



**UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA**

DE QUE FORMA O STORYTELLING NO CINEMA DE ANIMAÇÃO TRANSMITE EMOÇÕES

[How animated cinema uses storytelling to communicate emotional themes]

Projeto de Graduação

Licenciatura – 3º ano – Ciências da Comunicação

José Salvador de Almeida Campos Maia Lopes

Orientador:

Professor Doutor Renato Essenfelder

Junho 2026

DE QUE FORMA O STORYTELLING NO CINEMA DE ANIMAÇÃO TRANSMITE EMOÇÕES

[How animated cinema uses storytelling to communicate emotional themes]

Projeto de Graduação

Licenciatura – 3º ano – Ciências da Comunicação

José Salvador de Almeida Campos Maia Lopes

Orientador:

Professor Doutor Renato Essenfelder

Junho 2026

Agradecimentos

Gostaria de agradecer, antes de mais, aos meus pais, que fizeram sempre tudo por mim e que, de uma forma ou de outra, estiveram presentes em cada decisão que tomei ao longo deste percurso. Sem eles, nada disto teria sido possível.

Ao meu orientador, Professor Doutor Renato Essenfelder, por quem tenho uma enorme admiração e gratidão. Agradeço a forma como acompanhou este projeto, sempre disposto a ajudar a transformar uma ideia que começou por ser bastante pessoal num trabalho académico com pés e cabeça.

Aos professores da Universidade Fernando Pessoa, que ao longo destes três anos me ensinaram a olhar para as coisas de forma mais crítica e mais atenta, e que, sem saber, foram também eles a confirmar-me que vale a pena defender aquilo em que se acredita, mesmo quando parece pouco convencional.

Ao meu avô Tozé e ao meu avô Mário, que sempre me ajudaram e que me fizeram crescer rodeado de cultura e de arte, mais do que possam imaginar. Foi um pouco por causa deles, e da forma como me ensinaram a olhar para o mundo, que acabei por chegar a este tema.

E, por fim, a mim mesmo, por nunca ter desistido de ser quem sou, por ter procurado sempre uma alternativa quando as coisas pareciam não ter solução, e por continuar, ainda hoje, a tentar seguir os meus sonhos.

Resumo

Este trabalho procura compreender de que forma o cinema de animação utiliza o storytelling para comunicar emoções e temas de tom mais pesado, como crises existenciais, depressão, medo ou a coragem de continuar, a um público de todas as idades. Partindo do enquadramento teórico de Wells (1998), Manovich (2001) e do monomito de Campbell (1949), aplicado ao cinema por Vogler (2017), o estudo analisa três filmes de animação de estúdios diferentes, Rango (2011), Soul (2020) e Surf's Up (2007), através de uma análise narrativa comparativa centrada no diálogo, no arco narrativo, nos recursos visuais e na mensagem geral de cada obra. A análise comparativa revela que, apesar de partirem de pontos de partida muito distintos, os três filmes convergem numa estrutura emocional semelhante, uma partida involuntária, uma provação que humilha ou esvazia o protagonista, e um regresso que troca a vitória esperada por uma forma de generosidade ou de coragem. Conclui-se que o storytelling na animação consegue tornar estes temas acessíveis precisamente por nunca os nomear de forma direta, traduzindo o sofrimento emocional em metáfora visual e em ação dramática.

Palavras-chave: Storytelling; Animação; Monomito; Identidade; Saúde emocional

Abstract

This project examines how animated cinema uses storytelling to communicate heavier emotional themes, such as existential crises, depression, fear, or the courage to carry on to audiences of all ages. Drawing on the theoretical framework of Wells (1998), Manovich (2001), and Campbell's (1949) monomyth, as applied to film by Vogler (2017), the study analyses three animated films from different studios, Rango (2011), Soul (2020), and Surf's Up (2007), through a comparative narrative analysis focused on dialogue, narrative arc, visual resources, and the overall message of each work. The comparative analysis reveals that, despite starting from very different premises, the three films converge on a similar emotional structure: an involuntary departure, an ordeal that humiliates or hollows out the protagonist, and a return that exchanges the expected victory for a form of generosity or courage. The study concludes that storytelling in animation manages to make these themes accessible precisely by never naming them directly, translating emotional suffering into visual metaphor and dramatic action.

Keywords: Storytelling; Animation; Monomyth; Identity; Emotional wellbeing

Índice Geral

Introdução	11
I. Enquadramento Teórico	13
1.1 Breve história do cinema de animação.....	13
1.2 A animação como linguagem.....	15
1.3 Storytelling e narrativa: o monomito de Joseph Campbell	16
1.4 Temas introspectivos e emocionais na cultura popular	18
II. Metodologia	21
III. Análise de filmes	22
3.1 Rango (2011).....	22
3.1.1 A partida	24
3.1.2 A iniciação e a construção da mentira	24
3.1.3 A noite negra da alma: o confronto com Rattlesnake Jake.....	25
3.1.4 O regresso e a mensagem geral.....	26
3.2 Soul (2020).....	26
3.2.1 A partida	28
3.2.2 A iniciação e a contagem decrescente.....	28
3.2.3 A noite negra da alma: a Zona e o vazio do sucesso	29
3.2.4 O regresso e a mensagem geral.....	30
3.3 Surf's Up (2007).....	31
3.3.1 A partida	33
3.3.2 A iniciação e a descoberta do Geek.....	33
3.3.3 A noite negra da alma: a confissão de Z e a obsessão pela vitória	35
3.3.4 O regresso e a mensagem geral.....	35
IV. Análise Comparativa	37
4.1 A partida: o acaso como ponto comum	37
4.2 A iniciação: a identidade fabricada versus a identidade escondida	38
4.3 A noite negra da alma: da humilhação pública ao vazio interior	38
4.4 O regresso: o que cada filme considera "vencer"	39
4.5 Recursos visuais: três formas de mostrar a transformação	39
4.6 Síntese: o mesmo lugar emocional por caminhos diferentes	39
Conclusão	41
Bibliografia.....	43
Filmografia	44
Filmes analisados.....	44
Outros filmes mencionados	44

Índice de Figuras

Figura 1. Frame do filme Fantasmagorie (1908), de Émile Cohl	13
Figura 2. Posters oficiais de The Boy, the Mole, the Fox and the Horse (2022), Wolfwalkers (2020), O Rapaz e a Garça (2023) e Divertida Mente (2015)	19
Figura 3. Poster oficial de Rango (2011)	23
Figura 4. Rattlesnake Jake	25
Figura 5. Poster oficial de Soul (2020)	27
Figura 6. Grande Antes (Great Beyond)	29
Figura 7. Poster oficial de Surf's Up (2007)	32
Figura 8. Big Z e Cody a esculpir prancha em madeira de koa	34

Índice de Tabelas

Tabela 1. As três fases do monomito de Joseph Campbell.....	17
Tabela 2. Síntese comparativa dos eixos narrativos em Rango (2011), Soul (2020) e Surf's Up (2007)	37

Introdução

O cinema de animação esteve sempre presente na minha vida. Cresci a ver filmes que, à superfície, pareciam histórias simples e coloridas, mas que, com o passar do tempo, percebi guardarem algo muito mais profundo. Perguntas sobre quem somos, para que estamos aqui e o que nos torna verdadeiramente nós mesmos, emoções como o medo, a culpa, a solidão, a coragem de continuar mesmo quando tudo parecia perdido. Foram essas perguntas, e a forma como me fizeram sentir, que me acompanharam ao longo do meu percurso académico e que, inevitavelmente, acabaram por encontrar caminho até este projeto.

Ao longo do meu percurso na licenciatura em Ciências da Comunicação, fui percebendo que a animação é frequentemente desvalorizada enquanto objeto de análise séria, tratada, muitas vezes, como um género menor da sétima arte, como entretenimento destinado a crianças e pouco mais. Este trabalho nasce, em parte, dessa constatação e do desejo de mostrar que o género merece um olhar mais atento.

Os filmes escolhidos, *Rango* (2011), *Soul* (2020) e *Surf's Up* (2007), não foram selecionados por acaso. A escolha destes filmes nasce de uma ligação pessoal a cada um deles, que acompanharam diferentes momentos da minha vida e que, cada um à sua maneira, trouxeram à superfície sentimentos como o medo de não ser suficiente, a sensação de estar perdido sem saber bem porquê, ou a dúvida sobre se vale a pena continuar a tentar. É esse peso emocional, escondido por trás de personagens coloridas e histórias aparentemente leves, que une os três filmes e justifica a sua análise em conjunto.

O que mais me interessa, no entanto, não são só os temas em si, mas o mecanismo que os torna possíveis: o storytelling. É através da forma como uma história é contada, e não apenas do que ela conta, que a animação consegue levar uma criança e um adulto a sentir, ao mesmo tempo, a mesma cena, ainda que cada um a compreenda à sua maneira. Este trabalho propõe-se, assim, a responder à seguinte pergunta de pesquisa: de que forma o storytelling no cinema de animação transmite emoções e temas de tom mais pesado, como crises existenciais, depressão, medo ou a coragem de seguir em frente, de uma forma acessível a um público de todas as idades?

Para responder a esta questão, dividi o trabalho em duas partes. Na primeira, o enquadramento teórico, começo por olhar para a história do cinema de animação, sobretudo para entender como é que este género foi ganhando espaço para tratar temas cada vez mais complexos. Depois entro

no storytelling propriamente dito, com especial atenção ao monomito de Joseph Campbell, essa estrutura que leva qualquer protagonista, humano ou não, através do medo e da provação até chegar a algum tipo de superação. Por fim, paro para pensar no leque de emoções mais pesadas que a animação contemporânea tem vindo a explorar, da crise de identidade à depressão, do medo do fracasso à coragem de continuar mesmo quando custa.

Na segunda parte, a análise de filmes, uso *Rango*, *Soul* e *Surf's Up* como exemplos práticos de tudo isto. Olho para o diálogo, para o arco de cada protagonista e para a mensagem que cada filme deixa no fim, e depois comparo os três entre si, para ver onde se encontram e onde se afastam na forma como contam estas histórias. O trabalho termina com uma conclusão, onde junto os fios todos e tento responder, finalmente, à pergunta que me trouxe até aqui.

I. Enquadramento Teórico

1.1 Breve história do cinema de animação

A animação nasce de um impulso relativamente simples: a vontade de enganar o olho humano e fazer parecer que imagens paradas se moviam. O fenaquistoscópio e o zootrópio, brinquedos óticos do século XIX, partiam exatamente desse princípio. Não constituíam ainda cinema, mas continham já a ideia que lhe serviria de base.

O primeiro filme de animação que normalmente se aponta é *Fantasmagorie* (1908), do francês Émile Cohl. Dois minutos, desenhado à mão, imagem a imagem, sem grande história para contar. Mas mostrava uma coisa importante. Pouco depois, Winsor McCay foi mais longe com *Gertie the Dinosaur* (1914), onde, por incrível que pareça para a época, uma personagem desenhada parecia ter personalidade própria. McCay chegava a apresentar a Gertie em espetáculos ao vivo e interagia com ela no ecrã como se fosse real. Hoje isso parece pouco, mas na altura era quase magia.

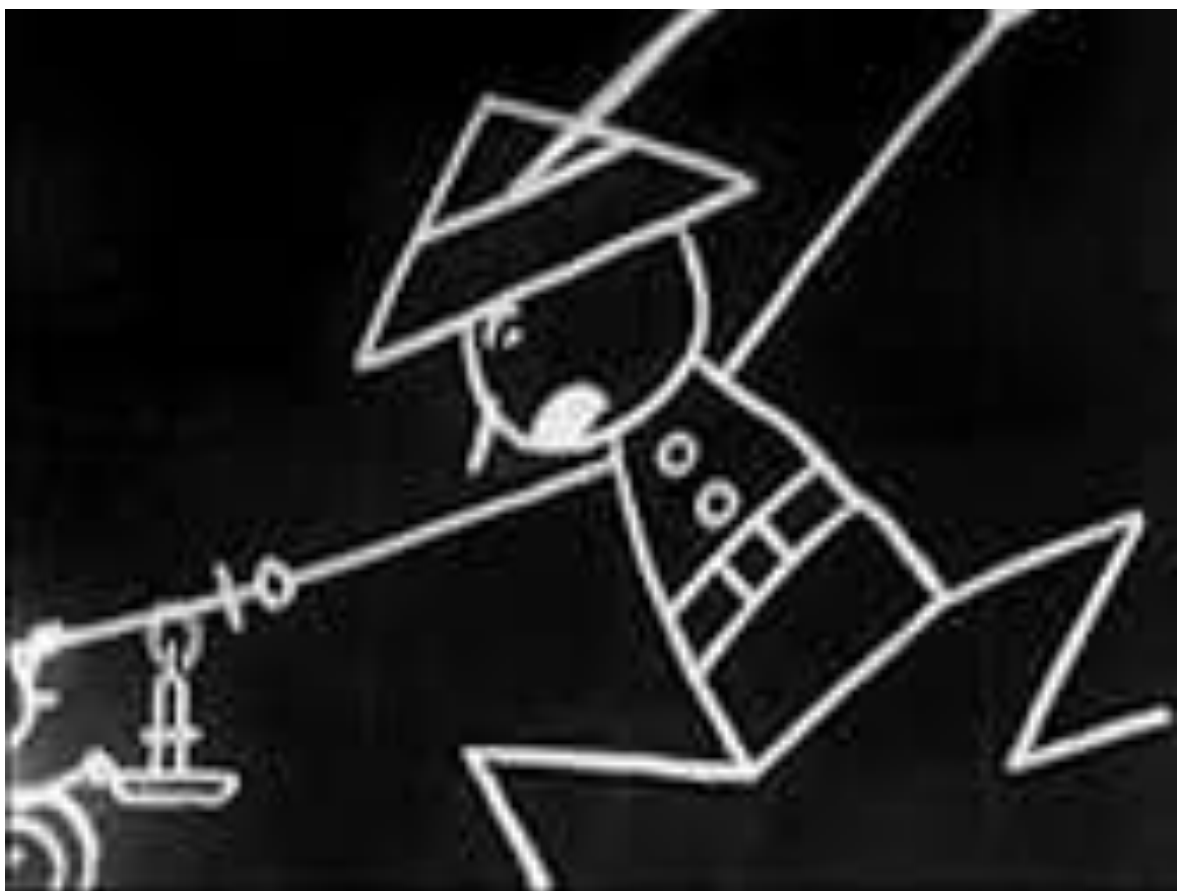


Figura 1. Frame do filme *Fantasmagorie* (1908), de Émile Cohl

Quem realmente transformou isto numa indústria foi Walt Disney. Mickey Mouse trouxe o som sincronizado em 1928 no filme *Steamboat Willie* tornando-se assim o primeiro desenho animado de sempre a usar essa tecnologia (Crafton, 1982). *Branca de Neve e os Sete Anões* (1937), quase dez anos depois, foi o primeiro longa-metragem de animação da história, um projeto financeiramente arriscado para a época, mas que se revelou um sucesso comercial. O modelo que a Disney criou ali, histórias simples, personagens muito definidas, música em todo o lado, ficou a definir o género durante décadas.

Foi também aí que se enraizou uma ideia que ainda hoje persiste: a de que animação é, basicamente, coisa de criança. Durante praticamente todo o século XX, foi mais ou menos isso. Hayat, Iqbal e Nadeem (2021) resumem bem este período ao afirmarem que os filmes de animação eram pensados sobretudo para entreter o público infantil, e que só com a evolução técnica é que os estúdios começaram a querer mais do que isso.

Mesmo assim, havia já exceções pontuais. No filme *A Boy Named Charlie Brown* (1969), Linus diz a um Charlie Brown inseguro: "Winning isn't everything. But losing isn't anything... If you keep on doing different things, you're going to win... Just keep trying, Charlie Brown. Don't give up... One of these days, you'll win" ("Ganhar não é tudo. Mas perder não é nada... Se continuares a tentar coisas diferentes... vais ganhar... Continua a tentar... Charlie Brown. Não desistas... Um destes dias, vais ganhar"). Escondida dentro de humor gentil e desenho simples, já existia esta vontade de falar diretamente ao medo de falhar de uma criança.

A Pixar, já nos Estados Unidos, fez um percurso parecido à sua maneira, mais comercial, talvez, mas igualmente persistente. Desde *Toy Story* (1995), o primeiro longa-metragem inteiramente animado por computador com tecnologia CGI, até *Soul* (2020), o estúdio foi mostrando, repetidamente, que dava para falar de mortalidade em *Up* (2009), de tristeza e ansiedade em *Divertida Mente* (2015), de medo de morrer sem ter vivido no próprio *Soul*, sem deixar de ser um filme que uma criança quer ver no sábado de manhã. A certa altura, deixa de ser coincidência e passa a ser, claramente, uma escolha: a de usar a animação para chegar a sítios emocionalmente difíceis que o cinema dito "para adultos" trata com mais cautela.

É nesse percurso, longo e nada linear, de Cohl a McCay, de Disney a Miyazaki, até à Pixar, que *Rango* (2011), *Soul* (2020) e *Surf's Up* (2007) acabam por encontrar o seu lugar. E talvez só façam sentido como exemplos de estudo precisamente por isso: porque a animação demorou mais de cem anos a conquistar o direito de falar de medo, de crise e de coragem sem deixar de ser, ao mesmo tempo, um filme para todas as idades.

1.2 A animação como linguagem

A animação consegue fazer coisas que o cinema com atores reais simplesmente não consegue. Pode desafiar a física, distorcer o espaço e o tempo, e dar vida e significado a formas que, de outro modo, seriam inertes. Paul Wells, em *Understanding Animation* (1998), defende que é precisamente essa liberdade que torna a animação um meio mais flexível e expressivo do que o cinema de ação real.

Wells cita os animadores do Zagreb Film Studio, para quem animar não é copiar a realidade, mas "dar vida e alma a um design" através da sua transformação (Wells, 1998, p. 10). É essa transformação que interessa aqui: a animação não precisa de mostrar o mundo como ele é, pode mostrá-lo como ele se sente. E é por isso que emoções difíceis de explicar por palavras, o peso de uma depressão, a sensação de medo paralisante, a força que é preciso encontrar para continuar, encontram na animação um terreno tão fértil.

Um dos recursos mais usados pela animação é a metáfora visual: a transformação de estados internos em imagens externas, tornando visível aquilo que, num filme de ação real, teria de ser dito por palavras (Wells, 1998, p. 83). Em *Soul* (2020), o mundo do "Antes" é um espaço abstrato e etéreo que comunica de imediato a ideia de uma existência ainda sem forma, sem saber para que serve. Filmar o mesmo conceito com atores reais perderia completamente essa dimensão metafórica.

Wells fala também da tensão entre o realismo e a não-representação como um dos traços definidores do meio. A animação pode aproximar-se da realidade, como nos filmes da Disney, ou afastar-se dela por completo, como nas obras experimentais de Norman McLaren ou Jan Svankmajer. Halas e Batchelor resumem bem esta ideia, citados por Wells (1998, p. 10): "se é tarefa do cinema de ação real apresentar a realidade física, o filme de animação ocupa-se da realidade metafísica, não como as coisas parecem, mas o que significam."

Lev Manovich acrescenta outra camada a esta discussão. Em *The Language of New Media* (2001), argumenta que a digitalização não foi apenas uma evolução técnica, mas uma mudança na própria forma como as imagens em movimento constroem significado. Quando uma imagem deixa de ser uma gravação fotográfica da realidade e passa a ser construída pixel a pixel, o que existe, no fundo, é um processo de animação, mesmo que o resultado pareça realista. Manovich sugere, por isso, que a animação não é um género menor do cinema, mas talvez a sua forma mais honesta na era digital: aquela que melhor revela que qualquer imagem em movimento é, antes de mais, uma construção.

Esta ideia aplica-se diretamente aos três filmes usados como exemplo neste trabalho. Rango, Soul e Surf's Up são construídos digitalmente do início ao fim, e nada neste tipo de produção existe por acaso: a cor do deserto em Rango, que comunica isolamento e abandono, a textura da água em Surf's Up, sempre em movimento como a própria indecisão do protagonista, a luz difusa do mundo pré-vida em Soul, são escolhas deliberadas, feitas porque alguém decidiu que comunicavam algo. É isso que Manovich quer dizer quando fala da linguagem dos novos media: mundos onde cada detalhe é intencional e onde a forma nunca está separada do conteúdo.

Há ainda uma última ideia de Wells que importa reter: a animação cria uma distância emocional que, em vez de afastar o espectador, o aproxima. Ver um camaleão a fingir ser quem não é por medo de ser ignorado, um pinguim que duvida se aquilo que sempre quis fazer é mesmo o que quer, ou uma alma perdida com medo de ter desperdiçado a vida, permite identificarmo-nos com experiências profundamente humanas sem a resistência que o realismo, por vezes, provoca (Wells, 1998, p. 196). A forma não-humana das personagens não cria distância, cria espaço.

Pat Power (2009) reforça esta ideia no seu estudo sobre o estilo expressivo da animação 3D: a cor, a luz, o design das personagens e o estilo de movimento não são apenas decoração, são instrumentos ao serviço da narrativa emocional. Na animação, a forma não ilustra a história. É a história. E é também, no fundo, o storytelling a funcionar por outros meios que não apenas a palavra.

1.3 Storytelling e narrativa: o monomito de Joseph Campbell

Contar histórias é uma das práticas mais antigas da humanidade. Antes da escrita, antes do cinema, os seres humanos já se reuniam para narrar, para dar forma à experiência e encontrar sentido naquilo que os rodeava. Sonnenburg e Runco (2017, p. 1) descrevem o storytelling como uma forma de aceder àquilo que Campbell chamava "a experiência de estar vivo", de fazer ressoar a existência além do plano físico. É esse mesmo mecanismo, o de contar uma história para tornar uma emoção compreensível, que está no centro deste trabalho.

Foi Joseph Campbell (1904-1987) quem estudou de forma mais sistemática a estrutura por baixo deste impulso narrativo. Na obra *The Hero with a Thousand Faces* (1949), propôs que, sob a enorme variedade de mitos e histórias produzidas por culturas e épocas diferentes, existe uma estrutura comum: o monomito, ou jornada do herói. Sonnenburg e Runco (2017, p. 2) resumem-no como "um padrão narrativo universal que atravessa virtualmente todos os tipos de

mudança, transformação e crescimento", organizado em três fases: a partida, a iniciação e o regresso.

O monomito organiza-se em três fases, resumidas na Tabela 1. Campbell chama ao ponto mais crítico da iniciação a "noite negra da alma", o momento em que a vontade de desistir é tão real como a vontade de continuar (Campbell, 2008, citado em Sonnenburg e Runco, 2017, p. 3).

Fase	O que acontece	Resultado emocional
Partida	O herói vive no mundo comum e recebe um chamamento para a aventura, normalmente resistindo-lhe no início, muitas vezes por medo.	Resistência inicial ao mundo comum
Iniciação	Atravessa um limiar para um mundo desconhecido, enfrenta provas, encontra aliados e inimigos, e é levado ao limite de si mesmo ("noite negra da alma").	Vontade de desistir tão real como a de continuar
Regresso	Volta transformado, trazendo consigo algo de valor: um conhecimento, uma força nova, uma forma de coragem que não tinha antes de partir.	Coragem ou força que não existia antes de partir

Tabela 1. As três fases do monomito de Joseph Campbell

A força desta estrutura está na sua universalidade. Campbell defendia que o monomito ressoa em qualquer audiência porque as suas etapas espelham processos psicológicos genuinamente humanos, processos que qualquer pessoa reconhece, mesmo sem nunca ter pensado neles em termos tão claros: o medo de mudar, a provação que parece maior do que as próprias forças, e a sensação, lá no fim, de ter conseguido. É por isso que esta estrutura funciona tanto num mito grego como numa história contemporânea, tanto num livro como num filme de animação.

Foi Christopher Vogler quem levou o monomito de Campbell diretamente para Hollywood. No artigo "Joseph Campbell Goes to the Movies", Vogler (2017, p. 9) conta como, a partir dos anos 1970, as ideias de Campbell passaram a influenciar a forma como os argumentistas estruturavam as suas histórias, com *Star Wars* (1977) como o exemplo mais visível desse efeito. O sucesso do filme levou Vogler a escrever um guia prático baseado em Campbell, que circulou pela indústria e se tornou leitura obrigatória em vários estúdios, incluindo a Disney (Vogler, 2017, p. 18).

A relação entre este modelo e a animação é direta. Vogler trabalhou pessoalmente com a equipa da Disney em filmes como *O Rei Leão* (1994), *Aladdin* (1992) e *Hércules* (1997), aplicando a jornada do herói ao desenvolvimento das suas narrativas (Vogler, 2017, p. 18). Não é coincidência: a liberdade da animação para criar mundos extraordinários e personagens

arquetípicas encaixa naturalmente na estrutura mítica que Campbell descreveu, e essa estrutura é, no fundo, um mapa de como contar a um espectador de qualquer idade que se pode ter medo, falhar, e ainda assim continuar.

O que importa reter não é que a jornada do herói seja uma fórmula garantida de sucesso, mas que fala de algo verdadeiramente universal: a experiência de ter medo de uma mudança, de a enfrentar mesmo sem se sentir preparado, e de voltar diferente, mais forte ou mais consciente de quem se é. É exatamente essa experiência que *Rango*, *Soul* e *Surf's Up* colocam no centro das suas histórias, cada um à sua maneira e com o seu próprio peso emocional.

1.4 Temas introspetivos e emocionais na cultura popular

A animação contemporânea fala de muito mais do que aventuras e comédia. Ao longo dos últimos anos, tornou-se também um espaço onde se contam histórias sobre experiências que pertencem à vida adulta: quem sou eu, o que vale a minha vida, como lido com o medo de falhar, como encontro força para continuar quando tudo correu mal. Estes não são temas exclusivos de uma corrente filosófica ou de um género específico, são experiências humanas universais, que a adolescência intensifica e que a vida adulta nunca chega a resolver por completo. O storytelling permite que estes temas cheguem ao espectador sem o peso de uma lição moral imposta, sem precisar de qualquer mensagem explícita.

A crise de identidade é talvez a mais comum destas experiências. Surge quando alguém deixa de saber se é quem sempre pensou ser, ou quando aquilo que construiu como imagem de si próprio começa a não fazer sentido. Mas a par dela existem outras emoções igualmente centrais ao crescimento: o medo do fracasso, que paralisa antes mesmo de se tentar; a necessidade de aprovação, que leva a moldar-se ao que os outros esperam; a depressão e a sensação de vazio, que por vezes nem têm uma causa clara, e, do lado mais positivo, a autoconfiança que se conquista depois de cair, a coragem de seguir um caminho que ninguém validou antes, e a autoaceitação, que talvez seja o ponto de chegada mais difícil de todos.

A Pixar foi o estúdio que mais persistentemente levou estes temas ao ecrã, e fê-lo sempre através de storytelling, nunca de discurso direto. Em *Up* (2009), os primeiros dez minutos do filme narram, sem uma única palavra de diálogo, uma vida inteira de amor, perda e envelhecimento, e fazem-no com uma honestidade emocional que poucos filmes de qualquer género alcançam. Em *Divertida Mente* (2015), a tristeza não é apresentada como um obstáculo a evitar, mas como uma parte necessária de crescer, uma ideia que desafia diretamente a forma como, normalmente, ensinamos as crianças a lidar com as emoções difíceis. Em *Soul* (2020),

o medo de chegar ao fim da vida sem ter feito o que realmente importa é tratado com uma maturidade que normalmente associamos a dramas para adultos, não a um filme de animação familiar.

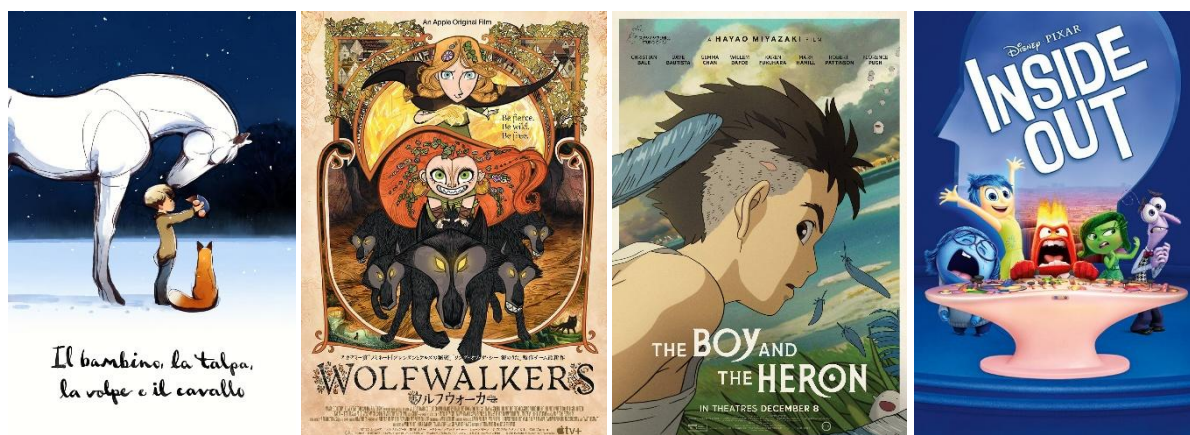


Figura 2. Posters oficiais de *The Boy, the Mole, the Fox and the Horse* (2022), *Wolfwalkers* (2020), *O Rapaz e a Garça* (2023) e *Divertida Mente* (2015)

Fora da Pixar, há outros exemplos que mostram a mesma amplitude. *Wolfwalkers* (2020) fala de pertencer a um lugar e de ser, ao mesmo tempo, diferente dele. *O Rapaz e a Garça* (2023) de Miyazaki é uma reflexão sobre o luto e sobre aprender a continuar a viver depois de uma perda. Numa linha parecida, *The Boy, the Mole, the Fox and the Horse* (2022), adaptação animada do livro homónimo de Charlie Mackesy, leva isto ainda mais longe ao pôr a desesperança e a falta de autovalor em palavras quase terapêuticas, ditas pela raposa ao rapaz: "sometimes, your mind plays tricks on you. It can tell you you're no good; that it's all hopeless. But, I've discovered this: you are loved and important and you bring to this world things that no one else can. So, hold on" ("às vezes, a tua mente prega-te partidas. Pode dizer-te que não vales nada, que tudo é inútil. Mas descobri isto: és amado e importante, e trazes a este mundo coisas que mais ninguém traz. Por isso, aguenta-te"). Estes filmes têm em comum o facto de tratarem temas que, durante muito tempo, foram considerados demasiado pesados para um público infantil, e de o fazerem sem perder a capacidade de também serem, ao mesmo tempo, divertidos, coloridos e acessíveis a crianças. Contam, no fundo, a mesma história difícil duas vezes: uma para quem a vive por dentro, outra para quem só a vê de fora.

Esta dualidade não é um truque nem um equilíbrio acidental. É, como argumenta Wells (1998), uma das forças mais distintivas da linguagem da animação: a sua capacidade de criar uma distância emocional segura entre o espectador e o tema tratado. Ver um robot a aprender o que é a saudade, ou um peixe-palhaço superprotetor a aprender a deixar o filho crescer, permite ao

espectador sentir a emoção sem a defesa que sentiria se a mesma história fosse contada com atores reais. É essa distância, paradoxalmente, que aproxima. E é também essa distância que torna possível um storytelling capaz de falar de depressão, de medo ou de luto sem nunca pronunciar essas palavras em voz alta.

É também por isso que a animação se tornou um espaço tão eficaz para falar de coisas como a autoconfiança e a coragem de seguir o próprio caminho. Não porque sejam temas simples, mas porque a animação consegue tratá-los sem o peso e a seriedade excessiva que, por vezes, afasta o espectador mais jovem, e sem perder a profundidade que mantém o espectador adulto interessado. Consegue ser, ao mesmo tempo, leve e séria, divertida e honesta.

É exatamente esta dualidade que *Rango*, *Soul* e *Surf's Up*, os três filmes usados como exemplo neste trabalho, exploram através do storytelling. Falam de protagonistas que escondem quem realmente são com medo de serem rejeitados, que sentem o peso do que a família ou a comunidade espera deles, mas que, ao longo da narrativa, encontram também espaço para a autoconfiança, para a coragem e, no fim, para uma forma de autoaceitação.

É com estas ideias em mente, sobre a história da animação, a sua linguagem própria, a estrutura do monomito e o leque de emoções que a animação contemporânea explora, que se avança agora para a parte prática deste trabalho: ver como tudo isto se concretiza, de facto, em três filmes específicos.

II. Metodologia

Este trabalho não pretende apenas analisar três filmes de animação. A pergunta que o orienta é mais ampla: como é que o storytelling no cinema de animação consegue transmitir emoções e temas de tom mais pesado, como crises existenciais, depressão, medo ou a coragem de seguir em frente, de uma forma que continua acessível a um público de qualquer idade? Os filmes escolhidos não são o destino final desta investigação, são antes o material que permite ver essa pergunta a funcionar na prática. Por isso, recorre-se aqui à análise narrativa comparativa, um método que se adequa bem a este tipo de questão, porque o que interessa não é contar quantas vezes um tema aparece, mas compreender como o storytelling o constrói.

Os filmes usados como casos de estudo são *Rango* (2011), *Soul* (2020) e *Surf's Up* (2007). Há também uma razão metodológica para esta escolha específica: os três filmes vêm de estúdios completamente diferentes. *Rango* é da Nickelodeon Movies, *Soul* da Pixar e *Surf's Up* da Sony Pictures Animation. Isto importa porque permite verificar se a tendência para usar o storytelling deste modo, para tratar temas pesados de forma acessível, é algo transversal ao género, e não uma marca isolada de um único estúdio com uma agenda criativa própria.

A análise de cada filme olha para quatro coisas, sempre na mesma ordem, para facilitar a comparação no final. Primeiro, o diálogo das personagens, sobretudo as falas que tornam visível o conflito interno do protagonista, seja ele medo, culpa, ou a vontade de desistir. Segundo, o arco narrativo, lido à luz da estrutura do monomito de Campbell (1949) e Vogler (2017), identificando em cada filme os momentos correspondentes à partida, à iniciação e ao regresso. Terceiro, os recursos visuais usados para reforçar essa transformação emocional, como a cor, a luz ou o design das personagens, seguindo a ideia já discutida no enquadramento teórico de que, na animação, a forma nunca está separada do conteúdo. Quarto, a mensagem geral da obra, ligando-a sempre de volta à metáfora visual de Wells (1998) e à reflexão sobre temas introspectivos e emocionais feita no enquadramento teórico.

No final, depois de analisar os três filmes individualmente, segue-se uma comparação entre eles. É essa comparação, e não cada análise isolada, que torna possível responder à pergunta que motiva este trabalho: como é que o storytelling, mesmo vindo de estúdios diferentes e contando histórias tão distintas, encontra sempre uma forma de chegar ao mesmo lugar emocional.

III. Análise de filmes

3.1 Rango (2011)

Rango, realizado por Gore Verbinski e produzido pela Nickelodeon Movies, abre dentro de um terrário de tema tropical, com cadeiras de praia em miniatura e um guarda-sol decorativo, onde vive um camaleão sem nome. É um animal de estimação isolado, cuja única forma de companhia é representar pequenas peças de teatro com objetos inanimados: um peixe mecânico de corda, o torso decapitado de uma boneca e uma árvore de plástico. Logo nesta primeira cena, ainda antes de qualquer acontecimento exterior, o protagonista verbaliza a pergunta que vai atravessar todo o filme: "Who am I? ... I could be anyone" ("Quem sou eu? Posso ser qualquer um"). É uma frase que, dita por uma personagem sozinha dentro de uma redoma de vidro, já avisa o espectador de que esta não vai ser apenas uma aventura no deserto, mas uma história sobre a falta de identidade.



Figura 3. Poster oficial de *Rango* (2011)

3.1.1 A partida

Seguindo a estrutura do monomito de Campbell (1949) e a leitura que Vogler (2017) faz para o cinema, a partida acontece de forma brusca e involuntária: o carro onde o terrário viaja faz uma curva mal calculada, o vidro despenha-se na estrada e racha-se. O camaleão, sem nome, sem amigos reais e sem qualquer preparação, vê-se sozinho no meio do deserto. É um "chamamento para a aventura" muito particular, porque não é escolhido nem desejado, é simplesmente imposto pelas circunstâncias, o que reforça desde logo a vulnerabilidade da personagem antes mesmo de a aventura começar. Roadkill, um tatu meio esmagado na estrada que insiste em concluir a sua "missão" de atravessar a autoestrada, funciona aqui como o primeiro mentor da jornada, apontando o caminho até à pequena cidade de Dirt.

3.1.2 A iniciação e a construção da mentira

É na chegada a Dirt que a iniciação realmente começa, e é aqui que o storytelling do filme revela um dos seus recursos mais interessantes: a identidade do protagonista nasce por acaso. Ao tentar impressionar os habitantes do bar local, o camaleão lê o rótulo de uma garrafa, "Hecho en Durango", e cobre as duas primeiras letras com o polegar. Nasce assim "Rango", um nome que não escolheu com intenção, mas que aceita usar como quem veste um disfarce de circunstância. A partir deste momento, o filme constrói cuidadosamente a personagem fictícia através do diálogo: Rango inventa histórias cada vez mais inverosímeis sobre ter matado sete homens com uma única bala, e cada mentira é recebida com mais entusiasmo pela população local, sedenta de um herói em quem confiar.

O ponto de viragem da iniciação é um acidente: ao disparar para o ar durante um confronto, Rango corta sem querer o cabo que sustinha a torre de água da cidade, que cai e mata o falcão que ameaçava Dirt. A população, sem saber que foi pura sorte, recebe isto como prova definitiva da sua bravura. Este episódio é central para o argumento deste trabalho: mostra como o storytelling pode transformar o acaso em mito quase instantaneamente, e como a personagem, em vez de corrigir o equívoco, se deixa levar por ele.

Ao longo desta fase, a paleta de cores do filme acompanha visualmente a transformação da personagem. Os tons quentes e empoeirados do deserto, ocres e amarelos esbatidos, comunicam isolamento e escassez, em contraste direto com as cores tropicais e saturadas do terrário do início. É uma escolha que confirma a ideia já discutida no enquadramento teórico, de que na animação a forma nunca está separada do conteúdo (Wells, 1998): o ambiente visual

de Dirt é, ele próprio, uma representação do vazio interior que o protagonista está a tentar preencher com uma identidade fabricada.

3.1.3 A noite negra da alma: o confronto com Rattlesnake Jake

O momento mais determinante do filme, e também o mais sombrio, é o confronto com a cobra-cascavel Rattlesnake Jake, que se apresenta como "irmão" de Rango e o desafia, perante toda a população de Dirt, a admitir a verdade. Jake obriga-o a repetir, cada vez mais alto, que mentiu sobre tudo: "You ain't nothing but a fake and a coward, isn't that right?" ("Não és nada mais que um fingido e um covarde, não é verdade?"). É uma cena de humilhação pública construída com grande precisão dramática, e que corresponde, na estrutura de Campbell, ao momento mais profundo da provação, aquele em que o herói perde tudo, incluindo a crença dos outros nele. É também neste momento que Beans lhe pergunta diretamente "Who are you?" ("Quem és tu?"), pergunta que fica sem resposta e que ecoa, de forma quase circular, a mesma pergunta que a personagem fazia a si própria, sozinha, no início do filme.

Expulso e humilhado, Rango caminha pelo deserto na escuridão, regressa aos seus únicos companheiros de sempre, o peixe de corda e o torso de boneca, e chega a atravessar uma autoestrada em pleno tráfego noturno, numa cena que o próprio guião descreve como "a suicide walk" ("uma caminhada suicida"). A cena é surpreendentemente sombria para um filme de animação dirigido a um público familiar, e talvez o exemplo mais claro deste corpus de como a animação trata o desespero e a quase-desistência sem nunca as nomear em voz alta.



Figura 4. Rattlesnake Jake

3.1.4 O regresso e a mensagem geral

É no momento de maior desorientação que Rango encontra o "Espírito do Oeste", figura mítica que ele tinha inventado em histórias contadas à fogueira, mas que se revela, afinal, real. Quando confessa não saber quem é, a resposta que recebe é direta: "it doesn't matter what they call you; it's the deeds make the man" ("não importa como te chamam; são os atos que fazem o homem"). E quando hesita sobre voltar a Dirt, a frase que o decide é ainda mais clara: "No man can walk out on his own story" ("Nenhum homem pode abandonar a sua própria história"). Não é uma vitória espetacular que conduz ao regresso, mas esta ideia: Rango decide voltar não porque se tenha tornado, subitamente, um herói "verdadeiro", mas porque escolhe assumir a responsabilidade pelas consequências da identidade que construiu. Quando o tatu Roadkill lhe pergunta porque está a voltar, a resposta é simples e definitiva: "Because that's who I am" ("Porque é isso que eu sou").

A mensagem geral de *Rango* não se reduz a dizer que a mentira deva ser sempre punida ou que a verdade liberte automaticamente. A ideia é mais subtil: a identidade não é uma verdade fixa que se descobre, é uma escolha que se confirma através das ações, repetidamente, sobretudo nos momentos em que seria mais fácil fugir. O storytelling do filme constrói esta ideia em três tempos muito claros, mundo fantasiado, mundo real, e regresso transformado, e usa o humor, o disparate e a comédia western como forma de tornar absorvível um tema que, dito de forma direta, seria bem mais pesado: a vergonha de ser exposto como fraude, e a coragem necessária para, ainda assim, continuar a aparecer.

3.2 Soul (2020)

Soul, realizado por Pete Docter e Kemp Powers, e produzido pela Pixar, abre também dentro de um quotidiano cinzento, embora de um cinzento bem diferente do deserto de Rango: o de Joe Gardner, professor de música numa escola secundária de Nova Iorque, que ensina acordes e escalas a adolescentes desinteressados enquanto sonha, há décadas, em viver da música a sério. É um homem de meia-idade que foi aceitando, sem nunca o admitir em voz alta, uma vida pequena, à espera de uma oportunidade que parece sempre adiada para depois. A primeira cena já estabelece esta tensão sem precisar de a explicar: Joe corrige distraidamente um aluno ao piano, e o talento evidente que tem para a música fica confinado àquela sala, entre o som de instrumentos desafinados. É esta insatisfação que atravessa o filme do início ao fim, sem precisar de qualquer acontecimento exterior espetacular, e que o coloca ao lado de Rango numa

pergunta parecida, ainda que formulada de outra maneira: não "quem sou eu", mas "para que serve, realmente, a minha vida".



Figura 5. Poster oficial de *Soul* (2020)

3.2.1 A partida

Tal como em *Rango*, é a estrutura do monomito (Campbell, 2008, citado em Sonnenburg e Runco, 2017), na leitura que Vogler (2017) faz para o cinema, que ajuda a organizar esta análise. O "mundo comum" de Joe é definido, em poucos minutos, pela pressão da mãe para que aceite um lugar fixo de professor, pela vergonha discreta de ainda não ter "conseguido nada" aos seus quarenta e tantos anos, e pelo sonho intacto, mas nunca cumprido, de tocar jazz a sério. O chamamento para a aventura surge sob a forma de um telefonema: um antigo aluno convida-o a substituir o pianista da banda de Dorothea Williams, a saxofonista mais respeitada da cidade, naquela mesma noite. É o momento que Joe espera há uma vida inteira, e é, de forma quase irónica, o motivo direto da sua "morte": distraído com a felicidade da boa notícia, recebido em mensagens e telefonemas pelo caminho, cai de costas por um buraco aberto na rua e o seu corpo entra em coma. A alma de Joe, sem se aperceber do que aconteceu, vê-se de repente numa passadeira rolante azul, em direção a uma luz branca ofuscante, e só nesse momento compreende que está, de facto, a morrer.

À semelhança de *Rango*, a partida de Joe não é escolhida, é imposta pelo acaso, e essa involuntariedade reforça a vulnerabilidade da personagem antes de a aventura sequer começar. Mas há uma diferença importante entre os dois filmes: enquanto *Rango* aceita seguir o "chamamento" depois de chegar à terra desconhecida, Joe recusa-se terminantemente a aceitar o seu, e entra em pânico ao perceber que a luz branca representa o Grande Além. É a fuga desesperada a esse "chamamento da morte" que o faz cair, sem querer, no Grande Antes, o espaço onde as almas ainda por nascer recebem a sua personalidade antes de partirem para a Terra, um mundo já descrito no enquadramento teórico deste trabalho como um espaço "abstrato e etéreo", construído precisamente para comunicar a ideia de uma existência ainda sem forma (Wells, 1998, p. 83).

3.2.2 A iniciação e a contagem decrescente

A iniciação de Joe começa por um equívoco: por não ter ainda um crachá de identificação, é confundido pelos contadores de almas, chamados todos "Jerry", com um mentor recém-recrutado, e é-lhe atribuída a tarefa de ajudar 22, uma alma que se recusa, há um tempo indeterminado, mas claramente excessivo, a encontrar a sua "chama" (spark) e a partir para a Terra. 22 já passou por inúmeros mentores ilustres, de Abraham Lincoln a Mãe Teresa de Calcutá, sem que nenhum deles a tenha convencido de que vale a pena viver. A sua frase de apresentação resume, com um humor seco que disfarça mal a dimensão do problema, todo o

desespero existencial da personagem: "Life is meaningless... I'd be doing the world a favour by staying right here" ("A vida não tem sentido... estaria a fazer um favor ao mundo ao ficar aqui"). É a afirmação mais direta, entre os três filmes, de uma ideação associável à apatia depressiva, dita sem rodeios por uma personagem de animação, e ainda assim integrada com naturalidade numa narrativa dirigida a um público familiar.

Joe, motivado apenas pelo desejo egoísta de regressar ao seu corpo a tempo do concerto, tenta convencer 22 a encontrar a sua chama mostrando-lhe experiências que, supostamente, deveriam despertar entusiasmo: comida, desporto, moda. Nada funciona, até que 22 experimenta, através de um crachá que lhe permite "visitar" as memórias de Joe, a paixão deste pela música. É aqui que o storytelling do filme usa de forma mais clara o recurso da metáfora visual discutido por Wells (1998, p. 83): a chama é representada, ao longo de todo o Grande Antes, como um pequeno objeto luminoso e indefinido, sempre presente, mas nunca explicado por palavras, o que permite ao filme sugerir, sem o dizer diretamente, que talvez nem Joe, com toda a sua certeza sobre o jazz, saiba verdadeiramente o que essa chama significa.



Figura 6. Grande Antes (Great Beyond)

3.2.3 A noite negra da alma: a Zona e o vazio do sucesso

O momento mais sombrio do filme não é único, divide-se em dois pontos complementares, e ambos correspondem, na estrutura de Campbell, à fase em que o herói é levado ao limite de si mesmo. O primeiro ocorre na Zona, um espaço onde vagueiam almas vivas que perderam o contacto com a realidade por excesso de obsessão, ansiedade ou rotina compulsiva, representadas visualmente como monstros informes e cinzentos, sem rosto definido, repetindo indefinidamente o gesto ou pensamento que as aprisionou ali. É uma das imagens mais

perturbadoras de todo o filme, e a representação mais explícita, entre os três filmes, de como a animação visualiza a ansiedade e a obsessão sem nunca as nomear: a forma da personagem é, literalmente, aquilo em que o seu sofrimento psicológico a transformou.

O segundo momento ocorre já depois de Joe, através de uma troca accidental de corpos, conseguir finalmente regressar à Terra e tocar o concerto com que sempre sonhou. A atuação corre bem, o público aplaude, Dorothea Williams elogia-o. E, ainda assim, Joe sai do clube sem sentir nada parecido com a euforia que esperava. Quando lhe perguntam como se sente, a resposta é seca e desconcertante: "I've been waiting my whole life for this feeling... I don't get it" ("Esperei a vida toda por este sentimento... não o sinto"). Esta desilusão, que em qualquer outro filme dirigido a um público infantil seria suavizada ou evitada, é aqui deixada a pairar sem resposta imediata — exatamente o tipo de vazio existencial que o enquadramento teórico já identificou como um tema que a animação contemporânea não teme tratar (Wells, 1998).

3.2.4 O regresso e a mensagem geral

É só depois de ouvir Dorothea Williams contar a história de um peixe que nada toda a vida em busca do oceano sem saber que já está dentro dele, que Joe começa a perceber que talvez tenha passado a vida a confundir um objetivo único com o próprio sentido de viver. A consciência desta confusão leva-o a um ato de generosidade que funciona, na estrutura do monomito, como o "regresso transformado": Joe volta ao Grande Antes, não para resolver o seu próprio problema, mas para devolver a 22 a chama que ela, sem saber, já tinha alcançado, através de pequenos momentos que viveu no corpo de Joe, uma fatia de pizza, uma folha a cair, o som de um instrumento. Ao entregar-lhe o crachá completo, Joe sacrifica conscientemente a sua própria hipótese de regresso, devolvendo a 22 aquilo que lhe pertence por direito, mesmo sabendo que isso pode significar o fim definitivo da sua própria existência.

A mensagem geral de *Soul* não passa pela ideia de que cada pessoa tenha uma única paixão predestinada que lhe dá sentido à vida; o próprio filme desconstrói deliberadamente essa ideia através da personagem de 22. O que o filme propõe é mais difícil de aceitar: o sentido da vida não está reservado a um propósito grandioso e singular, está disperso nos pequenos momentos do quotidiano que se deixam habitualmente passar sem reparar. O storytelling do filme constrói esta ideia através de um movimento simétrico muito claro, mundo comum insatisfeito, mundo espiritual onde a vida é discutida em abstrato, regresso à Terra com um novo olhar, e usa o humor da odd couple formada por Joe e 22, e a textura visual contrastante entre o desenho esboçado do Grande Antes e o detalhe fotorrealista de Nova Iorque, como forma de tornar

absorvível um tema que, dito de forma direta, seria de um peso quase insustentável para um filme familiar: o medo de chegar ao fim da vida sem nunca a ter, de facto, vivido.

3.3 Surf's Up (2007)

Surf's Up, realizado por Ash Brannon e Chris Buck para a Sony Pictures Animation, distingue-se dos outros dois filmes analisados neste trabalho desde o primeiro segundo, através de um recurso de storytelling que lhe é exclusivo: o formato de falso documentário. Uma equipa de filmagem segue o jovem pinguim Cody Maverick, dezassete anos, surfista de Shiverpool, na Antártida, entrevistando-o e a quem o rodeia como se estivesse de facto a fazer um filme sobre a participação dele no décimo Big Z Memorial Surf-Off, a competição de surf mais importante do mundo dos pinguins. É uma escolha de storytelling que, por si só, já comunica algo, e que aproxima este filme da ideia, já discutida no enquadramento teórico, de que a animação pode usar qualquer linguagem cinematográfica e torná-la sua, mesmo uma linguagem nascida fora dela, como o cinema-verdade ou o mockumentary (Wells, 1998). É através desta câmara, supostamente despretensiosa, mas que na verdade molda tudo o que vemos, que conhecemos Cody pela primeira vez, a explicar com orgulho juvenil que é "o melhor da ilha" e que o surf é "o meu bilhete para sair daqui" ("my ticket out"), ainda antes de qualquer acontecimento exterior. À semelhança de Rango e de Joe Gardner, Cody começa o filme já a definir-se por aquilo que ainda não é, ou ainda não tem.



Figura 7. Poster oficial de *Surf's Up* (2007)

3.3.1 A partida

O mundo comum de Cody é definido, nos primeiros minutos do filme, pela pressão familiar e pela ausência: o pai, dito sem qualquer dramatismo aparente, "foi comido", e é o irmão mais velho, Glen, quem assumiu o papel de adulto responsável, chocando ovos e repreendendo Cody por fugir às suas obrigações para ir surfar. A própria mãe, embora visivelmente preocupada com o filho, deixa escapar, ao ser confrontada pelas câmaras, que teme que os outros vejam Cody apenas como "um vadio" ("Cody's just a bum"). É contra este pano de fundo cinzento, literalmente, já que Shiverpool é construída visualmente em tons gelados e desbotados, que Cody guarda a memória mais importante da sua infância: o dia em que Big Z, o maior surfista de todos os tempos, passou por Shiverpool e lhe deu um colar, dizendo-lhe "never give up. Find a way, because that's what winners do" ("nunca desistas. Encontra uma forma, porque é isso que os vencedores fazem"). É esta frase que vai funcionar como o motor emocional de toda a jornada de Cody, mais do que qualquer outro momento do filme, à semelhança da forma como Vogler (2017) descreve o papel do mentor na estrutura do monomito: a figura que oferece ao herói, ainda no mundo comum, a primeira chama de coragem que mais tarde será posta à prova.

O chamamento para a aventura chega através de Mikey Abromowitz, um caçador de talentos enviado por Reggie Belafonte, o promotor do Big Z Memorial, que percorre o globo à procura "do próximo grande nome". Ao contrário de Rango, que é empurrado para a aventura por um acidente, e de Joe, que cai literalmente para a morte, Cody corre atrás da sua oportunidade com entusiasmo evidente, indo mesmo a nado atrás da baleia que transporta Mikey, depois de ser inicialmente recusado por não ser "um surfista de ondas grandes". É um chamamento que, ainda assim, ele só consegue aceitar por insistência e nunca por mérito imediatamente reconhecido, o que já prepara o terreno para a humilhação que o espera em Pen Gu Island.

3.3.2 A iniciação e a descoberta do Geek

À chegada à ilha, a iniciação de Cody começa de forma brutal: ao desafiar Tank Evans, o campeão em título, para uma onda de exibição, é arrastado e quase morto pela onda, perante toda a comunicação social reunida para o evento. Tank, que se define a si próprio sem qualquer pudor como alguém que "deveria ser admirado" mas recusa ser modelo para ninguém ("a role model? No. But I do consider myself somebody that everyone should look up to"), goza publicamente com Cody, dizendo-lhe que "deveria ter ficado na Antártida" ("you should've stayed in Antarctica, kid"). A humilhação pública que se segue ecoa, de forma menos sombria, mas igualmente eficaz, a cena equivalente em Rango: o protagonista vê-se exposto como o

oposto daquilo que sempre disse ser, diante de um público que veio precisamente para o ver triunfar.

É a recuperar deste fracasso, com a ajuda da nadadora-salvadora Lani e de um misterioso ermita da floresta a quem todos chamam apenas "Geek", que Cody começa a perceber que algo não bate certo. Geek vive sozinho numa cabana na selva, rodeado de pranchas de surf antigas, entre elas as pranchas que pertenceram, comprovadamente, a Big Z. A revelação, conduzida com grande economia narrativa, sem qualquer explicação verbal direta, é simples e devastadora: Geek é Big Z, o ídolo de Cody, vivo, escondido há dez anos sob um disfarce de excêntrico desajeitado. É um recurso de storytelling muito próximo do que Wells (1998, p. 83) chama de metáfora visual, transformação de um estado interno em imagem externa: o herói que Cody idolatrava tornou-se, sem que ninguém soubesse, um homem que se esconde literalmente da própria identidade, e o filme deixa o espectador, tal como Cody, descobrir isso através do ambiente e dos objetos, antes de qualquer palavra o confirmar.

A partir daqui a iniciação ganha a forma clássica da aprendizagem com o mentor: Z ensina Cody a construir a sua própria prancha em madeira de koa, recusando-se a deixá-lo simplesmente comprar uma, e submete-o a um treino que, à superfície, parece disparatado, exercícios sem qualquer lógica aparente para um espectador habituado a montagens de treino desportivo convencionais, mas que, na verdade, ensinam Cody a divertir-se com o surf antes de o usar para vencer alguém. "Then, Cody... you passed" ("Então, Cody... passaste"), diz Z, depois de o ver finalmente rir-se sem se preocupar com o resultado, uma frase que resume, com humor, a verdadeira lição que está a ser ensinada por debaixo do disparate.



Figura 8. Big Z e Cody a esculpir prancha em madeira de koa

3.3.3 A noite negra da alma: a confissão de Z e a obsessão pela vitória

O momento mais sombrio do filme não chega através de uma cena de ação, mas de uma conversa, e é aqui que o storytelling de *Surf's Up* se aproxima mais dos outros dois casos de estudo deste trabalho no tratamento de temas pesados. Cody pede a Z que vá vê-lo competir no Memorial dedicado, ironicamente, à sua própria "morte", e Z recusa-se terminantemente, sem dar qualquer explicação. Pressionado, conta finalmente a verdade: no dia em que "morreu", já não conseguia acompanhar o nível de Tank Evans, sentiu que os tempos tinham mudado e que seria recebido na praia não como uma lenda, mas como "um falhado, um homem do passado" ("a loser, a has-been"). Por isso, simplesmente, desapareceu. "Big Z's dead, and that's how it's gonna stay" ("O Big Z está morto, e assim vai continuar"), diz, com uma frieza que contrasta com tudo o que Cody sempre acreditou sobre ele.

É um momento de desespero e quase-rendição que o filme não tenta suavizar: Cody, perplexo, confronta-o com a sua própria frase de infância, "What about 'never give up'? What about 'find a way'?" ("E o 'nunca desistas'? E o 'encontra uma forma'?"), ao que Z responde, sem hesitar, "Yeah, I'm giving up. That's my way" ("Sim, estou a desistir. Essa é a minha forma"). É uma resposta que desmonta, de forma direta e sem grande dramatismo de palavras, toda a mitologia construída em torno da figura do mentor, e que trata, sem nunca pronunciar as palavras, algo muito parecido com vergonha e com depressão funcional, a recusa de viver à luz do dia por medo de já não corresponder à imagem que os outros têm de nós.

Em paralelo, e de forma talvez ainda mais subtil, o filme constrói o segundo lado desta noite negra: Cody, na ânsia de provar que merece o legado de Z, deixa que a vitória se torne mais importante do que qualquer outra coisa, incluindo a amizade com Chicken Joe e a relação com Lani. É esta última quem lhe diz, sem rodeios, na noite antes da final, que ele já deixou claro que "ganhar é mais importante para ti do que o Z ou eu" ("winning's more important to you than Z or me"). Este isolamento reforça, mais uma vez, a ideia já discutida no enquadramento teórico: a de que a animação contemporânea não tem medo de mostrar os seus protagonistas a errar de forma feia e reconhecível, e não apenas a enfrentar inimigos externos.

3.3.4 O regresso e a mensagem geral

O ponto de viragem chega na onda final da competição, quando Tank, a perder pontos, empurra deliberadamente Cody para fora dos limites seguros, para a zona conhecida como The Boneyards, onde, segundo o próprio filme já tinha avisado no início, vários surfistas morreram. É nesse momento de maior perigo físico, e também de maior solidão emocional, que Z

reaparece, já não como Geek, mas como Big Z, e guia Cody através da onda apenas com a voz, sem qualquer outro auxílio: "Let the wave carry you!... You're gonna have to time it!" ("Deixa que a onda te leve!... Vais ter de acertar o tempo!"). É o regresso do mentor no momento exato em que o herói, na estrutura descrita por Campbell (2008, citado em Sonnenburg e Runco, 2017), já não tem mais recursos próprios para enfrentar a prova final, e o regresso de Z não acontece para que ele próprio recupere o seu lugar como lenda, mas unicamente para salvar Cody.

Cody sobrevive, mas não vence o Big Z Memorial: na última onda, ao ver Chicken Joe em apuros, escolhe ajudá-lo a terminar a sua manobra em vez de continuar a competir pela vitória, perdendo assim qualquer hipótese de troféu. É um gesto que espelha, embora com um tom muito mais leve e cómico, a generosidade final de Joe em Soul, e que o próprio Cody resume sem qualquer pretensão à câmara: "I don't think I've ever had a better friend to me in my life" ("Acho que nunca tive um melhor amigo na minha vida"). Quando regressa a Shiverpool sem troféu, a mãe, confrontada pela equipa de filmagem com a possibilidade de estar desapontada, corta a conversa com uma frase simples que funciona como a verdadeira moral do filme: "Winning is not everything, Glen" ("Ganhar não é tudo, Glen").

A frase de Big Z, repetida ao longo do filme, parecia inicialmente sugerir que bastava perseverar para se vencer. Mas a mensagem geral de *Surf's Up* é mais matizada do que isso, e o storytelling do filme só a revela ao desconstruir o seu próprio mentor: encontrar uma forma de continuar, "find a way", não significa necessariamente vencer a competição que se tinha em mente, pode significar simplesmente voltar a aparecer, voltar a surfar, voltar a viver à luz do dia depois do medo de falhar publicamente. O filme usa o formato do falso documentário, a comédia das entrevistas em frente à câmara e o contraste visual entre o cinzento de Shiverpool e o azul-turquesa de Pen Gu Island, como forma de tornar absorvível um tema que, dito de forma direta, seria pesado para qualquer público: o medo de já não sermos quem fomos um dia, e a vergonha de deixar que os outros o vejam.

IV. Análise Comparativa

Lidos um a seguir ao outro, *Rango*, *Soul* e *Surf's Up* revelam algo que nenhuma das análises individuais consegue mostrar isoladamente: não é coincidência que os três protagonistas comecem o filme a definir-se pela falta. O camaleão não tem nome. Joe Gardner não tem a vida que sente merecer. Cody Maverick não tem o reconhecimento que precisa para deixar de ser visto como "um vadio". Esta análise procura cruzar os três casos, identificando onde o storytelling de cada filme se aproxima e onde se afasta, para perceber melhor como é que estúdios tão diferentes, Nickelodeon, Pixar e Sony, chegam a um lugar emocional tão semelhante.

	Rango	Soul	Surf's Up
Partida	Expulso do terrário por acidente de trânsito	Cai por um buraco e entra em coma	Aceite por insistência após rejeição inicial
Iniciação	Constrói identidade nova a partir da mentira	Tenta regressar à vida que considera a única válida	Identidade já definida, mas posta à prova e revelada frágil
Mentor	Espírito do Oeste	22	Geek/Big Z
Noite negra da alma	Humilhação pública: confessar que é "fingido e covarde"	Vazio interior: a Zona e a desilusão após o sucesso	Confissão privada: vergonha de envelhecer e desistir
Regresso	Assume a identidade construída, "porque é isso que eu sou"	Sacrifica o regresso à vida para devolver a chama a 22	Desiste do troféu para ajudar um amigo

Tabela 2. Síntese comparativa dos eixos narrativos em *Rango* (2011), *Soul* (2020) e *Surf's Up* (2007)

4.1 A partida: o acaso como ponto comum

Nos três filmes, a partida não é escolhida com clareza pelo protagonista. *Rango* é literalmente expulso do seu terrário por um acidente de trânsito. Joe cai por um buraco na rua e entra em coma. Só Cody parece, à primeira vista, escolher ativamente a sua aventura, indo a nado atrás do caçador de talentos, mas mesmo essa escolha nasce de uma rejeição inicial, "não é um surfista de ondas grandes", o que mostra que a sua partida também depende de fatores fora do seu controlo. Isto diz algo sobre o storytelling da animação contemporânea: a crise existencial raramente é apresentada como uma decisão racional do protagonista. É, com mais frequência, algo que lhe acontece, e que o obriga a responder.

4.2 A iniciação: a identidade fabricada versus a identidade escondida

É aqui que os três filmes começam a divergir de forma mais interessante. Rango constrói uma identidade nova a partir do nada, usando a mentira como ferramenta de sobrevivência social. Cody, pelo contrário, já tem uma identidade definida, "o melhor surfista da ilha", mas é uma identidade que ainda não foi posta à prova fora do seu pequeno mundo gelado, e que se revela frágil ao primeiro confronto real com Tank Evans. Joe ocupa uma posição distinta dos outros dois: não está a construir nem a defender uma identidade, está a tentar regressar a um corpo e a uma vida que considera, erradamente, a única versão válida de si próprio.

Esta diferença passa também pelos mentores de cada história. Roadkill e o Espírito do Oeste guiam Rango através de pistas enigmáticas, quase nunca dando respostas diretas. Geek/Big Z ensina Cody através da prática e do exemplo silencioso, primeiro escondendo a verdade sobre quem é, depois revelando-a pelas próprias ações. Já em *Soul*, o "mentor" designado a Joe é, por ironia do enredo, a própria 22, uma alma sem qualquer interesse em viver, o que inverte a estrutura clássica descrita por Vogler (2017): aqui, é o suposto aprendiz quem acaba por ensinar mais ao mentor do que o contrário.

4.3 A noite negra da alma: da humilhação pública ao vazio interior

É na "noite negra da alma" de cada filme que se vê com mais clareza a amplitude emocional que a animação contemporânea já não evita. Em *Rango*, o ponto mais baixo é uma humilhação pública, ser forçado a confessar, em voz alta e perante todos, que é "um fingido e um covarde". Em *Surf's Up*, é uma confissão privada e silenciosa, a de Z, que revela ter desaparecido por vergonha de já não corresponder ao que os outros esperavam dele, preferindo desistir, "essa é a minha forma", a arriscar ser visto como "um falhado, um homem do passado". Em *Soul*, o momento mais sombrio não é uma cena de ação, mas duas: a visualização literal da ansiedade e da obsessão na Zona, e o vazio inesperado que Joe sente mesmo depois de realizar o seu sonho.

Olhando para os três casos em sequência, nota-se uma progressão clara. *Rango* trata o medo de ser exposto. *Surf's Up* trata a vergonha de envelhecer e de já não corresponder à imagem que os outros construíram de nós. *Soul* trata algo ainda mais difícil de pôr em palavras: a desilusão de conseguir o que sempre se quis e descobrir que não basta. Os três temas pertencem ao mesmo território emocional, o medo do fracasso e a dúvida sobre o próprio valor, mas cada filme escolhe um ângulo de entrada diferente, o que confirma a ideia, já discutida no enquadramento teórico, de que o storytelling da animação consegue tratar exatamente o mesmo núcleo emocional através de portas muito distintas (Wells, 1998).

4.4 O regresso: o que cada filme considera "vencer"

A diferença mais significativa entre os três filmes está, talvez, na definição de vitória que cada um propõe no momento do regresso. Rango regressa a Dirt não porque se tenha tornado um herói genuíno no sentido tradicional, mas porque escolhe assumir a responsabilidade pela identidade que construiu, "porque é isso que eu sou". Joe regressa ao Grande Antes para devolver a 22 algo que não lhe pertencia tirar, e não para resolver o seu próprio problema, um gesto de generosidade que custa, conscientemente, a sua própria hipótese de regressar à Terra. Cody, por fim, regressa a Shiverpool sem o troféu que toda a narrativa parecia prometer-lhe, tendo escolhido ajudar um amigo em vez de vencer a corrida final.

Em nenhum dos três casos a vitória é convencional. Nenhum dos protagonistas obtém exatamente aquilo que persegue desde o início, nome e respeito imediato, regresso à vida antiga, troféu de campeão. O storytelling de cada filme substitui essa recompensa esperada por outra coisa: a coragem de continuar a aparecer, a generosidade de ceder o próprio lugar, e a amizade que vale mais do que ganhar. É esta subversão consistente da recompensa clássica do monomito que talvez melhor explique como é que três estúdios diferentes, sem qualquer relação entre si, chegam a conclusões morais tão parecidas.

4.5 Recursos visuais: três formas de mostrar a transformação

Cada filme usa também um recurso visual distinto, mas com função semelhante, para reforçar a transformação emocional do protagonista. Em *Rango*, é o contraste de paleta entre o terrário tropical e saturado e o deserto ocre e empoeirado que comunica visualmente o isolamento. Em *Soul*, é o contraste entre o desenho esboçado e abstrato do Grande Antes e o detalhe fotorrealista de Nova Iorque que distingue o mundo das ideias do mundo vivido. Em *Surfs Up*, é o próprio formato do falso documentário, com tremulações de câmara e entrevistas diretas, que cria a sensação de autenticidade, tornando a queda de Cody, e a revelação de Geek, ainda mais impactantes por parecerem "reais". Os três filmes confirmam, cada um à sua maneira, a ideia central de Wells (1998) de que, na animação, a forma nunca está separada do conteúdo.

4.6 Síntese: o mesmo lugar emocional por caminhos diferentes

Voltando à pergunta de pesquisa que orienta este trabalho, de que forma o storytelling no cinema de animação transmite emoções e temas de tom mais pesado de uma forma acessível a um público de todas as idades, a comparação entre os três filmes sugere uma resposta clara: o storytelling consegue-o ao nunca dizer essas emoções pelo nome certo. Nenhum dos três filmes pronuncia as palavras "depressão", "vergonha" ou "crise existencial". Em vez disso, mostram um camaleão a confessar que mentiu sobre tudo, uma alma a recusar-se a nascer, um pinguim

idoso a esconder-se da própria fama. Sem qualquer mensagem explícita, é o storytelling que transforma estes temas pesados em algo que uma criança pode sentir sem entender completamente, e que um adulto reconhece com um desconforto familiar.

Por virem de estúdios diferentes, Nickelodeon, Pixar e Sony, e ainda assim chegarem a esta mesma estrutura emocional, partida involuntária, provação humilhante, regresso que substitui a vitória esperada por algo mais generoso, os três filmes confirmam que esta não é uma particularidade isolada de um realizador ou de uma cultura de estúdio específica. É, antes, uma tendência mais ampla da animação contemporânea: a de usar o disfarce da comédia, da aventura e da cor para contar, repetidamente, a mesma história difícil que todos, em algum momento, reconhecem como sua.

Conclusão

Este trabalho partiu de uma pergunta simples na sua formulação, mas exigente na resposta: de que forma o storytelling no cinema de animação transmite emoções e temas de tom mais pesado, como crises existenciais, depressão, medo ou a coragem de seguir em frente, de uma forma acessível a um público de todas as idades? Depois de percorrer a história do gênero, a sua linguagem visual própria, a estrutura do monomito de Joseph Campbell e o leque de emoções que a animação contemporânea já não evita, e de analisar em profundidade *Rango*, *Soul* e *Surf's Up*, é possível afirmar que a resposta não está em nenhum destes elementos isoladamente, mas na forma como todos trabalham juntos.

O storytelling consegue tornar estes temas acessíveis precisamente por nunca os nomear de forma direta. Nenhum dos três filmes usa as palavras "depressão", "crise existencial" ou "vergonha". Em vez disso, mostram um camaleão a admitir, em voz alta e perante todos, que é "um fingido e um covarde"; uma alma que considera estar a fazer um favor ao mundo ao recusar-se a nascer; um surfista idoso que prefere desaparecer da vida pública a ser visto como "um homem do passado". É esta tradução do abstrato em concreto, do sentimento em imagem, em diálogo e em ação, que permite a uma criança sentir a cena sem necessariamente a entender por completo, e a um adulto reconhecer-se nela com um desconforto familiar. Como argumenta Wells (1998), a animação não precisa de mostrar o mundo como ele é, pode mostrá-lo como ele se sente, e é exatamente isso que os três filmes analisados fazem.

A análise confirmou também que esta tendência não pertence a um único estúdio ou a uma única tradição criativa. *Rango*, produzido pela Nickelodeon, *Soul*, pela Pixar, e *Surf's Up*, pela Sony Pictures Animation, chegam, por caminhos visuais e narrativos completamente diferentes, a uma estrutura emocional notavelmente semelhante: uma partida involuntária, uma provação que humilha ou esvazia o protagonista, e um regresso que troca a vitória esperada por algo mais generoso, a coragem de continuar a aparecer, a generosidade de ceder o próprio lugar, a amizade que vale mais do que um troféu. Esta convergência, vinda de produtoras sem qualquer relação direta entre si, sugere que se trata de uma característica mais ampla da linguagem da animação contemporânea, e não de uma coincidência isolada.

A estrutura do monomito de Campbell (1949), tal como aplicada ao cinema por Vogler (2017), revelou-se uma ferramenta particularmente útil para organizar esta leitura, não porque os três filmes a sigam de forma mecânica, mas precisamente porque cada um a subverte de forma distinta. Cody Maverick descobre que "encontrar uma forma" não significava vencer a

competição que sempre tinha em mente. Joe Gardner descobre que o "spark" pelo qual procurou a vida toda nunca foi, de facto, o seu propósito de vida. Rango descobre que a identidade se confirma, repetidamente, através das próprias ações, e não é uma verdade fixa à espera de ser desvendada. Em nenhum dos três casos a jornada termina onde o protagonista esperava, e é precisamente nesse desvio que reside a mensagem mais honesta de cada filme.

Este trabalho parte da constatação de que a animação continua a ser tratada, em contextos académicos como o desta própria licenciatura, como um género menor, indigno de uma análise tão séria como a que se dedica ao cinema de atores reais. A análise aqui desenvolvida procurou mostrar o contrário: que três filmes aparentemente ligeiros, sobre um camaleão mentiroso, uma alma relutante e um pinguim surfista, conseguem tratar o medo do fracasso, a vergonha de envelhecer, a desilusão de não sentir aquilo que se esperava sentir, e a culpa de já não saber quem se é, com uma honestidade emocional que rivaliza com qualquer drama dito "para adultos".

Fica, no entanto, uma limitação importante a assinalar: este trabalho analisou apenas três filmes, o que não permite generalizar com total segurança esta conclusão a todo o género da animação. Filmes como *Hércules* (1997), *Brother Bear* (2003) ou *Divertida Mente* (2015), brevemente mencionados ao longo deste trabalho, sugerem que esta tendência é mais vasta ainda do que os três casos aqui analisados, e ficam como sugestão evidente para investigações futuras que queiram continuar a explorar este território. Fica também a sugestão de investigar como o público recebe efetivamente estas mensagens, através de estudos de receção que esta investigação, por opção metodológica, não incluiu.

Fica, em definitivo, a ideia de que talvez a pergunta certa não seja "quem sou eu", mas sim "o que me faz sentir que vale a pena continuar a tentar". É essa pergunta, escondida sob disfarces de comédia, aventura e cor, que *Rango*, *Soul* e *Surf's Up* colocam ao espectador de qualquer idade, sem nunca o forçar a admitir que está, de facto, a falar de si próprio.

Bibliografia

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

Wells, P. (1998). *Understanding Animation*. Routledge.

Crafton, D. (1982). *Before Mickey: The Animated Film, 1898–1928*. MIT Press.

Campbell, J. (2008). *The Hero with a Thousand Faces* (3^a ed.). New World Library. (Obra original publicada em 1949, citado em Sonnenburg e Runco, 2017)

Hayat, U., Iqbal, N., e Nadeem, M. A. (2021). War and politics on water: An eco-critical critique of animation movie *Rango*. *Global Language Review*, VI(IV), 104–111. [https://doi.org/10.31703/glr.2021\(VI-IV\).10](https://doi.org/10.31703/glr.2021(VI-IV).10)

Power, P. (2009). Animated expressions: Expressive style in 3D computer graphic narrative animation. *Animation*, 4(2), 107–129. <https://doi.org/10.1177/1746847709104643>

Sonnenburg, S., e Runco, M. A. (2017). Pathways to the hero's journey: A tribute to Joseph Campbell and the 30th anniversary of his death. *Journal of Genius and Eminence*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.18536/jge.2017.02.2.2.01>

Vogler, C. (2017). Joseph Campbell goes to the movies: The influence of the hero's journey in film narrative. *Journal of Genius and Eminence*, 2(2), 9–23. <https://doi.org/10.18536/jge.2017.02.2.2.02>

Filmografia

Filmes analisados

Brannon, A., e Buck, C. (Realizadores). (2007). Surf's Up [Filme]. Sony Pictures Animation.

Docter, P., e Powers, K. (Realizadores). (2020). Soul [Filme]. Pixar Animation Studios; Walt Disney Pictures.

Verbinski, G. (Realizador). (2011). Rango [Filme]. Nickelodeon Movies; Paramount Pictures.

Outros filmes mencionados

Lasseter, J. (Realizador). (1995). Toy Story [Filme]. Pixar Animation Studios; Walt Disney Pictures.

Docter, P. (Realizador). (2009). Up [Filme]. Pixar Animation Studios; Walt Disney Pictures.

Docter, P., e Del Carmen, R. (Realizadores). (2015). Divertida Mente [Filme]. Pixar Animation Studios; Walt Disney Pictures.

Melendez, B. (Realizador). (1969). A Boy Named Charlie Brown [Filme]. Cinema Center Films.

Miyazaki, H. (Realizador). (2023). O Rapaz e a Garça [Filme]. Studio Ghibli.

Moore, T., e Stafford, R. (Realizadores). (2020). Wolfwalkers [Filme]. Cartoon Saloon.

Charlie Mackesy, e Joacim Sjöberg (Realizadores). (2022). The Boy, the Mole, the Fox and the Horse [Filme]. Apple Studios.

Allers, R., e Minkoff, R. (Realizadores). (1994). O Rei Leão [Filme]. Walt Disney Pictures.

Clements, R., e Musker, J. (Realizadores). (1992). Aladdin [Filme]. Walt Disney Pictures.

Clements, R., e Musker, J. (Realizadores). (1997). Hércules [Filme]. Walt Disney Pictures.

Blaise, M., e Walker, A. (Realizadores). (2003). Brother Bear [Filme]. Walt Disney Pictures.