduzir, um pouco, a dívida com o *Bank of America*. Cf. GABLER, 2013, p. 457-458.

⁹⁹⁹ Cf. GABLER, 2013, p. 458.

¹⁰⁰⁰ Cf. GABLER, 2013, p. 464. O restante da produção resume-se aos desenhos animados de personagens como Mickey e Pato Donald.

¹⁰⁰¹ De acordo com Gabler, foram entre 150 e 300 horas de filmes, e Disney também produziu cerca de 1.200 desenhos de insígnias para as forças armadas,

deles foi produzida em formato de curtas-metragens e em gênero documentário, entre temas técnicos (principalmente destinados ao exército e a marinha); e ‘educativos’, que procuravam explicar aos espectadores diversos assuntos relacionados à guerra, assim como tentavam ‘civilizar’ as populações latino-americanas ao discutir, por exemplo, agricultura e aspectos sanitários e higiênicos¹⁰⁰²; e até animações que didaticamente notificavam a população estadunidense sobre a importância de se contribuir com os impostos naquele momento¹⁰⁰³. Esse conjunto de animações ‘educativas’ rendeu a Walt Disney o título de “um dos maiores professores de todos os tempos”, dedicado pela revista *Fortune*¹⁰⁰⁴.

Mas as animações mais lembradas dessa época são aquelas classificadas como ‘anti-nazistas’, que ridicularizavam os inimigos e contribuíam quanto à persuasão para o lado Aliado da guerra. Para Denis, essa foi a principal função do cinema de animação daquele período¹⁰⁰⁵, já que o humor sempre esteve inserido na história da animação e foi particularmente bem-sucedido ao encenar *gags* sobre a Alemanha, a Itália e o Japão. Esse tipo de animação foi popular também no Brasil, especialmente *Education for Death* (1943)¹⁰⁰⁶, que estereotipou a educação da juventude da Alemanha durante o período

e ajudou o Departamento do Tesouro a arrecadar cerca de US\$ 50 milhões em bônus. Cf. GABLER, 2013, p. 470.

¹⁰⁰² Este tema foi um dos mais importantes do período, pois havia uma preocupação do governo estadunidense em relação as doenças tipicamente tropicais, como a malária. Algumas das animações de Disney mais lembradas nesse quesito são *Defense against invasion* (1943) e *The unseen enemy* (1944), que instruíam trabalhadores sobre a prevenção de doenças, e *Planning for good eating* (1945), que dialogava sobre uma suposta alimentação saudável. No Brasil, também ficou bastante popular a animação *The Winged Scourge* (1943), que usou os já conhecidos personagens Sete Anões para dissertar sobre a malária. Cf. VALIM, 2017, p. 187. Segundo um dos projetos entre o *Office* e Walt Disney, essas animações ‘educativas’ contribuíam para “a saúde e a prosperidade das Américas”. Cf. Project Authorization, 08 jun. 1944; *Prologues and Epilogues to Literay Pictures, and Foreign Versions to Health Pictures*. Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. BMP5-4417. NARA II.

¹⁰⁰³ São elas: *The New Spirit* (1942) e *The Spirit of's 43* (1943).

¹⁰⁰⁴ Cf. FORTUNE 1942 apud GABLER, 2013, p. 458.

¹⁰⁰⁵ Cf. DENIS, 2010, p. 111.

¹⁰⁰⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5XNLnbvqso>. Acesso em: 25 set. 2018.

nazista; e *Der Fuehrer's Face* (1942)¹⁰⁰⁷, onde o personagem Pato Donald atuou em uma sátira sobre Adolf Hitler, e a repetição da expressão “Heil, Hitler” foi utilizada por cerca de 33 vezes com o objetivo de enfatizar o estereótipo do cidadão alemão submetido ao regime nazista. Vale lembrar que Pato Donald foi o personagem escolhido pelo estúdio para protagonizar as séries de animações para o esforço de guerra porque ele já era conhecido por ser a representação de um estadunidense simples e amável ao mesmo tempo em que tinha liberdade para se comportar de maneira imatura, adolescente e temperamental, ao passo que Mickey, nessa época, já conhecido pelo seu heroísmo e pelo bom comportamento, só restava demonstrar uma superioridade racional em relação aos inimigos¹⁰⁰⁸. Mickey não foi incluído na maior parte das animações de propaganda porque ele não poderia arriscar a sua posição ‘superior’ se envolvendo em situações inusitadas, como fez Pato Donald. Para os latino-americanos, a imagem de Mickey que prevaleceu durante a guerra foi a do *Aprendiz de Feiticeiro*, fazendo magias e encantando o público com as ‘fantasias’ da animação.

Como Pato Donald foi o escolhido pelo estúdio para ser o embaixador ‘amigo’ dos latino-americanos, nessa época ele acabou se tornando o personagem mais popular nestes países, enquanto Mickey – continuando a representar o topo da hierarquia do estúdio – permaneceu sendo o personagem de animação mais popular dos Estados Unidos. Mickey realizou seu trabalho patriótico sendo o protagonista dos curtas-metragens de *home front*, que circularam, sobretudo, nos cinemas estadunidenses. As imagens do pequeno herói nos curtas-metragens e, também nas revistas em quadrinhos, visaram à manutenção da moral da população estadunidense, bem como do sentimento de união e de solidariedade convocados pelo esforço de guerra. O camundongo representou um civil engajado nas necessidades colocadas pelo governo, com a ajuda de Minnie, que reforçou a importância do papel das donas de casa naquele momento. O curta *Out of the frying pan into the firing line*¹⁰⁰⁹, de 1942, por exemplo, mostrava Minnie preparando o café da manhã e fazia campanha sobre o recolhimento de restos de gordura para o uso na indústria de munições.

¹⁰⁰⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VihggRSvVic>. Acesso em: 25 set. 2018.

¹⁰⁰⁸ Cf. KRAUSE, 2011, p. 75.

¹⁰⁰⁹ Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt0168114/>. Acesso em: 25 set. 2018.

Mickey também nunca deixou de estar associado ao *merchandising* da companhia, e o formato do seu rosto (e das inconfundíveis orelhas) tornou-se o símbolo das empresas que levam o nome Disney, dentro e fora dos Estados Unidos. Uma vez que a geração que se alistou na guerra foi a mesma que cresceu amando o personagem, Mickey se tornou um poder simbólico que foi usado amplamente em campanhas publicitárias, em materiais de bônus, e ainda foi visto como um ‘mascote’ junto aos aliados. De acordo com Gabler, em 1944, quando as tropas estadunidenses aliadas invadiram as praias da Normandia, nos quartéis-generais o nome-código da operação foi “Mickey Mouse”¹⁰¹⁰. Desse modo, assim como já havia sido um símbolo de sobrevivência durante a Depressão, no período da Segunda Guerra Mundial Mickey se tornou o reforço dos valores morais e do *American Dream*. O historiador Warren Susman afirmou que naquele momento, não importasse o quão desordenado estava o mundo, “Disney e seu Mickey Mouse – e seus heróis e heroínas – encontram o caminho para um final feliz seguindo as anunciadas regras do jogo”¹⁰¹¹. A figura de Mickey nesse período foi associada à coragem, a moral e ao patriotismo que, por vezes, se confundiam com a imagem do próprio Walt Disney. É nesse sentido, portanto, que podemos dizer que o cineasta e o personagem fizeram parte da memória construída pelos estadunidenses durante da Segunda Guerra, transformando-se, ambos, em símbolos ‘vivos’ de boa vontade.

4.5. Conclusões acerca do papel de Walt Disney e da Política de Boa Vizinhança no Brasil

Muitos produtores de filmes fizeram muitas coisas meritórias pelo esforço de guerra, mas certamente nenhum deles foi mais eficaz do que Disney.
(Hollywood Citizen News)¹⁰¹².

A Política de Boa Vizinhança, bem como os projetos do *Office*,

¹⁰¹⁰ Cf. GABLER, 2013, p. 470.

¹⁰¹¹ Cf. SUSMAN, Warren, 1984 apud GABLER, 2013, p. 182.

¹⁰¹² Nota publicada pelo jornal *Hollywood Citizen News* em 30 de outubro de 1942, e citada em meio aos documentos produzidos pelo *Office*. Cf. *Hollywood Citizen News* apud Motion Pictures. Misc, DISNEY. 02 nov. 1942. Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NARA II.

vigoraram no Brasil até o final da guerra, em 1945¹⁰¹³. Depois de Walt Disney, estiveram no país outros nomes notáveis de Hollywood, como os diretores Orson Welles¹⁰¹⁴ e John Ford; e os atores Tyrone Power, Henry Fonda e Douglas Fairbanks. Embora poucos ‘embaixadores’ tenham se destacado tanto quanto Disney, a maioria desses projetos foi bem-sucedida, e todas essas atuações foram estratégicas para o alinhamento definitivo do governo brasileiro com os Estados Unidos.

Para o Estado Novo, entretanto, a aliança com a maior democracia da América – mesmo que tenha sido mais por motivos comerciais que ideológicos – representou o enfraquecimento do regime. Ainda em 1942, Lourival Fontes saiu da presidência do DIP e a imprensa “tomou parte ativa no desgaste que acabou levando à deposição de Getúlio Vargas em 1945”¹⁰¹⁵. Se a imprensa foi o principal meio de propaganda do Estado Novo, dentro de poucos anos as rigorosas censuras e ações coercitivas que predominaram no período também a conduziram ao processo de deslegitimação do regime. Com exceção do jornal *A Manhã*, todos os demais periódicos citados nessa pesquisa participaram da luta pela redemocratização do país. Com o término da Segunda Guerra Mundial e a derrota do nazi-fascismo, a ditadura estadonovista se viu igualmente finalizada.

¹⁰¹³ Com o fim da guerra, houve mudanças profundas no sistema internacional, e as relações com a América Latina deixaram de ser prioritárias para o governo estadunidense, que logo paralisou as atividades do *Office*.

¹⁰¹⁴ O papel de Orson Welles como ‘embaixador’ é provavelmente o caso mais conhecido dentre a literatura pertinente, mas ocorreu de uma maneira bastante diferente de Disney, pois foi mal recebido pelo *Office*. Welles viajou pelo interior do Brasil e iniciou nessas terras as filmagens do documentário *It's All True (É Tudo Verdade)*, onde incluiu cenas do carnaval de rua que mostravam a população mestiça; e uma viagem de quatro pescadores de quase três mil quilômetros percorridos em jangadas, de Fortaleza ao Rio de Janeiro, que durante o trajeto reivindicavam melhores condições de vida ao presidente Getúlio Vargas. Welles praticamente finalizou o documentário, mas nunca conseguiu lançá-lo. Ao contrário de Disney, Welles fez cenas que não interessavam ao governo estadunidense, tampouco ao brasileiro, e por conta do ocorrido ele acabou perdendo o apoio também da RKO, a produtora e distribuidora. Cf. três pesquisas sobre Orson Welles no Brasil: BENAMOU, Catherine L. *It's All True: Orson Welles's Pan-American Odyssey*. Los Angeles: University of California Press, 2007. ABREU, Berenice. *Jangadeiros: uma corajosa jornada em busca de direitos no Estado Novo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. SANTOS, Marcia Juliana. *It's All True e o Brasil de Orson Welles (1942-1993)*. São Paulo: Alameda, 2015.

¹⁰¹⁵ Cf. LUCA, 2011, p. 173.

Segundo Maria Helena Capelato, a partir de 1946 a imprensa brasileira passou a atuar “livremente”¹⁰¹⁶, mas também precisou conviver cada vez mais com o modelo estadunidense de se fazer jornalismo: capitalista, e mediante agências de publicidade¹⁰¹⁷. De acordo com Anna Cristina Camargo Moraes Figueiredo, a partir dos anos 1950, principalmente, as empresas de publicidade estadunidenses “modernizaram” o mercado nacional, porém, também o dominaram¹⁰¹⁸. Para Nelson Werneck Sodré, no pós-guerra a luta contra a censura que ocorreu ao final do Estado Novo perdeu voz e a imprensa brasileira começou a se habituar as autocensuras das agências estadunidenses, quando se iniciou, então, uma nova forma de censura: a imperialista¹⁰¹⁹.

Desse modo, a hegemonia cultural, e como bem lembra Ellen Wood, econômica¹⁰²⁰, que os Estados Unidos estabeleceram no Brasil, ocorreu tanto pela difusão de um modelo de vida, como pela expansão de diversos mercados. No que tange as mediações culturais, se a hegemonia se fez por esses meios, os modelos capitalistas também passaram a determinar os seus processos de produção, distribuição e, no caso do cinema, de exibição. De acordo com Anita Simis, após expandir seus mercados na América Latina, Hollywood alcançou, provavelmente, a terceira posição na lista das maiores indústrias estadunidenses, permanecendo atrás, somente, das indústrias do petróleo e do aço¹⁰²¹.

A atuação de Hollywood na América Latina nos indica, portanto, que as ‘trocas’ culturais incentivadas pela Política de Boa Vizinhança resultaram em uma influência praticamente única: a estadunidense. Teoricamente, havia planos para que ocorressem intercâmbios de

¹⁰¹⁶ Cf. CAPELATO, 1994, p. 50.

¹⁰¹⁷ De modo parecido com as companhias de cinema, algumas dessas agências já haviam se instalado no Brasil vários anos antes da guerra, como *J. Walter Thompson* (1929), *N. W. Ayer* (1931) e *McCann Erickson* (1935), e expandiram ainda mais os seus mercados mediante o período da Boa Vizinhança. Cf. CARVALHO, Maria Helena Meira. As propagandas possuíam relação com a linha editorial das revistas que as veiculam? Apontamentos iniciais sobre revistas brasileiras de variedades e justificativas para a Segunda Guerra Mundial. In: XXIX Simpósio Nacional de História - *Contra os Preconceitos: História e Democracia*. Brasília, 2017.

¹⁰¹⁸ Cf. FIGUEIREDO, Anna Cristina C. M. *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada*: Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento político no Brasil (1954-1964). São Paulo: Hucitec, 1997, p. 21.

¹⁰¹⁹ Cf. SODRÉ, 1966, p. 467-503.

¹⁰²⁰ Cf. WOOD, 2014.

¹⁰²¹ Segundo Simis, nessa época Hollywood chegou a um capital estimado em US\$ 2.699.290.000,00. Cf. SIMIS, 2008, p. 206-207.

artistas mediante as expedições dos ‘embaixadores’. Na prática, entretanto, as oportunidades oferecidas aos profissionais latino-americanos foram bastante escassas¹⁰²². O primeiro projeto do *Office* com Walt Disney, por exemplo, informava que o empresário poderia estabelecer relações profissionais com até dez cartunistas latino-americanos¹⁰²³. Porém, não encontramos nenhuma informação sobre possíveis contratações dos estúdios Disney em relação a latino-americanos nesse período¹⁰²⁴.

É nesse sentido que “a união entre as Américas” teorizada durante o contexto referido acabou sendo apenas uma “utopia”, conforme observou Mauad¹⁰²⁵. Especificamente em relação ao Brasil, as ‘trocas’ da Boa Vizinhança significaram a consolidação da influência do “Tio Sam” no país. De acordo com Gerson Moura¹⁰²⁶, foi na década de 1940 que os brasileiros incluíram no seu cotidiano a *coca-cola*, os *hamburgers*, os *chiclets*, o *jeans*, e o *ok*, por exemplo. A nova maneira de ser, sentir, explicar e expressar o mundo passou a ser estimulada pelo *American Way of Life*, bastante perpetuado, conforme vimos, mediante o cinema.

Assim como já afirmou Valim¹⁰²⁷, consideramos o cinema “a peça mais importante no quebra-cabeça propagandístico de aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos” daquele momento, pelo seu impacto social, pelos incentivos de interiorização das exhibições, e pelo oferecimento de um entretenimento ‘moderno’. O cinema de animação, mais especificamente, pode ter deixado marcas profundas em milhares de espectadores brasileiros, especialmente no interior do país e em locais onde o público o assistiu pela primeira vez¹⁰²⁸.

¹⁰²² Cf. OLIVEIRA, 2016.

¹⁰²³ Cf. Project Authorization, June 16, 1941; *Walt Disney field survey and short subjects on the other American Republics*; Motion Pictures; Office of the Coordinator of Inter-American Affairs. NDCar-110. NARA II.

¹⁰²⁴ Encontramos, apenas, uma situação de visita do ilustrador argentino Florencio Molina Campos em Burbank, que já foi comentada durante o terceiro capítulo desta dissertação.

¹⁰²⁵ Cf. MAUAD, 2005, p. 4-5.

¹⁰²⁶ Cf. MOURA, 1985, p. 03.

¹⁰²⁷ Cf. VALIM, 2017, p. 312.

¹⁰²⁸ Valim observou que as animações de Disney distribuídas pelo esforço de guerra, a partir de 1942, provocaram frequentes reações de surpresa nos espectadores que residiam no interior, em especial, na região da Amazônia. Segundo Valim, há registros de técnicos do *Office* que relataram que muitas

Nessa época, Walt Disney obteve o domínio do mercado de exibição nacional, juntamente com as sete companhias integrantes da Associação Brasileira Cinematográfica¹⁰²⁹. Segundo Tota, no fim de 1940, todos os dezesseis cinemas de São Paulo exibiam filmes estadunidenses¹⁰³⁰. Desse modo, ainda que durante os anos 1940 o cenário carioca tenha prosperado com as chanchadas, e depois, nos 1950, o cinema nacional tenha obtido melhorias técnicas e artísticas (principalmente a partir da companhia Vera Cruz¹⁰³¹), todas as tentativas de se produzir cinema de modo industrial no Brasil fracassaram, porque os interesses comerciais pelo cinema no país sempre giraram em torno de filmes importados. Na opinião de Paulo Emílio Sales Gomes, durante o século XX o Brasil naturalizou a importação não apenas de produtos, mas também de cultura, e no que tange ao cinema, “a impregnação do filme americano foi tão geral”, e “ocupou tanto espaço na imaginação coletiva de ocupantes e ocupados [...] que adquiriu uma qualidade de coisa nossa na linha de que nada nos é estrangeiro, pois tudo é”¹⁰³². Por conseguinte, os audiovisuais estadunidenses e os suportes comerciais que o acompanham se interligaram aos produtos nacionais.

Os produtos de Disney ultrapassaram rapidamente as telas de cinema, uma vez que na mesma época o empresário também adquiriu espaços em variados mercados de entretenimento. Alguns dos primeiros produtos que circularam no país parecem ter sido fantasias e máscaras de personagens para o carnaval. Durante nossas pesquisas, deparamo-nos com uma queixa do jornalista Jorge Maia em relação a esses produtos, que foi publicada meses antes do período de lançamento de *Fantasia*. Maia registrou a sua preocupação com o carnaval carioca daquele ano, onde, segundo ele, havia cada vez mais temas de Disney, e conseqüentemente, diminuíam a quantidade de personagens representantes do folclore nacional:

[...] por que razão escolheram apenas os motivos estrangeiros para enfeitá-la? [a avenida] Vemos

vezes esses espectadores não entendiam como os personagens animados podiam representar ‘pessoas reais’. Cf. VALIM, 2017, p. 135.

¹⁰²⁹ Relembrando: MGM; Fox; Paramount; Columbia; Universal; Warner; e United Artists of Brasil. Cf. VALIM, 2017, p. 306.

¹⁰³⁰ Cf. TOTA, 2000, p. 131.

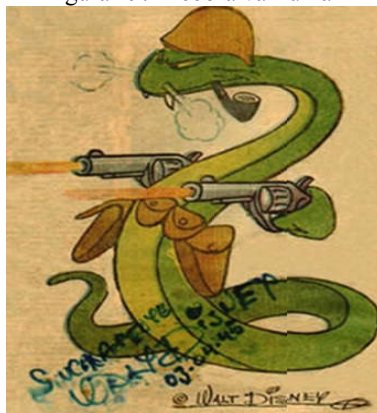
¹⁰³¹ De acordo com Anita Simis, a Vera Cruz foi provavelmente “a última tentativa no sentido de construir um projeto de moldes hollywoodianos” na indústria nacional.

¹⁰³² Cf. GOMES, 1996, p. 76-93.

ali toda a bicharada de Disney... Serão tão pobres os tipos nacionais? Acaso os nossos bonecos não são dignos de enfrentar o turista-folião, disposto a se divertir cantando em inglês a última marchinha de sucesso?¹⁰³³

Testemunhos como o de Jorge Maia demonstram que durante esse período os brasileiros optaram por inserir os personagens de Disney no seu cotidiano, e logo os apropriaram à cultura nacional, da mesma maneira em que gradualmente se adequaram a expressões da língua inglesa. Os prestígios que Walt Disney e seus personagens adquiriram no Brasil tornaram-se tão importantes, que após a declaração da entrada oficial do Brasil na guerra, o empresário foi o responsável por criar, mediante uma encomenda do jornal *O Globo*¹⁰³⁴, a imagem-símbolo da Força Expedicionária Brasileira (FEB): resultado da famosa frase “a cobra vai fumar”, que surgiu em resposta àqueles que afirmavam, na época, que “seria mais fácil uma cobra fumar do que o Brasil entrar na guerra”.

Figura 29: A cobra vai fumar



Fonte: Portal FEB¹⁰³⁵.

¹⁰³³ Cf. MAIA, Jorge. A NOITE. Rio de Janeiro, 23 fev. 1941, p. 3.

¹⁰³⁴ O desenho de Walt Disney ganhou a capa do jornal, no dia 22 de fevereiro de 1945.

¹⁰³⁵ Disponível em: <http://www.portalfeb.com.br/homenagens-e-criacoes-da-decada-de-40-para-a-feb/> Acesso em: 06 jul. 2018. Mais tarde, o desenho inicialmente formulado por Disney foi modificado pelo soldado brasileiro Ewaldo Meyer, que desenvolveu uma versão menos belicosa, retirando as armas e demais aparatos.

Encontramos, nesta figura, um autógrafa do próprio Walt Disney, de três de abril de 1945, onde está escrito “sinceramente”, em português. Apesar das cores verdes e amarelas e do capacete de combate, a cobra/personagem desenhada por Disney (ou, talvez, por algum de seus funcionários?) atirava com dois revólveres de grosso calibre e apresentava uma postura típica dos *cowboys* dos filmes hollywoodianos do gênero faroeste. Ainda assim, ela logo se tornou o brasão da FEB, provavelmente porque a mentalidade dos brasileiros quanto à guerra, conforme observou Moniz Bandeira, foi construída, em parte, mediante o cinema, cuja “ideia de heroísmo individual” era comumente representada por soldados estadunidenses, ou *cowboys*¹⁰³⁶. O papel de Walt Disney no Brasil durante a Segunda Guerra foi, portanto, bastante significativo, e permeou os campos culturais, comerciais, e até mesmo militares.

Retornando as questões comerciais, para além do cinema, das fantasias de carnaval, e de diversos produtos que passaram a ser encontrados nas prateleiras das lojas nacionais, o consumo da marca Disney no Brasil foi intensificado em julho de 1950, quando os personagens animados chegaram também às bancas de revistas, a partir do lançamento da primeira edição em português dos quadrinhos de Pato Donald, pela recém-criada Editora Abril. Em seguida, chegaram as revistas de Mickey, Zé Carioca e Tio Patinhas¹⁰³⁷.

Assim, a presença que os produtos Disney estabeleceram no Brasil deve ser visto não somente pela ótica da Política de Boa Vizinhança ou pelo esforço de guerra entre os Aliados, mas também pela perpetuação do modelo de consumo estadunidense no país. É correto dizer que o cineasta colaborou com a consolidação da hegemonia cultural no país, e que seus personagens propiciaram o fortalecimento de novos modelos de vida e de padrões de consumo. Segundo Figueiredo, o consumo invadiu “todas as frestas do ambiente doméstico”, adentrou as relações familiares e tornou-se o “suporte do lazer”¹⁰³⁸, inclusive, como um modo de recompensa ao trabalhador urbano. De acordo com Figueiredo, nesse período formou-se um novo

¹⁰³⁶ Cf. BANDEIRA, Moniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil* (dois séculos de história). 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

¹⁰³⁷ Foi com a licença adquirida com a companhia Disney que Victor Civita lançou as primeiras publicações da *Abril*. Cf. CORRÊA, Thomas Souto. *A Era das Revistas de Consumo*. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008, p. 207-210.

¹⁰³⁸ Cf. FIGUEIREDO, 1997, p. 81.

entendimento da democracia, que foi associada à liberdade de escolha do indivíduo na esfera econômica, criando-se uma noção de liberdade que se conquista no ato do consumo¹⁰³⁹. Como o consumidor tem a ‘liberdade’ de optar por uma ou outra mercadoria, o ato do consumo passou a “constituir um direito democrático de escolha”¹⁰⁴⁰, assim como um “elemento de participação social”¹⁰⁴¹. Um exemplo que costuma ser lembrado é referente à dona de casa daquele momento, que ao comprar liquidificador, batedeira, geladeira, e demais eletrodomésticos, estava adquirindo também a ‘modernidade’ que esses produtos representavam, e exercendo seu ‘direito democrático’. O mesmo vale para as salas de cinemas, que passaram a exibir vários filmes por dia, oportunizando que o espectador escolha qual deles queira assistir, apesar de limitá-lo quase sempre às películas de Hollywood.

De acordo com Mauad, uma vez que toda escolha cultural implica, também, em uma escolha política, quando os brasileiros interligaram os produtos estadunidenses aos nacionais, assumiram, ao mesmo tempo, “uma identidade política reconhecida pela democracia e a liberdade individual”¹⁰⁴². Conforme salientou Tota, não se trata de entender a hegemonia cultural aqui descrita como uma destruição da cultura nacional, mas sim como uma produção de novas formas de manifestações ambientadas pela cultura¹⁰⁴³. A construção de uma identidade nacional desenvolvida pelo Estado brasileiro durante as primeiras décadas do século XX foi, portanto, reiterada pela influência estadunidense, que continua, até hoje, exercendo importância nas relações e representações sociais dos brasileiros.

¹⁰³⁹ Cf. FIGUEIREDO, 1997, p. 27-29.

¹⁰⁴⁰ Cf. FIGUEIREDO, 1997, p. 130-131.

¹⁰⁴¹ Cf. MAUAD, 2002, p. 07.

¹⁰⁴² Cf. MAUAD, 2002, p. 06.

¹⁰⁴³ Cf. TOTA, 2000, p. 10-11.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação, dispomos de fontes que nos permitiram traçar uma História Social do Cinema de Animação, por meio da trajetória de *Fantasia*. Mesmo *Fantasia* sendo uma animação que a princípio parecia estar deslocada da história do cinema daquele momento. Como já observou Michèle Lagny, os filmes podem parecer “autônomos o suficiente para darem a impressão de escaparem a sua época”¹⁰⁴⁴; todavia, à medida que um audiovisual é investigado, ele sempre revela características de seu tempo de produção. Foi o que ocorreu mediante a pesquisa com *Fantasia*, pois percebemos que o processo de produção da obra emergiu, sim, do seu próprio tempo, enquanto Hollywood se industrializou e apareceu para o mundo como uma representação do cinema ‘moderno’.

No início, também não se supunha poder narrar *Fantasia* junto à história das relações entre o Brasil e os Estados Unidos, mas, durante as pesquisas a animação se mostrou uma peça estratégica para a Política da Boa Vizinhança. Desse modo, encontramos a proximidade de *Fantasia* com a análise histórica especialmente por meio dos seus eventos de recepção, percebendo, sobretudo, que diferentes contextos foram determinantes para os resultados dos lançamentos. Concluímos, assim, que além de ser uma obra produzida pela lógica do seu tempo de produção, *Fantasia* se mostrou também uma obra condicionada pelos seus momentos de recepção, de maneira especial (para esta pesquisa) a recepção brasileira, mas também cabe lembrar que na década de 1960 um relançamento transformou *Fantasia* em uma animação reconhecida pela sua artisticidade.

A partir desta dissertação, esperamos, portanto, ter contribuído para as discussões acerca da História do Cinema de Animação, uma área ainda frequentemente esquecida pela Academia, inclusive pelos Departamentos de Cinema, talvez pela sua mistificação (errônea) de ser um entretenimento exclusivamente ‘infantil’. Por outro lado, o cinema de animação está em expansão no Brasil, tendo completado um século de existência em 2017¹⁰⁴⁵. Se até pouco tempo os animadores encontravam oportunidades apenas no mercado publicitário; hoje, felizmente, o Brasil está sendo reconhecido internacionalmente pelas animações cinematográficas. Embora continue enfrentando dificuldades

¹⁰⁴⁴ Cf. LAGNY, 2009, p. 124.

¹⁰⁴⁵ Pois, como já dissemos durante o terceiro capítulo, a primeira animação brasileira foi *O Kaiser*, do cartunista Álvaro Marins, que foi lançado em 1917.

de financiamento, de distribuição e de exibição, a produção nacional tem se destacado mundialmente pelas quantidades de lançamentos e, principalmente, pelas qualidades das animações, tanto de longas-metragens para o cinema, quanto de séries para a televisão¹⁰⁴⁶.

Logo, mediante esta dissertação pretendemos incentivar novas pesquisas sobre o cinema de animação, bem como novos trabalhos que utilizem as animações como fonte de História. Percebemos, inclusive, que os estudos acerca da participação de Walt Disney na Segunda Guerra Mundial podem ser mais aprofundados, uma vez que a maioria das animações produzidas e exibidas nessa época só foi ‘revelada’ recentemente, nos anos 2000¹⁰⁴⁷. Assim, as animações lançadas pelo esforço de guerra ainda foram pouco exploradas e podem trazer novos olhares sobre esse período. Como a indústria cinematográfica se transformou em um campo de disputas, as análises históricas têm se mostrado fundamentais para o entendimento do próprio conflito, e dos assuntos sociais e culturais que permearam aquela época.

A Segunda Guerra Mundial foi um acontecimento marcante do século XX, pois as suas consequências transformaram a nossa relação com o tempo, com o consumo, com os meios de comunicação e as tecnologias. Nesse sentido, a Segunda Guerra pode ser interpretada como o início de uma era midiática e fortemente influenciada pelas imagens, da qual vivemos hoje. O período nos deixou lições, particularmente sobre a propaganda política, cujas estratégias ainda estão sendo utilizadas pelos partidos e organizações. Esta dissertação foi finalizada em meio às eleições presidenciais de 2018, onde presenciamos um quadro político bastante polarizado, e uma vitória construída por um modelo de propaganda realizada principalmente por meio das redes sociais, que, embora se distancie das formas

¹⁰⁴⁶ As séries são comumente voltadas para o entretenimento infantil, e entre os exemplos bem-sucedidos podemos citar *Peixonauta* e *Show da Luna*, que são dois campeões de audiência no canal pago *Discovery*. Porém, nos interessam mais os longas-metragens, e alguns títulos de sucesso dessa nova etapa da produção nacional, são: *Uma História de Amor e Fúria* (Luiz Bolognesi, 2013), *O Menino e o Mundo* (Alê Abreu, 2014), e *Lino – Uma Aventura de Sete Vidas* (Rafael Ribas, 2017). Mais informações sobre o mercado de animação brasileiro estão disponíveis em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2017-07/cinema-de-animacao-cresce-no-pais-mas-sofre-com-falta-de-capacitacao>.

Acesso em: 08 dez. 2018.

¹⁰⁴⁷ Segundo Katia Iracema Krause, as animações de Disney produzidas para o esforço de guerra ficaram retidas em acervos particulares desde o final do conflito, e “só reapareceram oficialmente” em 2000. Cf. KRAUSE, 2011, p. 167.

cinematográficas, utilizou igualmente de imagens e frases de efeito, que criaram representações de ‘mitos’, ‘heróis’ e ‘vilões’ ao serem absorvidos pela população. Uma vez que a propaganda e a manipulação de imagens tendem a continuar definindo as próximas conjunturas políticas, esperamos ter deixado ao leitor algumas reflexões sobre o tema, que podem, talvez, serem resumidos na seguinte questão: como a Segunda Guerra Mundial interferiu em nossos hábitos e costumes, e o que ela ainda tem a nos ensinar?

Walt Disney, de certo modo, transformou a guerra em entretenimento. O período também representou a sua consolidação do mercado interno, e a expansão de novos mercados na América Latina. Apesar dos contínuos problemas da companhia, ao final do conflito os estúdios Disney podiam dizer que já haviam produzido todos os tipos de cinema de animação possíveis, cujos modelos de audiovisuais foram utilizados, posteriormente, na Guerra Fria.

Conforme traçamos a trajetória de Walt Disney e da companhia, observamos percursos instigantes para análises pautadas pela História Social. Percebemos que algumas conjunturas influenciaram direta ou indiretamente a carreira de Walt Disney, ainda antes da guerra. Primeiro, a Grande Depressão, e no campo cinematográfico o avanço da sincronização som à imagem, levaram ao sucesso de Mickey Mouse, que foi ainda mais marcado a partir do *Código Hays*, quando o personagem se transformou em um símbolo ‘vivo’ do *American Way of Life*. Depois, então, as emergências da Segunda Guerra Mundial e da situação da greve no estúdio levaram o empresário a se tornar, também, um ‘embaixador’ da Política de Boa Vizinhança. Analisar o papel do empresário nesse contexto nos mostrou que a aproximação entre o Brasil e os Estados Unidos naquele momento ocorreu, por vezes, de maneiras para além da disseminação da propaganda, e se fez também por experiências individuais, conforme já observaram Alexandre Busko Valim¹⁰⁴⁸ e Antonio Pedro Tota. De maneira semelhante às percepções de Tota sobre a relação de Nelson Rockefeller como o “Amigo Americano” no Brasil¹⁰⁴⁹, observamos que Walt Disney uniu interesses pessoais aos objetivos do governo estadunidense. Ao construir uma relação de simpatia com os brasileiros, Disney adquiriu um prestígio no país que pode ter sido decisivo para o sucesso das animações daquela

¹⁰⁴⁸ Cf. VALIM, 2017, p. 312.

¹⁰⁴⁹ Cf. TOTA. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

época, e que perdura até hoje – por meio da circulação dos produtos Disney no Brasil.

No pós-guerra, Disney voltou a dedicar-se aos longas-metragens, e com o lançamento de *Cinderela*, em 1950, a companhia recuperou a admiração do público estadunidense de forma similar ao evento de lançamento de *Branca de Neve e os Sete Anões*. Porém, sendo mais empresário que animador, nesse mesmo período Walt Disney deixou gradualmente de acompanhar as produções dos estúdios para se dedicar à expansão da companhia. Para além do cinema e de seus suportes comerciais, Disney passou a investir em séries de canais televisivos e a desenvolver o primeiro parque temático da empresa, a *Disneylândia*, cuja inauguração finalmente garantiu a estabilidade financeira da companhia.

Walt Disney faleceu em 1966 em decorrência de um câncer de pulmão, mas, antes, deixou registrada a matéria-prima dos seus empreendimentos para as novas direções da companhia: o entretenimento; voltado para todas as faixas etárias de públicos, e sempre visando o maior consumo possível da marca Disney. A história da companhia, portanto, sempre esteve atrelada à obtenção de lucros e a perpetuação do nome Disney, pois, raramente a direção da empresa concedeu oportunidades aos animadores para destacarem-se pelos seus nomes individuais. Em 1986 o nome *Walt Disney Productions* foi alterado para *The Walt Disney Company*, e desde então a companhia vem adquirindo filiais subsidiárias, entre estúdios de cinema, redes de televisão, rádio, portais de internet, etc. Entre as aquisições mais recentes da empresa, a mais significativa é em relação a *21st Century Fox*, por mais de 52 bilhões de dólares, que em 2017 transformou a *The Walt Disney Company* no maior conglomerado de mídia e entretenimento do mundo, em nível de receita¹⁰⁵⁰.

Nesta dissertação, entretanto, não tivemos intenções de exaltar a empresa Disney, mas de contar parte de sua história, com o intuito de compreendermos o lugar que ela ocupa na cultura voltada para as camadas médias, e também para as elites latino-americanas – neste caso, principalmente, por meio de ingressos à *Disneylândia*. Em uma palestra

¹⁰⁵⁰ Em 2018 a companhia arrecadou mais de sete bilhões de dólares, apenas em bilheterias, sem contar a arrecadação com o *merchandising* e outras mídias. Informações disponíveis em: <https://observatoriodocinema.bol.uol.com.br/filmes/2019/01/disney-bate-recorde-historico-de-arrecadacao-nos-estados-unidos>. Acesso em: 03 jan. 2019.

de 2012¹⁰⁵¹, Ariano Suassuna contou que certa vez foi questionado se “naturalmente” já havia ido à *Disneylândia*, e se perguntou, então, se atualmente algumas pessoas (especialmente, àquelas de maior poder aquisitivo), podem estar dividindo a humanidade em duas categorias: aqueles que já foram ao famoso parque temático e aqueles que nunca foram. Ao perceber uma segmentação formada pelo nível econômico, Suassuna concluiu que o problema por trás desse tipo de pensamento e de atitudes geradas pelo que podemos chamar de uma “disneyzação”¹⁰⁵² das sociedades americanas, está na “quantidade de ideias frívolas”, e de “uma visão superficial do mundo e do ser humano, o que é uma coisa perigosa” para o futuro dessas nações. Como esta pesquisa, em alguma medida, surgiu inspirada pela reflexão de Suassuna, finalizamo-la, então, compartilhando-a com o leitor, e reiterando que a companhia Disney pode ser observada pelos historiadores a partir do seu lugar na formação e na manutenção de sociedades fundamentadas pela lógica do consumo.

¹⁰⁵¹ Palestra do dia 18 de abril de 2012, no Tribunal Superior do Trabalho (TST), em Brasília. O trecho da palestra pode ser assistido em vídeo, e está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bFZulQoS63I>> Acesso em: 15 jan. 2019.

¹⁰⁵² Sobre o tema, Cf. BRYMAN, Alan. *A Disneyzação da Sociedade*. São Paulo: Idéas& Letras, 2007.

FONTES e REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Animação analisada

FANTASIA (Fantasia). Direção de Samuel Armstrong, James Algar, Bill Roberts, Ben Sharpsteen, David Hand, Hamilton Luske, Jim Handley, Ford Beebe, T. Hee, Norman Ferguson, Paul Satterfield e Wilfred Jackson. Roteiro de Joe Grant e Dick Huemer. Elenco e Trilha Sonora: The Philadelphia Orchestra, dirigida por Leopold Stokowski. EUA: Walt Disney Productions, 1940. 124 min. Technicolor. Distribuição: RKO.

Animações comentadas

BAMBI. Direção de James Algar, Samuel Armstrong, David Hand, Graham Heid, Bill Roberts, Paul Satterfield, Norman Wright. EUA: Walt Disney Productions, 1942. 70 minutos. Distribuição: RKO.

DUMBO. Direção de Samuel Armstrong, Norman Ferguson, Wilfred Jackson, Jack Kinney, Bill Roberts, Ben Sharpsteen, e John Elliotte. EUA: Walt Disney Productions, 1941. 64 minutos. Distribuição: RKO.

PINOCCHIO. Direção de Norman Ferguson, T. Hee, Wilfred Jackson, Jack Kinney, Hamilton Luske, Bill Roberts, e Ben Sharspteen. EUA: Walt Disney Productions, 1940. 88 minutos. Technicolor. Distribuição: RKO.

SALUDO AMIGOS. Direção de Wilfred Jackson, Jack Kinney, Hamilton Luske, e Bill Roberts. EUA: Walt Disney Productions, 1942. 42 minutos. Technicolor. Distribuição: RKO.

SILLY SYMPHONIES. Série. EUA: Walt Disney Productions, 1929-1939.

SNOW WHITE AND THE SEVEN DWARFS. Direção de William Cottrell, David Hand, Wilfred Jackson, Larry Morey, Perce Pearce, e Ben Sharpsteen. EUA: Walt Disney Productions, 1937. 83 minutos. Technicolor. Distribuição: RKO.

STEAMBOAT WILLIE. Direção de Ub Iwerks e Walt Disney. EUA: Walt Disney Productions, 1928. 08 minutos, P&B.

THE THREE CABALLEROS. Direção de Normam Ferguson, Clyde Geronimi, Jack Kinney, Bill Roberts, Harold Young. EUA: Walt Disney Productions, 1944. 72 minutos.

THREE LITTLE PIGS. Direção de Burt Gillett. EUA: Walt Disney Productions, 1933. 09 minutos. P&B. Technicolor. Distribuição: RKO.

Documentos oficiais / diplomáticos

Reunião de contratos entre o *Office* e a *Walt Disney Productions*, firmados entre 1941 e 1945, consultados na instituição *National Archives and Records Administration* (NARA), em College Park, nos Estados Unidos:

Contrato nº OEMcr-107.

Contrato nº OEMcr-108 B-MP-1537.

Contrato nº NDCar-110.

Contrato n OEMcr-117.

Contrato nº BMP5-4409.

Contrato nº B-MP-4417.

Contrato n B-MP-4428.

Periódicos - Jornais e Revistas consultados no acervo digital da Biblioteca Nacional

A MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945.

A NOITE. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1930-1949.

A CENA MUDA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1930-1949.

CORREIO DA MANHÃ. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1930-1949.

CORREIO PAULISTANO. São Paulo: Fundação Biblioteca Nacional, 1930-1942.

DIÁRIO CARIOCA. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1930-1945.

FON FON. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1941-1945.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1930-1945.

O CRUZEIRO, Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 1930-1949.

O TICO – TICO. Rio de Janeiro. 1930-1939.

Outros periódicos

Revista CLIMA. São Paulo. Edição nº5, out. 1941.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRANTES, Adriana Aparecida. *Um Conto de Fadas Contemporâneo: a comédia romântica*. Juiz de Fora: UFJF, 2004.

ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. *Quando a música fala: a produção de sentido em Fantasia*. Monografia. Juiz de Fora: UFJF, 2002.

AMÂNCIO, Tunico. *O Brasil dos Gringos: Imagens no Cinema*. Niterói: Intertexto, 2000.

AMÉRICO, Guilherme; VILLELA, Lucas. Circuito Comunicacional: o Cinema na Perspectiva da História Social. *Teoria da História*. Revista da Faculdade de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Goiás, n. 10, 2013, p. 241-273. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/teoria/article/view/29095>. Acesso em: 20 nov. 2017.

ANDERSON, Perry. *A Política Externa Norte-Americana e seus Teóricos*. Tradução de Georges Kormikiaris. São Paulo: Boitempo, 2015.

AUMONT, Jacques. *A estética do filme*. 7ª ed. Campinas: Papirus, 2009.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 2004.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário Teórico e Crítico de Cinema*. Tradução de Eloisa Araújo Ribeiro. Campinas: Papirus: 2003.

AYERBE, Luis Fernando. Imperialismo e Dependência Estrutural. In: AYERBE, Luis Fernando. *Estados Unidos e América Latina: A Construção da Hegemonia*. São Paulo: UNESP, 2002, p. 45-62.

BALENSIFER, Danielle Rotholi; JAGUARIBE, Elizabete. Paralelo entre as animações Disney e o processo de identificação do espectador. *Intercom*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Recife, 2012.

BANDEIRA, Moniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil* (dois séculos de história). 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

BARBOSA JUNIOR, Alberto Lucena. *Arte da animação: técnica e estética através da história*. 2ª ed. São Paulo: SENAC, 2005, p. 81-119.

BORDWELL, David. O Cinema Clássico Hollywoodiano: normas e princípios narrativos. In: RAMOS, Fernão. *Teoria Contemporânea do Cinema*. Volume II. São Paulo: SENAC, 2005.

BORGES, Sueli de Souza. *Chegou a hora dessa gente bronzada mostrar o seu valor: samba e brasilidade em Assis Valente*. Salvador: Pinaúna, 2012.

BRYMAN, Alan. *A Disneyzação da Sociedade*. São Paulo: Idéas & Letras, 2007.

BRYMAN, Alan. *Disney and his Worlds*. London: Routledge, 1995.

BYRNE, Eleanor. McQUILLAN, Martin. *Deconstructing Disney*. London: Pluto Press, 1999.

CANDIDO, Antonio. Depoimento sobre Clima. Palestra promovida pelo Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo, 1974. O texto foi redigido por Adelia Bezerra de Menezes Bolle. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/discurso/article/viewFile/37843/40570>. Acesso em: 20 mai. 2018.

CAPELATO, Maria Helena. *Imprensa e História do Brasil*. São Paulo: Contexto, 1994.

CAPELATO, Maria Helena. Propaganda Política e Controle dos Meios de Comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 167-178.

CARDOSO, Ciro Flamarion; MALERBA, Jurandir (orgs.). *Representações: Contribuição a um debate transdisciplinar*. Campinas: Papirus, 2000.

CARVALHO, Maria Helena Meira. As propagandas possuiriam relação com a linha editorial das revistas que as veiculam? Apontamentos iniciais sobre revistas brasileiras de variedades e justificativas para a Segunda Guerra Mundial. In: XXIX Simpósio Nacional de História. *Contra os Preconceitos: História e Democracia*. Brasília, 2017.

CASTELLO, José. *Vinicius de Moraes: o poeta da paixão*. Uma biografia. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

CATANI, Afrânio Mendes. Vinicius de Moraes, crítico de cinema. *Perspectivas*. São Paulo, n. 7, 1984, p. 127-147.

CHAMBÔ, Pedro Luis. *O Estado de Exceção como Regra: um estudo histórico-constitucional do Estado Novo (1937-1945)*. São Paulo, v. 108, p. 117-128, 2013.

CHARTIER, Roger. *História Cultural: entre práticas e representações*. Tradução de Maria Manuela Galhardo. Ed. Difel: Lisboa, 1990.

CHARTIER, Roger. O mundo como representação. *Estudos Avançados*. São Paulo, v. 5, n. 11, 1991, p. 173-191.

CHOMSKY, Noam. *Media Control: the spectacular achievements of propaganda*. New York: Seven Stories Press, 2002.

COHEN, Ilka S. Diversificação e Segmentação dos Impressos. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

CORRÊA, Thomas Souto. A Era das Revistas de Consumo. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

COUSINS, Mark. Classicismo japonês e Romance Hollywoodiano. In: COUSINS, Mark. *História do Cinema*. São Paulo: Martins Fontes, 2013, p. 114-186.

CRUZ, Paula Ribeiro. *Do Desenho Animado à Computação Gráfica: a estética da animação a luz das novas tecnologias*. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2006.

CULHANE, John. *Walt Disney's Fantasia*. New York: Harry N. Abrams, 1983.

CUNHA, Paulo José. De Fantasia à 'Fantasia de Walt Disney'. In: *Manuscrita*. Edição Humanitas. São Paulo, n. 19, 2010.

DENIS, Sébastien. *O Cinema de Animação*. Tradução de Marcelo Félix. Lisboa: Texto&Grafia, 2010.

DI NUBILA, Domingo. *Historia del Cine Argentino*. Volume I: La época de oro. Buenos Aires: El Jilguero, 1988.

DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para Ler o Pato Donald: Comunicação de massa e colonialismo*. Tradução de Álvaro de Moyá. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. A Imprensa a Serviço do Progresso. In: LUCA, Tania Regina; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

ELIOT, Marc. *Walt Disney: o príncipe sombrio de Hollywood*. Tradução de Leiko Gotoda. São Paulo: Marco Zero, 1995.

FERREIRA, Alexandre Maccari. *O Cinema Disney Agente da História: a cultura nas relações internacionais entre Estados Unidos, Brasil e Argentina (1942-1945)*. Dissertação (mestrado). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2008.

FERRO, Marc. *Cinema e História*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada: Publicidade, Cultura de Consumo e Comportamento político no Brasil (1954-1964)*. São Paulo: Hucitec, 1997.

FOSSATTI, Carolina Lanner. Cinema de Animação: Uma trajetória marcada por inovações. *VII Encontro Nacional de História da Mídia: mídia alternativa e alternativas midiáticas*. Fortaleza, 2009.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. Diplomacia em Celulóide: Walt Disney e a Política de Boa Vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Niterói, ISSN 1517-0152, v. 3, 2004, p. 60-79.

FRIEDRICH, Otto. *A Cidade das Redes: Hollywood nos anos 40*. Tradução de Ângela Melim. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

GABLER, Neal. *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. Tradução de Beth Vieira. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

GABLER, Neal. *Walt Disney: O triunfo da imaginação americana*. Tradução de Ana Maria Mandim. Osasco, SP: Novo Século, 2013.

GLIK, Monica Sol. *El Hogar de La Victoria: La promesa Del american way of life para América Latina (Estados Unidos – Brasil – Argentina, 1940-1945)*. Tese (Doutorado em História) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

GOMES, Paulo Emílio Sales. *Cinema: Trajetória no Subdesenvolvimento*. 2ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GONÇALVES, Maurício R. *Cinema e identidade nacional no Brasil (1898-1969)*. São Paulo: LCTE, 2009.

GOULART, Silvana. *Sob a Verdade Oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero, 1990.

GRAMSCI, Antonio. Caderno 22: americanismo e fordismo. In: *Cadernos do Cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, p. 239-282.

GRAMSCI, Antonio. *Concepção dialética da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GUILLÉN, José Moscardó. *El Cine de Animación en más de 100 largometrajes*. Madrid: Alianza Editorial, 1997.

HAGEMEYER, Rafael Rosa. *História e Audiovisual*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

HALAS, John; MANVELL, Roger. *A Técnica da Animação Cinematográfica*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1979.

HERNANDEZ, Pablo S. R. *Cinema e Política de Boa Vizinhança: a expedição de Walt Disney ao Brasil*. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Dissertação (mestrado), 2015.

HOBSBAWN, Eric. A Cidade, a Indústria, a Classe Trabalhadora. In: HOBSBAWN, Eric. *A Era do Capital, 1848-1875*. Tradução de Luciano Costa Neto. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

HOBSBAWN, Eric. *A Era dos Extremos: o breve século XX (1914-1991)*. Tradução de Marcos Santarrita. 2ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOBSBAWM, Eric. Introdução: a Invenção das Tradições. In: HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (orgs.). *A Invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

IANNI, Octavio. *Imperialismo e Cultura*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1979.

JODELET, Denise. *Representações Sociais: um domínio em expansão*. Tradução de Tarso Bonilha Mazzotti. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993.

JUNQUEIRA, Mary Anne. *Ao Sul do Rio Grande*. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970). Bragança Paulista: EDUSF, 2000.

KAUFMAN, J. B. *South of the Border with Disney: Walt Disney and the Good Neighbor Program, 1941-1948*. New York: Disney Editions, 2009.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual. *ArtCultura*. Uberlândia, v. 8, n. 12, 2006, p. 97-115.

KORKIS, Jim. *Segredos de Walt Disney*: histórias inéditas, não oficiais, sem censura e não autorizadas sobre o reino mágico. Tradução de Celina Falck-Cook. São Paulo: Seoman, 2015.

KRAUSE, Katia Iracema. *O Rato vai à guerra*: como Mickey Mouse se tornou uma imagem de poder dos EUA, 1928-1946. Niterói: UFF, 2011.

LAGNY, Michèle. *O cinema como fonte de História*. In: NÓVOA, Jorge. Cinematógrafo. São Paulo: UNESP, 2009, p. 99-131.

LOPES, Sonia de Castro. *Lourival Fontes no Governo Vargas*: um Jogo de Poder com Luzes e Sombras. X Encontro Regional de História – ANPUH. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

LUCA, Tania Regina de. A produção do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em acervos norte-americanos: estudo de caso. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, 2011, v. 31, n° 61, p. 271-296.

LUCA, Tania Regina de. A Grande Imprensa na Primeira Metade do Século XX. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

MACEDO, Kárita Bernardo de. O “Office of the Coordinator of Inter-American Affairs” entra em cena: novas abordagens para uma Política de Boa Vizinhança. *9º Encontro Nacional de História da Mídia*. Ouro Preto, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/o-201coffice-of-the-coordinator-of-inter-american-affairs201d-entra-em-cena-novas-abordagens-para-uma-politica-de-boa-vizinhanca>. Acesso em: 20 mai. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MAUAD, Ana Maria. A América é aqui: um estudo sobre influência cultural norte-americana no cotidiano brasileiro (1930-1960). In: TORRES, Sonia (org.). *Raízes e Rumos*: Perspectivas Interdisciplinares em Estudos Americanos. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2001, p. 134-146.

MAUAD, Ana Maria. As três Américas de Carmem Miranda: cultura política e cinema no contexto da política da boa-vizinhança. *Transit Circle: Revista Brasileira de Estudos Americanos*. Rio de Janeiro, v. 1, 2002.

MAUAD, Ana Maria. Embrulhado para presente? Fotografia, consumo e cultura visual no Brasil (1930-1960). *Domínios da Imagem* (UEL), v. 1, 2008, p. 27-36.

MAUAD, Ana Maria. Fotografia e a cultura política nos tempos da política da Boa Vizinhança. *Anais do Museu Paulista*. São Paulo: v. 22. n. 1, 2014, p. 133-159.

MAUAD, Ana Maria. Genevieve Naylor, impressões de viagem (Brasil, 1941-1942). XXIII Simpósio Nacional da ANPUH. Londrina: UEL, 2005.

MAUAD, Ana Maria. Imagens de um outro Brasil: o patrimônio fotográfico da Amazônia oitocentista. *Locus: revista de história*. Juiz de Fora, v. 16, n. 2, p. 131-153, 2010.

MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas: o cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Dissertação (mestrado). Campinas: Unicamp, 1992.

MENEZES, Paulo Roberto Arruda de. Cinema: imagem e interpretação. *Tempo Social*. Revista de Sociologia da USP. São Paulo, 1996, p. 83-104.

MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes. 2007.

MOURA, Gerson. *Relações Exteriores do Brasil - 1939-1950: Mudanças na natureza das relações Brasil-Estados Unidos durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Brasília: FUNAG, 2012. Disponível em: http://funag.gov.br/loja/download/998-Relacoes_Exteriores_do_Brasil.pdf. Acesso em: 13 jun. 2014.

MOURA, Gerson. *Tio Sam Chega ao Brasil: A penetração cultural americana*. 2ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

NIÑO, Antônio. *Uso y abuso de las relaciones culturales em la política internacional*. Ayer 75. Madri: Universidade Complutense, 2009.

OLIVEIRA, Celso Fernando Claro de. *A Sra. Miniver vai ao Brasil: A Recepção dos ‘Filmes de Home Front’ na Imprensa do Rio de Janeiro (1942-1945)*. Tese (doutorado). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2016.

ORTUNES, Leandro; GAFFO, Leandro. Hollywood e o mundo árabe. *Temática*. Ano XI, n. 08. Agosto/2015. NAMID/UFPB. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/25232/13725>. Acesso em: 26 jul. 2018.

PANDOLFI, Dulce. Apresentação. In: PANDOLFI, Dulce (Org.) *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999, p. 09-14.

PEGORARO, Celbi Vagner Melo. Fantasia e uma Nova Dimensão Sonora: Convergência de Linguagens Musical, Artística e Cinematográfica. *Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*. 4ª ed. São Paulo: USP, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35657>. Acesso em: 05 nov. 2018.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. O Triunfo do Reich de Mil Anos: cinema e propaganda política na Alemanha nazista (1933-1945). In: CAPELATO, Maria Helena (org.). *Cinema e História*. São Paulo: Alameda, 2007, p. 255-269.

PEREIRA, Wagner Pinheiro. *24 de outubro de 1929: a quebra da bolsa de Nova York e a Grande Depressão*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2006.

PERISIC, Zoran. *Guia Prático do Cinema de Animação*. Lisboa: Presença, 1979.

PONTES, Heloisa. Ar de Família: a turma de Clima. In: *Literatura e Sociedade*. Revista do Departamento de Teoria Literária e Literatura Comparada da USP, n. 12. São Paulo, 2009.

PRUTSCH, Ursula. Americanization of Brazil or a Pragmatic Wartime Alliance? The Politics of Nelson Rockefeller's Office of Inter-American Affairs in Brazil During World War II. *Passagens*. Revista Internacional de História Política e Cultura Jurídica. Rio de Janeiro: vol. 2 no. 4, 2010, p. 181-216.

PUPO, Benedito Barbosa. Os serviços e o comércio no tempo de mil réis. In: PUPO, Benedito Barbosa. *8 bananas por um tostão*. Campinas: Prefeitura Municipal, 1976, p. 45-48.

RODRIGUES, Andrés. *A visita de Disney à América Latina*. EL PAÍS. Cultura. (Reportagem on-line). Madri, 10 abr. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/04/07/cultura/1460044858_011138.html. Acesso em: 30 set. 2018.

ROSA, Marli. Aquarela do Brasil: visualidade musical de Ary Barroso. In: *BRASA XI Congress – Brazilian Studies Association*, Champaign-Urbana, 2012.

ROSA, Marli. Pato Donald no batuque dos ‘bons amigos’: manifestações culturais na Política de Boa Vizinhança. In: *9º Encontro Internacional da ANPHLAC*. Goiânia, 2010.

SAID, Edward. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. Tradução de Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SALLES, Filipe. *Imagens Musicais ou Música Visual: Um estudo sobre as afinidades entre o som e a imagem, baseado no filme Fantasia (1940) de Walt Disney*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/SP. São Paulo, 2002.

SAMPAIO, Mario Ferraz. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro, Achiamé, 1984.

SCHATZ, Thomas. *O gênio do sistema: a era dos estúdios em Hollywood*. Tradução de Marcelo dias Almada. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

SIMILI, Ivana Guilherme. A construção de uma personagem: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas (1930-1945). *Seminário Internacional Fazendo Gênero 7*. Florianópolis: UFSC, 2006.

SKLAR, Robert. *História Social do Cinema Americano*. Tradução de Octavio Mendes Cajadó. São Paulo: Cultrix, 1975.

SKLAR, Robert. *Movie-made America: A Cultural History of American Movies*. New York: Vintage Books, 1975.

SIMIS, Anita. *Estado e Cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume, 2008.

SODRÉ, Nelson Werneck. *A História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SORLIN, Pierre. *Sociología del Cine: La Apertura para la Historia de Mañana*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica, 1985.

SOUZA, José Inacio de Melo. *O Estado contra os meios de comunicação (1889-1945)*. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2003.

STAIGER, Janet. *Perverse Spectators: The Practices of Film Reception*. New York: New York University Press, 2000.

STAM, Robert. ELLA, Shohat. *Crítica da imagem eurocêntrica: multiculturalismo e representação*. Tradução de Marcos Soares. São Paulo: Cosac & Naify, 2006.

THOMPSON, E. P. *A Miséria da Teoria ou um Planetário de Erros*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

TOTA, Antonio Pedro. *O Estado Novo*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

TOTA, Antonio Pedro. *O Amigo Americano: Nelson Rockefeller e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

TOTA, Antonio Pedro. *O Imperialismo Sedutor: a Americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TURNER, Graeme. *Cinema como prática social*. São Paulo: Summus, 1997.

VALDEZ, Virgínia Mara Hinojosa. *Brasil e Estados Unidos: a propaganda do Office of the Coordinator of Inter American Affairs no Brasil (1940-1945)*. São Paulo: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História (ANPUH), 2011.

VALIM, Alexandre Busko. Cinema, propaganda e integração hemisférica: os filmes do Office of Interamerican Affairs. *Anais do XXVI Simpósio Nacional de História*. São Paulo: ANPUH, 2011.

VALIM, Alexandre Busko. História e cinema. In: CARDOSO, Ciro F; VAINFAS, Ronaldo (orgs.). *Novos Domínios da História*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 283-300.

VALIM, Alexandre Busko. Os gêneros cinematográficos nas relações entre o cinema e a história. In: GAWRYSZEWSKI, Alberto (org.). *Olhares sobre narrativas visuais*. Niterói: UFF, 2012.

VALIM, Alexandre Busko. *O Triunfo da Persuasão: Brasil, Estados Unidos e o Cinema da Política de Boa Vizinhança durante a II Guerra Mundial*. São Paulo: Alameda, 2017.

VIRILIO, Paul. *Guerra e Cinema*. Tradução de Paulo Roberto Pires. São Paulo: Página Aberta, 1993.

XAVIER, Ismail. *O Discurso Cinematográfico: a opacidade e a transparência*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Materialismo*. São Paulo: UNESP, 2011.

WOOD, Ellen Meiksins. *O Império do Capital*. Tradução de Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2014.

ZAGNI, Rodrigo Medina. *Imagens Projetadas do Império: O Cinema Hollywoodiano e a Construção de uma Identidade Americana para a Política da Boa Vizinhança*. São Paulo: Cadernos PROLAM/USP, ano 8, vol. 1, 2008.