

TRADUÇÃO DE ARTIGO APRESENTAÇÃO

O Dossiê de Animação da revista *C-Legenda* apresenta a tradução do artigo “Playing on the animation spectrum: sport and visualisation” (2017), do professor e pesquisador Paul Wells. Wells é diretor e professor de animação da Animation Academy - School of Arts, English & Drama, Loughborough University -, grupo de pesquisa dedicado ao estudo de ponta em animação e práticas diversas relacionadas com imagens em movimento. É membro do conselho editorial no periódico acadêmico *Animation studies*, no qual tem diversos textos publicados. É presidente da Association of British Animation Collections (ABAC).

Um dos mais representativos pesquisadores do campo da animação contemporânea, Wells é autor de livros emblemáticos como *Understanding animation; Animation, genre and authorship; The fundamentals of animation e Drawing for animation* - publicado no Brasil e realizado em colaboração com a animadora britânica Joanna Quinn -, entre outros.

Pesquisador, roteirista e diretor com atuação internacional, Paul Wells tem participação em vários projetos para teatro, rádio, televisão e cinema, tais como a colaboração com roteiristas de *Os Simpsons* e de *Bob Esponja Calça Quadrada*, desenvolvimento de curtas de animação, séries infantis, documentários e longas-metragens na Noruega, Suécia, Bélgica, Holanda e Estados Unidos¹.

Em seu artigo ele busca estabelecer uma relação entre a animação e o esporte através das suas tecnologias associadas. Para Wells, “a presença da tecnologia na animação está amplamente ligada à sua criação, execução e distribuição, enquanto, no esporte, a tecnologia desempenha um papel fundamental não apenas em sua execução, mas em sua gravação, avaliação e julgamento, e em suas formas evidentes como uma prática altamente mediada”. Neste contexto, Wells afirma que “essas tecnologias estão intrinsecamente ligadas à definição da modernidade dessas formas e, nessa qualidade, não apenas aprimoram o conjunto de habilidades necessárias para produzir animação ou praticar esportes, como também os resultados estéticos produzidos”.

Wells é o organizador da exposição de animação *The beautiful frame: animation and sport*, que foi exibida no Reino Unido, no Japão e na China e que guarda relação direta com o ensaio aqui publicado. Sobre o tema animação e esportes, Paul Wells publicou também o livro *Animation, sport and culture*. O presente artigo foi publicado anteriormente, em 2017, no número 16 do periódico italiano *Imago: studi di cinema e media*, como parte do dossiê “Re-Animation: contemporary animation between cinema, TV, video art, and new media”².

1 <https://www.lboro.ac.uk/departments/aed/staff/academic/paul-wells/>

2 Disponível em: <http://digital.casalini.it/4338644>

JOGANDO NO ESPECTRO DA ANIMAÇÃO: ESPORTE E VISUALIZAÇÃO³

PLAYING ON THE ANIMATION SPECTRUM: SPORT AND VISUALISATION

Paul Wells⁴

114

A questão de como a tecnologia do futuro afetará o conceito de esporte de alto desempenho [...] permanece. Alguns argumentos convincentes sugerem que, para o esporte fazer sentido num novo mundo de biotecnologias, precisaremos nos distanciar da avaliação linear baseada em desempenho do esporte (exemplificado por atividades como corrida, arremesso, salto e natação), rumo a uma apreciação mais estética e empírica da atividade esportiva. Essa mudança de valor representa o que Sigmund Loland define como uma “teoria densa” do esporte, por meio da qual nossa preocupação com recordes esportivos quantificados (como o tempo mais rápido nos 100 metros rasos ou o salto vertical mais alto) diminuirá. O valor do esporte poderia ser encontrado na liberdade criativa e nas possibilidades que as novas tecnologias proporcionam (RYALL, 2016, p. 69).

Esta discussão busca considerar a relação entre a animação e o esporte através da lente de suas tecnologias associadas. A presença da tecnologia na animação está amplamente ligada à sua criação, execução e distribuição, enquanto, no esporte, a tecnologia desempenha um papel fundamental não apenas em sua execução, mas em sua gravação, avaliação e julgamento, e em suas formas evidentes como uma prática altamente mediada. Argumentei alhures que essas tecnologias estão intrinsecamente ligadas à definição da modernidade dessas formas (WELLS, 2014, p. 177-201) e, nessa qualidade, não apenas aprimoram o conjunto de habilidades necessárias para produzir animação ou praticar esportes, como também os resultados estéticos produzidos. É possível dizer que a previsão de Ryall de que a aceitação e a avaliação possivelmente mais abertas das oportunidades criativas de se reconfigurar o esporte e medir suas conquistas já faz parte de um relato mais amplo do uso da tecnologia na animação. As representações de atividades e práticas esportivas na animação permitem identificar como a animação *revela* o esporte e como o esporte define e identifica

3 Artigo traduzido por Eduardo Castro, doutorando do Programa de Pós-Graduação em Estudos de Literatura da Universidade Federal Fluminense (UFF).

4 Professor da Animation Academy, School of Arts, English & Drama, Universidade de Loughborough, Loughborough, Leicestershire, Inglaterra. P.Wells@lboro.ac.uk, www.animationacademy.co.uk, Twitter: @Beautiful_Frame.

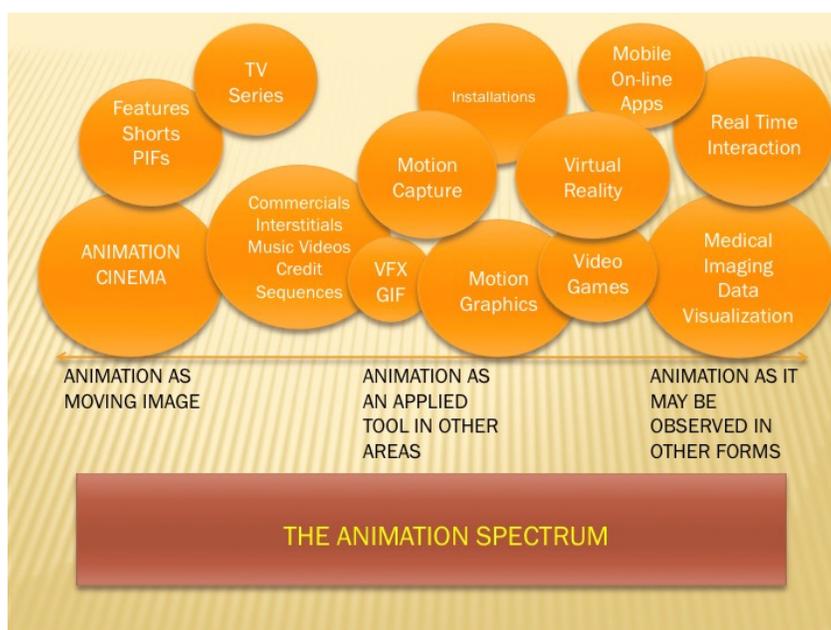
a animação como uma prática fluida, móvel e facilitadora, “escondida bem debaixo do nariz” e frequentemente não reconhecida, embora ocupe uma presença e uma emoção centrais. Na análise a seguir, portanto, apresentarei o conceito de *espectro da animação* como uma forma de avaliar o que é frequentemente uma relação simbiótica com o esporte, mas, mais expressivamente, como uma forma de ampliar a definição de animação para sugerir que a onipresença das imagens animadas está tão imbuída na tecnologia contemporânea que funciona como uma *animificação* (*animification*) da cultura mediada.

David Best (1980, p. 69-80) concluiu inequivocamente que “esporte não é arte”, mas, desde que a humanidade começou a praticar esporte, há uma evidente filiação entre a atividade esportiva e a estética, tanto para o participante quanto para o espectador. É evidente que o esporte proporciona um espetáculo, um “drama” espontâneo, estimula ideias sobre beleza física, inspira investimento emocional e opera em muitos aspectos correspondentes à criação de arte, como uma prática criativa por si mesma. Foi essa semelhança de forma e sentimento que inicialmente me atraiu a dar foco às possibilidades entre esporte e animação, particularmente ao modo como ambos se preocupam com coreografias de movimento específicas com objetivo ou resultado específico. Uma das premissas que Best usa para negar que esporte é arte destaca que eles têm meios e fins diferentes – para o autor, a arte é definida pela presença de um artista que reivindica o trabalho *singular* definido como artístico, e tal correspondência não existe no esporte. Um gol, por exemplo, no futebol, tem o mesmo valor independentemente de quem o marca. Esse argumento reduz a arte a uma prática extremamente específica e não reconhece os elementos componentes que podem alcançar um resultado artístico. Além disso, não leva em conta os procedimentos que uma obra de arte acumula, relativos às etapas de sua pesquisa, composição, realização, resultado e exibição, e isso é particularmente importante no reconhecimento da animação como arte. Todavia, o mito predominante da obra de arte como sendo sua forma material final, assim como o conceito de visão singular do artista, perdurou e caracterizou noções de autenticidade na arte até o modernismo.

A própria cultura das artes representava a arte como uma prática específica e particular até os pioneiros da arte modernista desafiarem e abalarem essa visão. Quando Marcel Duchamps reivindicou de forma provocadora um mictório público como uma obra de arte *ready-made*, ele expôs o ritual e a limitação da arte e da cultura da arte a fim de privilegiar a “ideia” como a exigência criativa imbuída na construção, na apresentação e na exibição da arte. Embora possa haver uma negação implícita de um ofício ou processo específico na criação do resultado, nessa configuração, existe a aceitação do conceito de uma intervenção na cultura material com o objetivo de promover a importância da arte como um modo de inovação e consciência.

Apropriando essa visão, é possível ver Roger Federer jogando tênis e, então, ver seu jogo como uma obra de arte viva, uma instalação temporária de qualidades estéticas na quadra de tênis, singular apenas em sua presença efêmera. Essencialmente, no entanto, o conceito de Duchamps se torna ainda mais significativo quando aplicado à animação e ao esporte, simplesmente porque os contextos e tecnologias que representam imagens sem a presença do artista podem ser entendidos como obras *ready-made* digitais. Tais representações – um aspecto frequente da visualização de dados na ciência esportiva – ajudam a assinalar a presença de um espectro da animação, no qual esses resultados animados não são aceitos como “animação” nem reconhecidos por suas qualidades estéticas ou sua condição como arte em potencial. Foi o reconhecimento desse princípio amplo – extensamente confirmado em meu próprio trabalho colaborativo com colegas do Instituto de Tecnologia Esportiva da Universidade de Loughborough⁵ – que incentivou o desenvolvimento do *espectro da animação*, apresentado aqui na Figura 1.

Figura 1 – Espectro da Animação.



⁵ O professor Andy Harland, do Instituto de Tecnologia Esportiva da Universidade de Loughborough, forneceu vários exemplos de visualização de dados extraídos do trabalho realizado no instituto sobre testagem de pressão das bolas de futebol, força dos capacetes de críquete, estudos de impacto de equipamentos etc., análises que se tornaram meios para a reflexão estética. Muitas imagens geradas no instituto foram usadas na exposição de minha curadoria intitulada *The Beautiful Frame: Animation & Sport*, apresentada pela primeira vez no National Football Museum, Manchester, Reino Unido, de novembro de 2017 a fevereiro de 2018.

Seriados de TV		Instalações		Aplicativos on-line móveis	
Longas; Curtas; Filmes de informação pública		Captura de movimento		Realidade virtual	Interação em tempo real
CINEMA DE ANIMAÇÃO	Comerciais; Anúncios intersticiais; Videoclipes; Sequências de crédito	Efeitos visuais; Animações em GIF	Motion graphics	Videogames	Imagens médicas; Visualização de dados
ANIMAÇÃO COMO IMAGEM EM MOVIMENTO		ANIMAÇÃO COMO FERRAMENTA APLICADA EM OUTRAS ÁREAS			ANIMAÇÃO COMO PODE-SE OBSERVAR EM OUTRAS FORMAS
O ESPECTRO DA ANIMAÇÃO					

Fonte: O autor.

Desde meados do século XIX, a cada novo avanço tecnológico no desenvolvimento da prática da imagem em movimento, a premissa de “animar” e os processos que definem a animação estiveram intrinsecamente ligados ao esporte. Na era pré-cinematográfica dos brinquedos ópticos e dispositivos primitivos, a animação buscava inspiração no esporte, imitando suas coreografias e sequências de movimentos. O taumatoscópio – um disco giratório preso a um barbante – mostrava ginastas fazendo acrobacias em barras. O zootrópio também mostrava atividades esportivas como esgrima e corrida. Os primeiros *flipbooks* comerciais, produzidos pela fábrica de goma de mascar Fleer no final da década de 1890, mostravam sequências de boxe, enquanto o pioneiro do cinema Etienne-Jules Marey usava seu fuzil cronofotográfico para registrar sequências de movimento corporal em imagens que repercutiram no posicionamento e nos dados dos sensores da captura de movimento hodierna. Eadweard Muybridge usou inúmeras práticas esportivas – corrida, luta livre, boxe etc. – em seus famosos estudos de movimento, mas, como observou o historiador do esporte Mike O’Mahony, esses estudos foram situados, principalmente, dentro de

um discurso sobre avanços na fotografia e no cinema e, dessa forma, negligenciaram fatores essenciais que situam a tecnologia no discurso do esporte. Neste caso, por exemplo, há a importante intervenção do patrocinador de Muybridge, Leland Stanford, que queria, principalmente, ver estudos rigorosos sobre cavalos puros-sangues galopando, a fim de aprender mais sobre eles antes de participar da Tríplice Coroa das recém-criadas competições de turfe Belmont Stakes (1867), Preakness Stakes (1873) e Kentucky Derby (1875)⁶. Os discursos sobre o avanço tecnológico do aparato cinematográfico preteriram uniformemente as práticas concomitantes que acabaram por definir a animação como uma forma e, também, nessa qualidade, igualmente negligenciaram a abordagem do esporte em associação direta a ela. Ao reivindicar um espectro da animação, é possível abranger o surgimento das tecnologias de imagem em movimento e os seus avanços subsequentes, e, posteriormente, observar sua relação altamente específica com o esporte.

O espectro da animação preocupa-se essencialmente com um novo reconhecimento do lugar onde a animação pode estar situada na ampla configuração das formas contemporâneas de imagem em movimento, colocando-a no que se pode argumentar serem locais convencionais e ortodoxos (reconhecidos como uma forma da prática de imagem em movimento no cinema e na televisão, incluindo longas-metragens, curtas, filmes de informação pública, seriados, comerciais, sequências de crédito, anúncios intersticiais, videoclipes etc.) e tornando-se, posteriormente, uma ferramenta aplicada em vários outros contextos e disciplinas. É neste último caso que a animação se torna, discutivelmente, menos reconhecida e visível em suas formas tradicionais, embora seja identificável em uma gama de aplicações (incluindo efeitos visuais, animações em GIF, captura de movimento, *motion graphics*, videogames, realidade virtual e uma variedade de operações móveis e on-line). A Figura 1 expressa isso como um movimento da esquerda para a direita, no qual o reconhecimento do local e da presença da animação aparentemente diminui. Quando a animação atinge a extrema direita da taxonomia, ela deve ser observada e reconhecida em outras formas *normalmente não artísticas* (por exemplo, imagens médicas, visualização de dados, interação em tempo real etc.). Para reforçar o argumento mais uma vez: muitas pessoas não percebem a presença da animação em muitos dos contextos observados à medida que nos deslocamos do meio para a direita do espectro, principalmente porque essas práticas não evidenciam de imediato a presença óbvia ou mesmo implícita de um artista ou praticante da criação, nem representam um trabalho que aparenta ser

6 O professor Mike O'Mahony defendeu esse argumento em seu discurso de abertura "Action Replayed!: How Watching Sport Changed the Way We See the World", apresentado no simpósio *Animation, Video Games and Virtual Experience: Sport and the Artifice of Moving Image Media*, realizado no Hotel Football, Manchester, Reino Unido, de 14 a 15 de novembro de 2017.

de “autoria” individual. No entanto, para os teóricos da animação (e provavelmente apenas para esse grupo), o artista ou praticante está sempre presente na animação, seguindo o conceito de Crafton (1993, p. 11) de “autofiguração”, que sugere que o artifício evidente na manipulação e construção material da imagem animada necessariamente revela o seu criador.

Essa criação de imagem resiste às suturas e ao fechamento clássicos do cinema tradicional (que normalmente oculta seu criador) e privilegia a presença do artista ou praticante da criação como uma figura que, em essência, está *desconstruindo* o conhecimento recebido da cultura material e das representações da realidade e, então, “reconstruindo” uma perspectiva epistemológica ou um ponto de vista alternativos. Sobretudo, o ponto essencial é que essa perspectiva não deve ser aplicada apenas a contextos predominantemente artísticos – o “praticante da criação”, nesse caso, também pode ser visto como um programador, um codificador, um técnico que põe em prática processos que geram resultados visuais animados. A “autofiguração” é geralmente reconhecida devido à qualidade “enunciativa” mais ampla da animação e sua intervenção “retórica” na representação de diferentes modos da realidade psicológica, emocional, física e material. No espectro da animação, essa identidade “autofigurativa” pode estar mais preocupada com a intervenção e manipulação de dados. Além disso, e significativamente, essa presença “autofigurativa” pode estar presente em locais onde a “animação” está subordinada ao reconhecimento dominante da forma – o ato de “jogar videogame”, por exemplo, sobrepõe-se ao princípio de um *game* ser entendido como um tipo de prática de animação interativa. Outrossim, a “animação” está subordinada à ideia privilegiada de “realidade virtual”, na qual o contexto imersivo é, de fato, um ambiente “animado”, embora seja percebido como um modelo de “realidade” de que o espectador participa. Pode ser que o próprio princípio de interagir com formas animadas nega a percepção das formas animadas, uma vez que elas existem em situações mais passivas de recepção. Entretanto, seja qual for o caso, a “autofiguração” não se trata apenas da presença de um artista ou praticante da criação, mas de a animação ser “identificada” como um modo de visualização e “situada” em um contexto, que, posteriormente, pode ser definido como uma representação de novas iterações de conhecimento social e cultural e de inovação estética.

O espectro da animação convida ao reconhecimento, então, de que a animação reside na maior parte dos meios de visualização e contextos baseados em tela disponíveis na era contemporânea, de *emojis* a esportes eletrônicos (*e-sports*). Ela usufrui de uma relação particular e duradoura com o esporte, já que ambos se preocupam principalmente com o exercício coreografado e específico do “movimento” a serviço de um resultado planejado e preciso. A animação fez uso do esporte, e o esporte, em

última análise, fez uso da animação para articular seus princípios de movimento adequado à finalidade e que atinge uma meta específica. Ambos compartilham de uma perspectiva fenomenológica ao buscarem apreender o movimento, mas em espaços que usufruem de privilégios epistemológicos, na medida em que são baseados em técnicas e parâmetros específicos de habilidade e aplicação. No entanto, esse foco técnico está intrinsecamente relacionado a códigos e convenções estéticas, visto que a mera execução das habilidades necessárias para determinar e repetir coreografias de movimento não explica totalmente por que os participantes realizam a atividade da animação ou do esporte; ambos catalisam discursos estéticos como barômetros de valor e sentimento. Como observa Ryall,

um relato estético do valor do esporte é exemplificado em muitas biografias esportivas [...], percorre toda a literatura esportiva e é registrado em memórias esportivas. [...] [As] qualidades estéticas que atribuímos às artes, como música, teatro e belas artes, podem ser igualmente aplicadas ao esporte. O esporte fornece um significado semelhante, afeta nossas emoções e cria um espetáculo dramático, embora por um meio diferente (RYALL, 2016, p. 123).

Enquanto a mera gravação do esporte registra a estética da ação esportiva *não intencionalmente*, a animação reproduz a estética do esporte *intencionalmente* e por meio da interface de seu artifício ilusionista. É possível, então, assistir a um jogo de futebol e porventura identificar qualidades estéticas, mas a animação, por natureza, imbui as coreografias esportivas com interpretação e intervenção estéticas. Além disso, diferentes abordagens da animação, tanto em relação à técnica e aplicação quanto em relação à presença e recuperação visual, revelam como a animação e o esporte usam a tecnologia para impulsionar sua estética própria.

Começando do lado esquerdo do espectro da animação, é útil evidenciar exemplos de diferentes modelos de esporte animado para mostrar como a animação revela o esporte e o esporte revela a animação, o que leva, intrinsecamente, à ideia de *animificação* das práticas e aplicações socioculturais. Um exemplo familiar de cinema de animação dedicado ao esporte seria o longa-metragem *Space Jam: O jogo do século* (direção de Joe Pytka, EUA, 1996). Em 1991, a Nike uniu a estrela do basquete Michael Jordan com o Pernalonga num comercial de 90 segundos, que também contava com Marvin, o Marciano. Em 1992, durante um dos cobijados e caríssimos comerciais veiculados no intervalo do campeonato de futebol americano Super Bowl, a marca reapresentou a dupla, reunindo Jordan com “um dos ícones mais poderosos do século XX”, o astro mais famoso da Warner Bros. Essa hipérbole divertida reconhece o lugar do Pernalonga como uma figura célebre na cultura popular, apesar de seu *status* de personagem animado, revelando uma suposta equivalência ontológica ao

próprio *status* de Jordan como superastro do esporte. Esse aspecto torna-se crucial para a suspensão de descrença quando Jordan passa a habitar o mundo do desenho animado. O comercial de 60 segundos mostra Pernalonga e Jordan – “Esperava quem, Hortelino?” – vingando-se de quatro vilões no basquete, num enredo que lembra a trama narrativa padrão dos desenhos do personagem, em que ele tem o sono interrompido em sua toca subterrânea, depois é provocado e atacado antes de declarar: “É claro que você sabe que isso é guerra”. Essa configuração é relevante porque alinha de forma bem-sucedida os “mundos” que Pernalonga e Jordan habitam. Ademais, é uma oportunidade de dar destaque consciente aos códigos e convenções do desenho animado, mas empregando temas esportivos. Posteriormente, o anúncio mostra uma bigorna sendo enterrada, o Pernalonga vestido de mulher e segurando um cartaz com uma mensagem direcionada ao público (“Eles são bobos, não são?”) – marca registrada do diretor e animador Tex Avery –, além de Jordan abrindo a “Íris” preta que encerra o comercial para dizer “isso é tudo, pessoal”, ao que é interrompido por um Gaguinho furioso insistindo que essa fala é sua. Esse anúncio foi essencialmente o modelo para *Space jam*, mas, ao traçar o perfil da estética bidimensional do desenho animado – o movimento alongado e exagerado, a velocidade e os ângulos impossíveis, a revogação das leis físicas etc. –, também delineou um problema-chave no desenvolvimento de uma narrativa de longa-metragem. Embora o 2D oferecesse um mundo 3D ilusório, ele não facilitou adequadamente as habilidades de Jordan como jogador de basquete numa quadra real. Então, embora evidenciasse plenamente as propriedades e capacidades do desenho animado, a dinâmica avançada do esporte em si estava ausente e possivelmente enfraquecida.

Isso foi resolvido na produção de *Space jam* por meio do uso de uma gama de processos de animação combinatórios que indicam a importância da tecnologia usada e os espaços em que a animação pode ser identificada ao longo do espectro da animação. *Space jam* usa: animação tradicional 2D e 2.5D⁷ (principalmente para sombreamento); processos extensos de tela verde e captura de movimento que permitem a Jordan jogar em espaços tridimensionais; e uma câmera 360 graus 3D que simula o ponto de vista de um personagem à medida que gira, absorvendo as dimensões do estádio e as especificidades da quadra e dos torcedores. Essa mistura uniforme evidencia, fundamentalmente, a redefinição da animação como um conjunto de aplicações técnicas referentes à criação e à manipulação digitais de formas de imagem em movimento. Filmes em *live action* e de animação foram livremente mesclados desde o início do cinema – em, por exemplo, curtas relacionados a esporte, como *Alice’s fishy*

7 N.E. O termo 2.5D é frequentemente usado para referir-se a jogos digitais que fazem uso de projeções gráficas que simulam o espaço 3D, mas que na verdade são feitos em técnica 2D.

story (direção de Walt Disney, EUA, 1921) e *Fishing* (direção de Dave Fleischer, EUA, 1921) –, mas a inovação de *Space jam* foi combinar a *hiperestetização* da animação com o *hiperatletismo* do esporte. O hiper-realismo extraído dos elementos de captura de movimento – que efetivamente fundamentam e dão peso à ação – mistura-se de imediato à liberdade do desenho animado de liberar o espaço físico, cada um conferindo autenticidade ao outro. As sequências de basquete acontecem em um ambiente tridimensional computadorizado, mas ele reproduz a realidade do estádio, da quadra e do próprio jogo de uma maneira que acolhe um maior número das coreografias específicas do esporte, que podem ser enriquecidas tanto em relação aos talentos específicos de um jogador, mas também por meio da capacidade da animação em aperfeiçoar essas coreografias. Sendo assim, o característico “voo” de Jordan ao se aproximar e saltar para enterrar a bola de basquete em um jogo convencional – extraordinário o suficiente mesmo como ação esportiva – foi estendido ainda mais para realçar as qualidades espetaculares da jogada. No contexto de um jogo, essa é uma ação intencional e de destaque que pode ocorrer, mas, no contexto da animação, ela pode ser construída e exagerada como um gesto central que se torna um exemplo convincente da animação que revela o esporte e do esporte que revela a animação.

Essa hiperestetização é um aspecto característico importante de como a animação convencional é criada, e, associada à dinâmica do hiperatletismo, ela fornece expressões distintas do esporte em séries televisivas infantis como *Futebol galáctico* (2006-2011) e *Supa strikas* (2008-presente). Ambos os programas basicamente colocam equipes de jogadores de futebol de qualidades excepcionais, quase super-heroicas, em uma série de partidas que revelam essas habilidades e capacidades. O alcance dos episódios de ambas as séries é intencionalmente global e inclusivo, e o esporte é usado de maneira positiva para incentivar a realização pessoal e a afirmação de qualidades humanas afetivas e eticamente firmes. Em *Futebol galáctico*, o futebol é combinado com elementos de ficção científica que permitem a ampliação dos princípios gerais do futebol a um jogo relacionado que inclui o “fluxo”, uma intervenção que confere aos jogadores poderes especiais. Já em *Supa strikas*, essas qualidades surgem quando os jogadores enfrentam os desafios de explorar mundos desconhecidos. Essas convenções apenas facilitam as oportunidades da animação de ampliar limites e normas visuais e reproduzem sequências de ação complexas e espetaculares. Embora se possa argumentar que isso opera puramente dentro do campo do entretenimento, a animação está desempenhando um papel importante na reconfiguração dos parâmetros do corpo e da sociedade. O espectro da animação essencialmente evidencia esse aspecto e insiste num radicalismo retórico, que, nesse caso, refuta a ideia do esporte, sua prática, execução e comércio como veículo de imposição e opressão corporativa.

A crítica mordaz de Marc Perelman ao papel e ao lugar do esporte na cultura, à qual retornarei com bastante frequência até o final desta discussão, sugere, por exemplo, que

nenhum raciocínio sustentado, lógica conceitual, estratégia cuidadosa ou mesmo dúvida são necessários para compreender a natureza da competição atlética. Tudo o que os competidores precisam fazer é correr, pular, jogar e nadar, embora cada vez mais rápido, cada vez mais longe! Os corpos dos atletas, conseqüentemente, estão cada vez mais sujeitos a um regime de treinamento permanente, de especialização precoce, de visualização extrema de corpos deformados por esforço suportado numa variação restrita (PERELMAN, 2012, p. 26).

Embora essa descrição possa esclarecer alguns aspectos da execução do esporte profissional por atletas profissionais, ela delimita a repercussão do investimento no esporte e suas implicações sociais mais amplas. Séries animadas como *Futebol galáctico* e *Supa strikas* repensam essa versão da “visualização extrema” a fim de posicionar regimes de esforço dentro de diferentes modelos de conquista que vão além da mera proeza física. A “variação restrita” observada por Perelman é desafiada na representação animada, que reitera culturas corporais alternativas que podem inspirar as crianças de maneiras diferentes, para além da prática utilitária. Embora Perelman receie que o esporte competitivo “não signifique o esporte no sentido da brincadeira, de uma atividade desinteressada, lúdica, livre e sem objetivos materiais” (2012, p. 27), as intervenções da animação transformam o “esporte competitivo” num ato de brincar que incentiva a ação tanto dos personagens dos programas como das crianças e dos pais que os assistem. Perelman também dá um fim à possibilidade de o esporte ter função de “arte”, afirmando que “o esporte competitivo não é, portanto, uma denúncia da realidade cotidiana, mas seu oposto; um redobrar sombrio dessa realidade. É, pelo contrário, antiarte pois, por trás da promessa de libertação, busca-se apenas a sua reificação” (2012, p. 25). O esporte animado assume essencialmente essa reificação como premissa central e reitera que a prática material pode ser repensada e redefinida de várias maneiras, para além da função de competir e vencer. As tecnologias da visualização animada fornecem a plataforma que permite à atividade ligar-se também ao prazer, à curiosidade, resolução de problemas, conhecimento do corpo, desenvolvimento de habilidades, segurança e confiança físicas e identidade e individuação progressivas. A animação transporta o esporte para além de qualquer visão limitada de sua função puramente competitiva com foco em vitória, aproximando-o de uma multiplicidade de discursos que levam em consideração todas as condições pelas quais alguém pode participar e/ou não ganhar, profissional ou amador, torcedor ou espectador, adulto ou criança.

Perelman (2012, p. 83) continua a preocupar-se com “a tecnologia que toma posse do olho e do olhar”, citando as múltiplas “telas” num estádio como superfícies

enganosas e ilusórias que criam um espaço cada vez mais opressivo e alienante entre o corpo (do observador e do praticante de esportes) e sua representação. Essa posição está parcialmente de acordo com a ideia do panóptico de Foucault como uma agência controladora na gestão da observação e do comportamento, mas todas essas perspectivas privilegiam a ideia das infraestruturas e do contexto na apresentação da imagem, em vez de se envolver com a natureza fluida da própria imagem. No entanto, à medida que nos movemos pelo espectro da animação, fica claro que a animação está sempre preocupada com exatamente essa fluidez e maleabilidade e, nessa qualidade, usa as suas tecnologias para colocar em primeiro plano o “olhar”, ao interromper constantemente as expectativas do que pode ser visto. Isso é muito importante no que diz respeito ao lugar da animação nos efeitos visuais, por exemplo, e pode ser avaliado aqui por meio da particularidade do *marketing* e dos comerciais esportivos. Grandes empresas como Nike e Adidas confiam profundamente no uso da animação tradicional e de efeitos visuais animados para aprimorar e propagar sua identidade visual (GOLDMAN; PAPSON, 1998). A história dos comerciais de televisão caracteriza-se por uma ampla trajetória na qual a publicidade deixou de fazer propaganda de produtos, como fazia inicialmente, para promover a identidade da marca e, nos anos mais recentes, privilegiar narrativas associativas (KLEIN, 2000). Isso representou essencialmente uma mudança no *marketing* esportivo, no qual há menos *marketing do esporte* e muito mais *marketing por meio do esporte* (BLAKEY, 2012). Se, num primeiro momento, a ideia era promover uma chuteira ou um bastão, o que passou a ser priorizado foram os *valores* inculcados na marca que os fabrica, o que, por sua vez, abriu caminho para a criação de narrativas empáticas que põem em foco a *experiência* da prática e do estilo de vida esportivos. Tais mudanças de abordagem buscavam atrair um público mais abrangente e cativar amadores e profissionais, jogadores e torcedores. A animação desempenhou um papel importante em todos esses aspectos dos comerciais esportivos, mas aqui desejo explorar alguns exemplos da campanha da Adidas “Impossible is Nothing” (“Nada é Impossível”), que usou tecnologias de animação para representar *literalmente* tal afirmação, reproduzindo o “impossível” dentro dos regimes de representação e, dessa forma, concretizando a aspiração implícita no *slogan* como um possível resultado na realidade material ou, no mínimo, na experiência de “fantasia” do dia a dia.

Nesses comerciais, frequentemente transcendem-se o tempo e o espaço de modo a salientar a prova aparente de que nada que se possa imaginar, almejar ou desejar é impossível de atingir se puder ser visualizado de maneira eficaz e convincente em intervenções animadas. Efeitos animados hiper-realistas são usados, por exemplo, em *Impossible field* (*Campo impossível*, 2005), no qual aparentemente uma partida é disputada num campo de estrutura metálica suspenso, que serve de palco a um

futebol vigoroso com acrobacias aéreas, carrinhos sobre vigas precárias, chutes a gol com saltos arriscados. Alguns dos maiores jogadores de futebol do mundo, incluindo David Beckham, Kaká, Raul e Michael Ballack, enfrentam um time de oposição “sem rosto” cujos jogadores caem da estrutura quando são derrotados pelas extraordinárias habilidades técnicas dos jogadores de elite que usam as chuteiras da Adidas. Kaká, por fim, marca um gol com um chute de bicicleta extraordinariamente atlético, e a bola, de tão forte, leva o goleiro para dentro da rede, que é arrancada das balizas e cai no abismo abaixo, quase como numa história em quadrinhos. Novamente, o *hiperatlético* torna-se *hiperestético* – o corpo e o jogo são recontextualizados de uma forma que ultrapassa limites materiais e imagina um estado de coisas desafiador, porém mais livre. A partida, apesar de acelerada e espetacular, é de fato “impossível”, mas a animação a torna possível, plausível e crível. A animação confirma as maneiras como o terreno aparentemente inegociável foi não apenas naturalizado, mas feito para operar como um contexto que se tornou “nada” diante dos talentos que nele jogam.

Em *Dare to be brazilian (Ouse ser brasileiro, 2013)*, isso está localizado na mente do jogador. Quando cada um dos jogadores brasileiros recebe a bola, a câmera parece entrar em sua cabeça para mostrar qual foi sua experiência de formação no futebol ou qual é sua preocupação ou motivação. A capacidade da animação de penetrar e ilustrar esse espaço psicológico pode ser amplamente evidenciada nesse comercial, e isso fica mais explícito na sequência em desenho animado que retrata o zagueiro David Luiz lembrando-se de seu técnico o repreendendo por não ter corrido atrás dos atacantes que o ultrapassavam. De repente, em sua imaginação animada, ele se torna um zagueiro enorme e musculoso que ultrapassa os atacantes e defende um chute na linha de gol com um chute no ar espetacular, uma façanha que ele repete em *The last game (O último jogo, 2014)*, também da Nike, no qual a seleção do resto do mundo (ou World XI) enfrenta um time de jogadores robóticos idênticos. Luiz dribla a bola de modo acrobático várias vezes antes de chutar por cima de sua própria cabeça, salvando o time de uma derrota iminente, mas, sobretudo, preservando a chama criativa e estética do esporte contra o medo de seu inimigo utilitário e funcional. É nessa representação que a animação é colocada em primeiro plano como um conjunto de aplicações tecnológicas que insistem na “arte” como sujeito e objeto de expressão. O “olhar” foi apropriado aqui para usar as formas estéticas como o veículo para defender a diferença atlética diante dos medos de Perelman de o corpo se tornar um mero instrumento, e os torcedores, meros patetas manipulados pelo capital.

Para Perelman, isso fica claro na estética esportiva dominante, que “não se conecta às formas clássicas da arte visual (pintura, escultura, arquitetura)”, mas

corresponde a uma forma nova e independente: o efêmero, a precária associação com o brutal sob o domínio de uma certa técnica de esboço que pode ser

vista nos movimentos cansados dos jogadores automatizados, treinados para repeti-los incessantemente, expostos ao olhar mundial habituado ao esporte através das diferentes telas (PERELMAN, 2012, p. 96).

A animação, é claro, se relaciona, sim, com as formas clássicas da arte visual, já que as reinventa e usa o efêmero como seu próprio tema. *Impossible field, Dare to be brasilian* e *The last game* são declarações contrárias à noção de “jogadores automatizados” e usam a técnica atlética como um método para promover a estética alternativa que revigora (e potencialmente radicaliza) até mesmo o mais habituado dos olhares baseados em tela. A animação essencialmente examina tanto a tela quanto o olhar – uma perspectiva que é ilustrada na resistência da Adidas à noção de brutalidade física como espetáculo, ao adotar uma abordagem mais suave em que esportistas exploram suas próprias experiências, que depois são animadas em vinhetas biográficas⁸.

Nesses comerciais da marca, os desenhos de boneco de palito narram a história do atleta, mas, sobretudo, provocam empatia e comovem os espectadores, ao recordarem suas próprias infâncias e abraçarem a simplicidade aparente da expressão. Essa é literalmente uma “técnica de esboço”, mas é parte de um entendimento fundamental de que mesmo as maiores estrelas do esporte podem ter origens humildes, vivenciar dificuldades; e, como qualquer espectador do outro lado da tela, eles também desenharam seus pensamentos e sentimentos quando eram crianças. Essa estética parece enraizada no vernáculo visual de inocência e inexperiência; ela evoca um sentido de formação do inexperiente, do inato, do qual todos podem compartilhar e se inspirar e que, principalmente, pode operar fora dos limites de controle social e visual de Perelman. O jogador de críquete Sachin Tendulkar lembra que seu treinador colocava uma rupia no topo das balizas (ou *stumps*), e quem arremessasse para Tendulkar a ganharia. A lembrança é desenhada em estilo simples e a moeda é colocada sobre as balizas. Naturalmente, isso apenas aperfeiçoou a técnica de rebatida de Tendulkar, pois ele nunca deixava a bola passar e sempre ganhava a rupia. “Não importa o nível que alcance, você sempre pode melhorar”, diz Tendulkar, deslocando sua narrativa para além do sucesso esportivo e do espaço do mercado e da mídia, colocando-a na esfera do *coaching* de vida e da filosofia da experiência. Essa é a sabedoria que surge de fazer e pensar – de dominar a tecnologia, em vez de simplesmente estar à sua mercê. O desenho infantil propicia um “enraizamento” vernacular que conecta todas as pessoas

8 N.E. No texto original, o autor informa que a série de vinhetas da Adidas é chamada *This is my story*, frase que é repetida por cada um dos personagens após se apresentar. No entanto, a série é apresentada comumente com o título *Impossible is nothing*. Para assistir ao vídeo biográfico do jogador de críquete Sachin Tendulkar, acesse o link https://www.youtube.com/watch?v=_6-6QAMidv4.

e enfatiza que atingir sucesso requer não só esforço e luta como também talento inato. O hiper-realismo de *Impossible Field* é substituído pela animação desenhada à mão de expressão infantil, mais personalizada, que é usada para passar da concepção de um espaço material para a representação de um espaço mais psicológico e emocional, valorizando a memória como uma forma de humanizar e individualizar a experiência humana para além das suposições de Perelman de que a cultura de massa padroniza a existência contemporânea.

Esse sentido de individuação na experiência esportiva pode ser identificado mais a fundo quando nos deslocamos no espectro da animação para as áreas de *games* e realidade virtual. A adoção “recostada” da estética da animação cinematográfica e televisiva é substituída pela imersão “inclinada para a frente” nos mundos dos *games* e na experiência virtual. Como consequência, Stewart Ross (2008) levantou a questão “a tecnologia está melhorando o esporte?”, usando práticas contemporâneas para especular sobre os futuros mundos do esporte e seu potencial utópico ou distópico. A interface entre os mundos virtuais animados e seus equivalentes materiais é extensa e crescente – a jogabilidade de práticas esportivas torna-se cada vez mais sofisticada à medida que a tecnologia e o *software* permitem que os jogadores se envolvam com mais facilidade na execução de movimentos imitativos e arriscados. Em 2016, Parkin fez a seguinte observação sobre o jogo de futebol *FIFA*, da desenvolvedora EA Sports:

Em qualquer domingo, o dia em que é mais jogado, mais de 200 milhões de partidas do *FIFA* acontecem em salas de estar, escritórios e quartos ao redor do mundo. A série vendeu mais de 150 milhões de cópias, e sua popularidade se estendeu muito além do mundo do futebol (PARKIN, 2016).

Para os propósitos desta discussão, quero apenas ressaltar que poucas pessoas desse grande número pensarão que estão jogando com “animação”; o que provavelmente reverbera em seus pensamentos é a noção de que estão, de certa forma, jogando um “esporte” (a partir disso, não é difícil perceber por que os próprios *games* se tornaram, possivelmente, um esporte em si mesmo e encontram-se na extremidade direita do espectro da animação).

A simulação eficaz que os *games* fazem do esporte – “está no jogo”⁹ – é um reconhecimento da adaptabilidade da animação à replicação não apenas da prática esportiva, mas da maneira como esta foi transmitida, apresentada e estetizada. O uso da captura de movimento permitiu que os atletas no *game* se parecessem e se movimentassem mais propriamente como atletas reais, mas nenhum movimento é estetizado por si só até estar sujeito às intervenções mais detalhadas relativas ao

9 N.T.: Tradução de “it’s in the game”, *slogan* proferido concomitantemente ao logotipo da EA Sports na vinheta de introdução dos jogos *FIFA*.

gestual, à fluidez e ao reconhecimento de sentido implícito que parecem dar vida aos jogadores. Igualmente, o ambiente, a execução do *game* e a natureza da experiência também são aprimorados:

As equipes apertam as mãos na frente de placas de patrocinadores realistas, dentro de recriações digitais meticulosas de estádios do mundo real, do Wembley ao Suita City do Gamba Osaka. Torcedores virtuais entoam os hinos reais de seu time e xingam o árbitro – mesmo quando ele age corretamente (o árbitro virtual é programado para ser onisciente e infalível) (PARKIN, 2016).

Isso é sustentado por uma análise de dados sofisticada que ajuda a determinar a presença e a identidade do jogador e está estreitamente ligada aos tipos de dados empregados na ciência do esporte em relação aos regimes de monitoramento e treinamento. A animação é simplesmente fundamental para os processos de visualização de dados que criam e desenvolvem essas posições de representação. Contudo, é importante lembrar que, ao longo da história da animação, desde os anos pioneiros da Disney, a ambição de criar maiores graus de “realidade” nas representações fracassou uniformemente ao tentar ser convincente – um argumento comprovado nos debates sobre o apogeu hiper-realista de *Final fantasy: the spirits within* (direção de Hironobu Sakaguchi, EUA/Japão, 2001) e na afirmação, hoje banal, de que uma evidência seria a teoria do “vale da estranheza”. A equipe da Disney, mesmo enquanto impulsionava o desenho animado na direção de uma estética clássica mais hiper-real, percebeu que isso se baseava mais na *convicção* caricatural do que na imitação direta da realidade, e, sobretudo, que se tratava de apreender a *experiência percebida* e a *narrativa tácita embutida* no movimento, e não qualquer prática imitativa. Assim, fica claro, por exemplo, que as animações de chutes nos jogos do *FIFA* ou no *PES (Pro-Evolution Soccer)* da Konami não são recriações precisas do chute real, mas convidam à intervenção do jogador e à criatividade. Citando o crítico de videogame Steve Burns, Parkin observa

que, ao usar animações mais ágeis e cartunescas quando, por exemplo, um jogador digital pula para dar uma cabeçada ou exhibe-se ao dar uma bicicleta, o *PES* reproduz melhor como imaginamos a sensação de ser um jogador de futebol profissional superatletico, e não a realidade precisa (PARKIN, 2016).

Portanto, essa “animação de jogos”, ou *motion graphics*, ainda atende aos mesmos imperativos a fim de tornar os *games* estéticos e atléticos, mas aproximando essas práticas aos atos de percepção e recepção no espectador, participante ou jogador.

Esse se tornou um modelo de engajamento ativo na pesquisa em realidade virtual (RV) da Universidade de Stanford, que trabalha com equipes da National Football

League para ampliar o uso da RV nos regimes de treinamento de futebol americano¹⁰. A partir do *game* de futebol americano *Madden*, da EA Sports, tal pesquisa busca usar animação e, cada vez mais, realidade aumentada para ajudar os jogadores a treinarem várias posições tangenciais às suas reações, e durante, diferentes jogadas. Esse tipo de visualização é importante para antecipar as rotas seguidas pelo ataque e para simular algumas das maneiras como a defesa pode tentar impedir as ofensivas em potencial. E, mais importante, essa preparação em tempo real e virtual pode ser usada para aprimorar as habilidades de observação necessárias, tão vitais no jogo, ainda que frequentemente negligenciadas na percepção do jogo dentro do modelo “brutaliza” ou de “técnica de esboço” de Perelman. Com esse tipo de aprendizagem, o treinamento físico pode obter diferentes resultados, e os jogadores estarão menos sujeitos à possibilidade de lesão. A experiência imersiva *dentro* do ambiente animado e entre os personagens animados incentiva um diferente relacionamento empírico com o virtual, novamente guiando os participantes para além de uma função instrumental e em direção a um papel mais intuitivo e perceptivo. Essencialmente, contudo, é uma experiência que se baseia em sentimentos e ações *somáticas* e que está mais próxima do comportamento aumentado.

O espectro da animação pode ser ilustrado de inúmeras maneiras em relação à prática esportiva contemporânea (WELLS, 2014; 2017), e este ensaio buscou elucidar isso, assim como encontrar um vínculo intrínseco e inerente entre a animação e o esporte por meio de suas tecnologias relacionadas e as aplicações destas. Além disso, esta análise argumentou que a animação como um exemplar de prática esportiva evidencia a presença social e a influência do esporte de maneira afetiva e progressiva. Perelman sugere que “a visualização perpétua do esporte é a dimensão mágica da [...] globalização por meio de imagens, a paixão por esporte tornada universal pela paixão por imagem, ou ‘iconomania’” (2012, p. 91). Entretanto, essa visualização do esporte costuma ser marcada pelo papel das lentes e das ortodoxias do realismo fotográfico e dos códigos e convenções de transmissão; para Perelman, é esse modelo de cultura de tela que define os aspectos mais opressivos e exploradores da presença sociocultural do esporte. Esse ponto de vista, contudo, fixa um modelo de “iconomania” e limita a natureza da compreensão e do letramento visual contemporâneo. O espectro da animação e suas aplicações no esporte, portanto, insistem numa *animificação* do social em que a representação visual seja móvel, liminar e desenvolvente, acentuando o funcional e expandindo o movimento com narrativas centrais de expressão e experiência. Essa intervenção altamente consciente, tanto retórica quanto enunciativa, oferece perspectivas e pontos de vista alternativos que promovem o somático, o óptico e o perceptivo como veículos de habilidade e conhecimento tão significativos quanto

10 Acessar em www.nfl.com/videos/nfl-next

o intelectual e o conceitual. A *animificação* é ubíqua, mas não apenas se inspira como simultaneamente está imbuída da consciência estética e tecnológica que não raro desestabiliza a certeza política e ideológica e oferece a possibilidade genuína de criatividade democrática para todos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEST, David. "Art and sport". *Journal of Aesthetic Education*. Illinois: University of Illinois Press, v. 14, n. 2, 1980.

130 BLAKEY, Paul. *Sport marketing*. Exeter, United Kingdom: Learning Matters, 2011.

CRAFTON, Donald. *Before Mickey: the animated film 1898-1928*. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

GOLDMAN, Robert; PAPSON, Stephen. *Nike culture. The Sign of the Swoosh*. London: Sage, 1998.

KLEIN, Naomi. *No logo*. London: Flamingo, 2000.

PARKIN, Simon. "Fifa: the video game that changed football". *The Guardian*, London, 21 dez. 2016. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/21/fifa-video-game-changed-football>.

PERELMAN, Marc. *Barbaric sport: a global plague*. London: Verso, 2012.

ROSS, Stewart. *Higher, further, faster*. London: Wiley, 2008.

RYALL, Emily. *Philosophy of sport: key questions*. London & New York: Bloomsbury Sport, 2016.

SOBCHAK, Vivian. "Final fantasies: computer graphic animation and the (dis)illusion of life". In: BUCHAN, Suzanne (org.). *Animated Worlds*. Eastleigh: John Libbey, 2006.

WELLS, Paul. *Animation, sport & culture*. Basingstoke & New York: Palgrave Macmillan, 2014.

WELLS, Paul. *The beautiful frame: animation & sport*. Manchester & Loughborough: National Football Museum/Loughborough University, 2017.