

Um gostinho da magia da Pixar desembarca no Rio de Janeiro

Apassionados pelo estúdio poderão visitar cenários e conferir produtos exclusivos

Por Pedro Sobreiro

A convite da Disney, o Correio da Manhã pôde conferir o evento de inauguração do Mundo Pixar, destinado à imprensa e aos influenciadores. O percurso durou cerca de três horas, mas é esperado que dure bem menos em dias comuns. A estimativa da organização é que dê para concluir o percurso de aproximadamente 3.500 m² em cerca de 1h.

Durante o evento, a reportagem conversou com o influenciador digital Thiago Ferreira, mais conhecido na internet como Imaginago. Maior criador de conteúdo individual sobre animações do Brasil, Imaginago já havia visitado o Mundo Pixar em sua primeira passagem pelo Rio de Janeiro. Porém, para ele, a experiência agora está mais completa.

“Eu já tinha vindo antes [ao Mundo Pixar], e a segunda vez foi ainda melhor porque está tudo mais completo. Tem mais cenários, mais personagens. Está ainda mais incrível!”, disse.

No início do ano, Thiago foi convidado para visitar os estúdios da Pixar, em Anaheim, na Califórnia. Para ele, o evento conseguiu captar bem o espírito do estúdio.

“Eu visitei os estúdios Pixar, na Califórnia, neste ano. E claro que é diferente, mas o Mundo Pixar consegue fazer a gente sentir um gostinho da magia do estúdio, é uma experiência muito legal. Quem é fã tem que conferir”, afirmou.

O influenciador também comentou sobre a oportunidade de comparecer a um evento desses sem ter que sair do Rio de Janeiro.

“O Mundo Pixar voltar para cá [Rio de Janeiro] é bom porque não há muitas opções de cultura Pop no Rio. A maioria dos eventos e exposições vão para São Paulo. Ter essa opção no Rio é incrível, ainda mais com opções de produtos exclusivos, como a camisa do Pão de Açúcar”, concluiu.

Quem também esteve presente no evento de inauguração foi a influenciadora digital Eduarda Melo, a Biologueirinha. Em seu canal e redes sociais, a bióloga usa das animações e da Cultura Pop em geral para explicar biologia. Ao jornal, ela ressaltou o valor criativo de poder estar num evento como esse.

“Sou uma grande fã da Pixar, de tudo que eles fazem, e acho que dá para ver isso pelos vídeos no canal. Enquanto criadora de conteúdo, sinto que estar nesse tipo de ambiente me traz inspiração, trabalha meu lado criativo e me permite sentir mais por dentro dos filmes que eu gosto. É maravilhoso”, comentou.



Divulgação/ Mundo Pixar



Divulgação/ Mundo Pixar

Relâmpago McQueen e Guido compõe o cenário da “Torre de Pneu”, ícone da cidade de Radiator Springs

O quarto gigante do Andy, de “Toy Story”, é o momento mais diferente do evento

Rio de Janeiro em foco

A exposição passou por São Paulo e outras partes do mundo. Além das ativações que remontam às franquias mais amadas do estúdio, o espaço conta ainda com uma lojinha recheada de produtos exclusivos. São aproximadamente 400 peças diferentes, que vão de chaveiros, camisetas e brinquedos, até a famosa bola que é símbolo da Pixar.

Em conversa com o Correio da Manhã, Bruno Honda, sócio-fundador da Roboto, empresa responsável por criar os designs das peças exclusivas que estão à venda na lojinha, explicou como foi parar em um evento de um estúdio pelo qual é verdadeiramente apaixonado.

“Cara, o Tim Well e eu, a gente trabalhou durante dez anos na Turma da Mônica. Eu era designer-chefe da Mônica e o Tim foi uma das pessoas que eu trouxe para cuidar da parte de licenciamento. A gente saiu de lá e

montou a Roboto. E da Roboto, a gente encontrou com o pessoal da BandUp, que operava as lojas da turma da Mônica dentro da CCXP. Então, a gente fazia tudo isso de Turma da Mônica, aí passou a fazer a loja oficial do Cartoon Network, que hoje a gente opera e faz produtos. Fizemos vários trabalhos até que surgiu essa oportunidade de fazer o Mundo Pixar. Era um projeto que não existia direito ainda, então a gente precisou conversar bastante com a Disney. Inicialmente, a Disney queria fazer uma loja que era mais essa cara de souvenir, sabe? Algo mais tradicional, com o logo gigante de ‘Mundo Pixar’ nas peças. Então, a gente falou que precisava de algo mais especial, porque seria a primeira loja da Pixar fora dos Estados Unidos. A gente propôs fazer pelo menos um produto de cada filme”, contou.

“E daí começou essa loucura, e a gente foi crescendo, crescendo

e a loja começou a dar muito resultado. Nós somos fãs dos filmes desde 1995. Então, na primeira oportunidade que a gente teve para discutir as ideias, tudo foi surgindo. Começamos com um ‘PDF do Chororô’, que tinha todas as ideias que a gente gostaria de executar, mesmo que fossem muito diferentes. Levamos para eles esse PDF com as 27 ideias. Eles amaram, mas disseram que muitas ideias não teriam artes prontas, mas nos ajudaram disponibilizando o máximo de materiais possíveis. A gente navegou naqueles acervos e, hoje, são mais de 450 peças. Todas foram aprovadas de primeira até hoje. Nunca tivemos um pedido de alteração, porque a gente conhece muito a história, a gente conhece muito o processo produtivo também, né? É a nossa ‘tempestadezinha perfeita’. A gente tem muito orgulho disso”, completou.

Desta vez, a loja conta com

três camisetas exclusivas do Rio de Janeiro. É uma novidade essa produção de produtos regionalizados. E claro que teve contribuição do time brasileiro.

“Isso é uma história muito maluca. A gente tinha a ideia de regionalizar os produtos, mas como fazer isso? Eu vi uma arte do Mundo Pixar da Coreia do Sul em que eles escreveram o nome do país em uma camiseta logo embaixo do logo do evento, bem ao estilo ‘Hard Rock’ mesmo. E aí aconteceu uma coisa muito maluca em São Paulo, em 2025. Quando a gente lançou a segunda temporada de produtos, o Jay Ward, que é o Diretor Criativo de Franquias da Pixar esteve na loja e adorou os produtos. Para você ter uma ideia, ele trabalhou no time de concept design de ‘Monstros S.A.’, foi ele que fez o conceito do Relâmpago McQueen, e agora é a alta hierarquia do Mundo Pixar. Ele quis conhecer a gente, e nós conversamos e sugerimos a regionalização de produtos. O Jay ficou muito feliz e convidou a gente para conhecer o estúdio da Pixar, fazer uma reunião com a equipe de produtos deles na Califórnia. A gente passou lá um dia inteiro na Pixar. Eu fico arrepiado até hoje”, contou.

“A gente entrou nos arquivos da Pixar, eles mostraram um monte de coisa que a gente poderia usar, sabe? Nós tivemos acesso ao storyboard original da cena do Dona Marocas, de ‘Toy Story’. Eles entenderam que a gente realmente compreendia as histórias, que era apaixonado, e consolidamos essa parceria criativa. Nós somos guardiões dessas histórias também, a gente tem que proteger esses materiais e ajudar os fãs a conhecê-los. Acho que é por isso que todos os nossos produtos saíram com 100% de aprovação da Pixar. É o nosso conto de fadas”, afirmou Honda.

Por fim, Bruno revelou qual seu filme favorito da Pixar: ‘Ratatouille’.

“Meu filme favorito é ‘Ratatouille’ e meu personagem favorito é o Remy [ratinho cozinheiro do longa]. Sou apaixonado pela filmografia do Brad Bird e acho que esse filme tem uma mensagem muito legal que é dada pelo Chef Gusteau. Ele diz que ‘qualquer um pode cozinhar’. Aplico isso a minha vida em geral. Muita gente me pergunta como fazer para desenharmos bem. Eu digo que é só não parar de praticar. Se um piloto consegue decolar um avião com 10 mil horas de prática, por que você não conseguiria aprender a desenhar praticando? É uma mensagem de não desistir de você mesmo. Acho fantástico”, concluiu.