

MUSEU DA PESSOA

História

Aída Maria Barbosa de Queiroz

História de: [Aída Maria Barbosa de Queiroz](#)

Autor: **Museu da Pessoa**

Publicado em: 07/12/2009

Tags

- [Comunicação institucional](#)
- [Petrobrás](#)
- [trabalho](#)

História completa

IDENTIFICAÇÃO Meu nome completo é Aída Maria Barbosa de Queiroz, nasci em 22 de fevereiro de 1960 em Governador Valadares, Minas Gerais. TRAJETÓRIA NA ÁREA CULTURAL Na verdade eu estudei em Minas, na Escola de Belas Artes da UFMG e, no último ano de especialização, eu fiz desenho, ateliê de desenho. Na época – isso foi em 1983, 1982 – tinha um professor da área de cinema que gostava muito de animação e eu estava fazendo algumas matérias eletivas de cinema. Ele passou alguns filmes do Norman McLaren, um canadense do National Film Board. Acho que a partir desse dia mesmo é que eu falei: “É isso que eu quero fazer na minha vida.” Só que, na época, a gente não tinha informação nenhuma, você não tinha livro, eu não sabia como fazer uma animação e comecei a fazer por conta própria, da maneira que a gente achava que era. Na época, o Marcos Magalhães, que também é um sócio do Anima Mundi, tinha acabado de fazer um filme no National Film Board. E ia ter um concurso pra 10 pessoas no país inteiro pra fazer um curso de dois anos num acordo entre a Embrafilme e o National Film Board. Então eu me inscrevi pela Embrafilme. Ele deixou uns papéis, ele andou pelo país inteiro em todas as capitais chamando as pessoas para quem quisesse se inscrever. Eu me inscrevi, passei, me chamaram e fui uma dessas 10 pessoas selecionadas. Estudei dois anos com os canadenses aqui no Rio. Quando eu vim pro Rio, fiz um curta, aliás, dois curtas nesse meio tempo e depois comecei a trabalhar efetivamente com animação. Montei uma produtora com o César Coelho, que é um outro sócio do Anima Mundi. A gente tem um estúdio hoje em dia e produz animação, tanto pra área comercial como institucional e cultural. Há 12 anos a gente resolveu, então, fazer o Anima Mundi, o festival. ANIMA MUNDI Eu acho que o Anima Mundi foi um grande marco. Foi uma época meio conturbada aqui no Brasil, o cinema também quase foi desativado totalmente, em 1990. O cinema de animação nem se fala, porque, na verdade, ele nem existia, tinha alguns casos isolados, iniciativas individuais de autodidatas, um pessoal um pouco mais velho que tentava fazer alguma coisa, fazia, produzia-se animação comercial em São Paulo. Era a única coisa que a gente tinha e não tínhamos informação nenhuma do que estava acontecendo fora do Brasil, não tínhamos mais como produzir curta-metragem. Você não tinha como sair do Brasil pra ver o que estava acontecendo lá fora em outros festivais. A gente estava sem produção e aí resolvemos montar uma pequena mostra: “Já que a gente não pode sair e ver, vamos trazer a animação pra cá, pra dentro do país, ver o que acontece, se ela tem uma boa aceitação.” A gente acreditava que ia ter e começamos com uma pequena mostra em 1993, que foi o primeiro ano do festival. Trouxemos blocos fechados, assim, vários filmes canadenses através do National Film Board, vários filmes russos através do Studio Pilot, vários filmes ingleses através do British Council e então eles ajudaram e trouxeram esses filmes através do Itamarati. Enfim, era bem mais simples e começou no Rio, no CCBB – Centro Cultural Banco do Brasil, em 1993. Nessa época já lotou. Estourou desde o primeiro ano, foram sete mil visitantes em 10 dias, era muita coisa. Era uma salinha pequena para 100 pessoas só, que tinha programação, e mesmo assim lotou, foi impressionante. E a partir daí, como fez sucesso no primeiro ano, se repetiu no segundo. A gente foi modificando o Anima Mundi na estrutura, não no propósito, porque eu acho que o que fez o Anima Mundi mesmo dar certo foi a proposta dele como projeto. Não era mostrar filmes simplesmente, a gente não queria isso, a gente sabia que precisava formar platéia, formar público. As pessoas conheciam Hanna Barbera na TV, Disney no cinema e mais nada. Então, o que a gente fez? Acharmos importante formar essas pessoas, uma vez que estávamos trazendo animação produzida no mundo inteiro. ORGANIZAÇÃO DO EVENTO O festival cresceu, a gente criou as oficinas dentro do festival que existem até hoje. Eu acho que é a parte de maior sucesso dentro do festival. Onde você desenvolve várias técnicas de animação que são apresentadas pro público, que entra, faz sua própria animação, vê o resultado na hora, fica super feliz. Entende como é feito e vai assistir ao filme. Então ele tem outro olhar pra assistir a esses filmes, sabe como são feitos e também normalmente têm exposições sobre animação, tem workshop pras pessoas mais especializadas, tem um papo animado, que são palestras com convidados internacionais, que falam sobre o seu trabalho. O voto é popular. O mais importante é o voto do público, todo o público vota quando sai a premiação do Anima Mundi. ANIMA MUNDI Eu acho que houve uma mudança, se você pensar em termos de animação hoje, é só pensar assim o que era animação no Brasil antes do Anima Mundi e depois do Anima Mundi. Hoje, 12 anos depois, o maior número de inscrições são brasileiras – você tem que levar em consideração que houve

ano que não teve nenhuma inscrição do Brasil, foi o terceiro ano do festival. Então, hoje a gente tem 180, 220 inscrições, de onde a gente seleciona alguns. O mercado se expandiu. Hoje mesmo está sendo feita uma seleção para o Ministério da Cultura de longas-metragens em animação. O MINC vai produzir, financiar a pré-produção de três longas em animação, para que possam depois buscar o patrocínio. A pré-produção é o desenvolvimento de storyboard, de roteiro, de estudo de personagens, de detalhamento desse roteiro. Foram selecionados 43 projetos de longas-metragens em animação. Então, no Brasil, agora já está definido, é uma linguagem artística que parece muito com o nosso povo, com a gente, por causa do humor, da sutileza, da própria linguagem de animação, ela tem uma resposta muito boa do nosso público. Isso é o que a gente chama de casamento perfeito. Casou: público brasileiro e cinema de animação, pela própria cultura, nosso jeito de ser.

PATROCÍNIO PETROBRAS Eu acho que o festival também tomou um grande corpo a partir da entrada da Petrobras – já são oito anos. É um projeto de continuidade e eu acho a importância de uma empresa, de um patrocinador, que acredita no projeto, vê o que acontece a cada ano e o projeto responde. Esse evento responde de maneira positiva, mas tudo isso devido mesmo ao patrocínio de continuidade. Então, você cria, você pode construir seu evento, seu projeto a partir do que você capta, do que você tem de patrocínio e com isso a gente pode planejar o Anima Mundi sem nunca desviar, sempre mantendo esse propósito de formação de público, divulgação, promoção do cinema de animação, difusão dessa arte no Brasil por acreditar que tinha a ver com a nossa cultura, que era muito próximo da gente e o resultado é esse, realmente a gente acertou. Ainda bem, porque eu sou animadora, meus sócios também são e a gente trabalha com isso e, também, do Anima Mundi começaram a sair vários desdobramentos. Quando a gente fala da consolidação mesmo dessa linguagem, têm vários países – acho que mais de 12 que já fizemos – que pedem mostras brasileiras de animação pra passar lá. A gente monta uma mostra e manda os filmes brasileiros pra representar o Brasil e sempre são muito bem recebidos, sempre vai público pra ver. Temos o Brasil representado lá fora através do cinema de animação. Além de Rio e São Paulo, onde já existe o Anima Mundi tradicionalmente, agora a gente está começando a sair um pouco desse eixo já tem dois anos, pra Brasília, Belém, Vitória; agora a gente está tentando ir pra alguma capital do Nordeste. O Festival vai se expandindo aos poucos e de forma sólida, de maneira sólida, como aconteceu no Rio e São Paulo. Cada ano você modifica um pouquinho, adapta, melhora, vê o que pode melhorar. Ele está se construindo mesmo, como a cultura, a cultura não é todo dia, modifica um pouquinho, ela não é construída no dia-a-dia? Assim é o Anima Mundi, sempre se construindo, modificando, se adaptando e investindo, trazendo coisas novas.

ÁREA CULTURAL Eu acho que depende um pouco de como que você enfoca isso. Se você fala: “vou trabalhar com cultura”, mas o que exatamente da cultura? Na questão do Anima Mundi, como foi um acerto, houve uma resposta muito boa do público de um modo geral, inserir ele na nossa cultura foi muito fácil, não foi uma coisa difícil, quer dizer, claro que foi fácil em relação assim, se você pegar algum aspecto do interior de Pernambuco, alguma coisinha que só aconteça lá mas que é um aspecto cultural, é uma cultura, é mais difícil você trazer isso para um grande público que está localizado aqui na região Sudeste. Então, eu acho que depende de tantas coisas, mas de um modo geral acho que pelo menos tem uma atenção maior pra isso, já é uma coisa que vem sendo discutida há muitos anos. As empresas estatais foram as primeiras a se posicionarem em relação a isso e foi muito importante porque, mesmo que as empresas privadas entrem depois, o primeiro passo foi dado por empresas estatais, é bom a gente sempre lembrar disso. De qualquer maneira, mesmo que seja um projeto de sucesso ou de grande público ou não, o início, ele precisa do patrocínio total, sempre. Ele em alguns momentos vai caminhar por conta própria – o que eu te falo – alguns desdobramentos do Anima Mundi caminham por conta própria, essas idas mesmo pra outras cidades. O Anima Escola, que são as oficinas do Anima Mundi, vai pras escolas públicas, aí já é um outro tipo, não é bem patrocínio mas alguém que compra essa idéia e coloca nas escolas, a partir daí você começa a movimentar de outra forma essa verba que não é necessariamente de patrocínio. Agora, pra um evento, pra um teatro ou pra alguma festa, alguma coisa popular, você precisa desse incentivo que existe do patrocinador cultural e o que eu acho importante, que a visão está mudando. Achava ruim quando alguém: “Ah, tem que ter patrocínio, as pessoas têm que olhar, têm que entender”, mas de um modo choroso, não é por aí, é um negócio, você apresenta um bom produto, você apresenta alguma coisa de qualidade que sabe que vai ter retorno e o patrocinador, a empresa ganha. Porque isso é bom pra imagem dela, se ela está ligada a uma coisa que é simpática ao público, faz parte da cultura dele, que ele está inserido, que está tocando, então é bom pra imagem da empresa, na verdade é um investimento que ela faz nisso também, é isso que ainda falta algumas empresas entenderem e que as empresas estatais saíram na frente, principalmente a Petrobras, que é a maior delas hoje em dia em questão de investimento cultural.

ANIMA MUNDI / PATROCÍNIO Significou isso: a gente pôde aumentar a estrutura, oferecer mais atividades que a gente achava que eram importantes para o público. Você aumenta o número de oficinas, antes você oferecia três oficinas com três técnicas, 2D – Desenho Animado propriamente dito –, massa de modelar e zootrópio, que é animação em círculo. Agora a gente já tem areia, já tem computação gráfica, tem recorte e uma série de outras técnicas que as pessoas podem experimentar. Você traz mais filmes, isso te permite inserir países diversos dentro da mostra, você traz mais convidados, você vê perfis diferentes desses convidados, você aumenta a premiação, você coloca categorias novas dentro do festival, esse ano mesmo entrou Futuro Animador, que são animações feitas por crianças. Essas crianças estão fazendo filme agora e que daqui a 10 anos, com certeza, serão profissionais, muitos deles. É uma maneira de você incentivar isso. A gente criou também um panorama com filmes que ficam fora da competição, mas que a gente acha que vale a pena serem mostrados e serem vistos de alguma forma. Isso tudo você vai fazendo porque conta com o patrocínio certo, sabe onde pode aumentar nessa estrutura e o que mais pode oferecer. Com a entrada da Petrobras, eu acho que houve essa modificação. A partir do momento que se pode contar com certeza com um patrocínio sólido, de continuidade, você pode também planejar de que maneira a fazer o seu evento crescer e cumprir o objetivo dele.

CRESCIMENTO DO EVENTO Em termos numéricos, no primeiro ano, a gente teve um público de aproximadamente seis, sete mil pessoas. Nesse ano agora, 2004, foram 93 mil. Salas, são várias No Rio, são cinco espaços, dois grandes, que é Odeon BR e uma praça que a gente monta. Montamos um cinema ali no corredor cultural, na Praça do Centro Cultural dos Correios e que também atende a mais de 700 pessoas por sessão, são as duas maiores salas com sete sessões por dia e todas enchem, todas lotam. Tem ainda uma sala dentro do CCBB, tem Estação Botafogo, que também hoje em dia está no Rio, e mais salas também dentro do CCBB. Em São Paulo, a gente, às vezes, monta em salas separadas, espalhadas pela cidade ou como no ano passado que foi todo feito dentro da Fundação Bienal. Construímos três grandes salas dentro do prédio da Fundação, mais o estúdio aberto, mais estandes de patrocinadores e de empresas, praça de alimentação. Foi feita uma cidade de animação mesmo dentro da Fundação Bienal e que atendeu por volta de 45 mil pessoas em São Paulo em cinco dias. É bastante. Onde o Anima Mundi vai, tem um público cativo que não vai, às vezes, pelo lugar, mas pra ver o que tem pra assistir e estar próximo ao Anima Mundi. Em São Paulo, a gente vê que isso acontece muito, onde o Anima Mundi está acontecendo as pessoas vão, é um pouco diferente do Rio, que as pessoas já vão mas tem um lugar fixo, há anos que acontece ali, as pessoas já vão sabendo onde é.

PETROBRAS PATROCÍNIO CULTURAL Eu brinco que é o nosso Ministério da Cultura Porque é verdade, é a maior patrocinadora. É isso que eu te falo, é aquela visão: “Ah, mas a Petrobras é gigante, tem muitos recursos” Sim, todo mundo sabe disso, mas existem outras empresas do setor de banco, no setor de telefonia, tudo que também tem um excelente rendimento e que não investem feito a Petrobras de jeito nenhum. Acho que a Petrobras é sim a grande responsável por essa mudança na questão

cultural, uma mudança boa, benéfica, das coisas estarem chegando até a gente, hoje em dia você tem mais informação de coisas que acontecem – isso que eu te falo – no interior do nordeste ou no sul ou no centro-oeste, fala: “Pôxa, eu nem sabia que tinha essa tradição” Agora a gente já fica sabendo, isso chega até a gente, está tendo mais movimento mesmo porque as coisas começam a acontecer de verdade, não estão confinadas. Eu acho que a grande importância, talvez seja bom mesmo, a Petrobras tirou a cultura do confinamento que ela se encontrava, se encontrava meio que confinada mesmo nos seus nichos e agora não. ANIMA MUNDI / OUTROS PROJETOS O projeto do Anima Mundi não falta, a gente vai sempre um pouco avançado. Agora mesmo tem dois projetos: um é de montar uma escola de animação no Brasil, de formação mesmo, com curso de quatro anos de formação, nem precisa ser necessariamente curso superior, mas depende, óbvio, de uma série de investimentos e trazer pessoas qualificadas, fazer um curso de qualidade porque achamos – isso ainda não tem no Brasil – e temos certeza que existe uma demanda pra formação dessas pessoas e que o talento é do nosso traço cultural, é um povo muito criativo, todo mundo fala isso, e não vai ser diferente, não poderia ser diferente na animação que é onde as pessoas se exprimem de forma tão livre. Uma escola e a outra é a gente ter um lugar – não sei se seria bem um museu, não sei nem se seria esse o nome de Museu Anima Mundi, talvez – mas um lugar onde a gente pudesse ter todo o acervo bem conservado e disponibilizado para o público. Porque hoje temos um acervo de mais de três mil filmes guardados e que muitos estão correndo o risco de se perderem porque estão em VHS e a gente tem que digitalizar, de todos os filmes que já passaram no festival, a maior parte deles. Tem artes maravilhosas de filmes que alguns autores mandam pra gente. E agora com a publicação do livro Animation Now, que é de nossa autoria, a gente pediu as artes dos livros e muitos autores mandaram, então temos os originais, muitos deles dos livros, o que seria uma galeria maravilhosa e também disponibilizada. É uma parte da história da animação mundial de dez anos que está na nossa mão. [Tudo isso está] lá na sede, em Botafogo, que é como dá pra arquivar, é a maneira de guardar o que a gente conseguiu, mas não está de forma nenhuma guardado de forma adequada não. É uma preocupação nossa, não podemos perder isso tudo que foi sendo adquirido nesses anos todos. Então eu acho que esse é um próximo passo. Não é nem sonho, é uma questão de concretizar, porque temos que deixar isso pra quem está vindo agora, pros mais jovens. Isso está aí disponível, você não vai partir do mesmo ponto que a gente partiu há, no meu caso, há 20 anos atrás, quando não tinha nada, nada. Então um jovem que se interesse por animação hoje, se ele tem acesso a um acervo desse, ele não vai começar do zero, ele começa já bem adiantado, e a possibilidade dele desenvolver animação é muito maior do que a que a gente teve. É questão de história mesmo, de dar instrumentos, enfim, de resgate. PATROCÍNIO PETROBRAS Eu acho que a Petrobras já cobre todas as áreas. Se a gente for pensar, eu sei que na parte de música, com certeza, de preservação da nossa música, a parte de dança também sei, cinema, com certeza, a Petrobras é a que mais investe nisso tudo, artes plásticas, eu sei alguma coisa. É porque é difícil, quando a gente viaja pelo país, eu fico prestando atenção nisso, eu vejo muito a Petrobras em várias coisas, nem só na questão cultural, às vezes na preservação ambiental, tudo você observa: “É a Petrobras, ah, Petrobras” Na área cultural, eu acho que a Petrobras está no caminho certo, o que ela pode fazer é abraçar mais coisas, ficar sempre atenta a isso. Isso eu acho importante, aos olhos de quem seleciona os projetos culturais ou o que vai ser patrocinado, estar sempre atento ao que é novo, aos que são pequenos. Porque, se pensar, o Anima Mundi, quando a gente bateu na porta do patrocinador, eram quatro moleques com um projetinho na mão, mas quem viu teve a atenção de ver e falar: “Isso aqui é importante, pode ser que dê resultado.” Eu acho que também se fala em termos de Brasil geral e de todas as áreas culturais, a única sugestão é isso, quem seleciona ou as áreas que selecionam sempre prestar atenção aos iniciantes, aos que estão começando, porque dali com certeza é que vem a renovação, o que é novo e mantém o que já funciona, não tem por que descartar, mas ficar de olho em quem está aparecendo, isso é a cultura em movimento. PATROCÍNIO PETROBRAS – ANIMA MUNDI Quando a Petrobras entrou, o Anima Mundi já existia há três anos, mas ainda era bem pequeno, estava todo concentrado só na sala do Centro Cultural Banco do Brasil, na sala pequenininha de 100 lugares e uma de vídeo de 50. Já tinha um patrocínio pra acontecer nesse espaço. Com a entrada da Petrobras, a gente pôde expandir para o Corredor Cultural e, aos poucos, a gente foi se expandindo pra São Paulo. Quando a Petrobras entrou, tinha reclamação do pessoal de São Paulo: “Pôxa, vocês não vêm pra cá” Então foi quando o Anima Mundi pôde ir pra São Paulo, que é outro atendimento, é outro público e é muito grande também, você tem dois pólos. Modificou muito, mas ainda era um evento de porte, eu diria, pequeno e a Petrobras acreditou. SELEÇÃO PETROBRAS No primeiro ano, a Petrobras, na verdade, entrou com um aporte financeiro bem pequenininho e, está certo, eu também faria a mesma coisa pra ver o que é. E vendo o resultado, inclusive pra ela, no segundo ano a gente já começou a apresentar o projeto já definido, de como seria o festival e aí a Petrobras foi investindo ao longo dos anos e cada vez mais acompanhando o crescimento do festival, a gente mostrava a necessidade do festival se expandir e a Petrobras sempre bancando isso, porque é isso mesmo. O atendimento do público é muito grande, existe uma demanda muito grande, então é óbvio que vai chegar um momento que vai parar, mas, enquanto der pra atender essas pessoas num maior número possível, e isso só foi possível por causa da entrada da Petrobras. CINEMA DE ANIMAÇÃO - BRASIL Eu vou voltar a falar uma coisa que eu falei no início: devemos pensar sempre o que era cinema de animação no Brasil antes e depois do Anima Mundi, acho que já define a importância de se ter um patrocínio cultural. A gente fez a cultura do cinema de animação no Brasil acontecer, hoje em dia, já é um mercado, uma ferramenta de trabalho, uma linguagem de arte estabelecida dentro do nosso país e com um público, com profissionais, com demanda e com crescimento agora sem parar. Hoje você pensa assim: Anima Mundi tem 12 anos, então tem várias pessoas que estão com filmes participando do Anima Mundi e em outros festivais fora também. Claro que o primeiro contato foi nas oficinas, essas que são abertas ao público. Menino com 12 anos, hoje está com 24, está produzindo. Muitos profissionais vieram dali e é isso, nossa preocupação em trazer o maior número de informações possíveis pra quem está fazendo ou começando animação, ou já produzindo. Enfim, contato com coisas novas, com técnicas novas, o maior número possível, é essa a preocupação do Anima Mundi, ele é como uma mola propulsora durante um mês, que é o mês de julho, explode a quantidade de informação e de formação, isso se mantém durante o ano tanto com os desdobramentos do festival, como a própria produção de animação brasileira. MEMÓRIA DO PETROBRAS É uma honra, eu adorei poder vir falar de um projeto que a gente tem tanto carinho, tanto amor como o Anima Mundi. Então, o patrocinador te chama pra dar um depoimento sobre isso, sobre a importância dele, me senti muito honrada.