

## LONGAS E SÉRIES DE ANIMAÇÃO NO BRASIL VIVEM SEU MOMENTO MAIS EXPRESSIVO

**Além de sua inegável pertinência artística e cultural,** a animação também deve ser pensada a partir de sua relevância econômica. Dentro de um cenário de crise em muitos países e de um discurso de perspectivas otimistas para o Brasil, muito se tem discutido acerca da criação de uma indústria brasileira de animação.



Ilustração de Bruno Hamaguchi

O fato de esta discussão ser recente (as primeiras experiências em animação no país, as “charges animadas” realizadas pelo polivalente Raul Pederneiras, datam de 1907) já nos permitir uma dimensão inicial do desenvolvimento da animação no Brasil e dos desafios de se transformar nosso mercado em indústria. Lembremos que grandes estúdios de animação já tinham destacada atuação comercial na década de 20 do século passado em países da Europa e nos Estados Unidos.

De toda forma, o momento dessa discussão não chegou por acaso, já que nos últimos 10 anos foram produzidas mais peças de animação no país do que nos quase 100 anos que antecederam este fértil período. Desenha-se, portanto, um cenário bastante propício para, doravante, pensarmos essa situação.

Apesar de a animação ter sempre despertado grande interesse no público brasileiro, raras foram as vezes em que este fascínio foi suprido por obras nacionais, que acabam desconhecidas do grande público. Assim, a animação brasileira acabou por conquistar certo reconhecimento nas áreas específicas da publicidade e do circuito de festivais de curtas-metragens.

Aos poucos, essa referência começa a ser ampliada para o desenvolvimento de longas-metragens e de séries de animação – sem mencionar os *games*, a internet e os circuitos educativos. É nas salas de cinema e na grade de programação das emissoras de televisão que a animação brasileira pode finalmente encontrar o grande público.

Apesar do aumento de sua presença nas telas nacionais e das perspectivas abertas pela Lei 12.485 (Lei da TV Paga), estes espaços ainda são ocupados majoritariamente por animações estrangeiras. Devemos considerar que assim como a literatura, as artes plásticas e a música, a animação também pode divulgar e valorizar, nacional e internacionalmente, a riqueza e diversidade cultural do Brasil – seja pela temática ou pelo reconhecimento de um estilo próprio de animação.



Enquanto a animação brasileira não consolidar este espaço de destaque, perdem autores, animadores e produtores, que limitam seu campo de atuação e mercado de trabalho; perde o público, que desconhece a qualidade e mesmo a existência de produções animadas nacionais; e perde o país, que não aproveita o potencial cultural e econômico dessa significativa forma de comunicação e expressão da contemporaneidade. Quem, então, está ganhando?

Apenas algumas poucas emissoras de televisão que acabam comprando séries internacionais de sucesso por preços bem menores que o das produções nacionais – uma vez que as primeiras ampliam seu faturamento ao serem comercializadas globalmente, além de lucrarem com o licenciamento de seus produtos. O mesmo acontece com outros gêneros televisuais, é verdade. Mas temos casos como o das telenovelas, que mesmo custando mais, são produzidas no Brasil e possuem melhor receptividade do que suas concorrentes internacionais. Não se poderia também apostar em, pelo menos algumas, séries de animação brasileiras? Ou será que estas só são valorizadas quando chegam por aqui via algum distribuidor ou canal estrangeiro? Não poderiam as emissoras nacionais serem parceiras ou coprodutoras desses projetos?

Em uma época de crescimento módico da economia e dos setores mais tradicionais da indústria, a animação se oferece como um vasto e fértil campo para exploração dentro do contexto da “Economia Criativa”. Neste novo modelo econômico, há uma transformação de paradigmas a partir da reconfiguração dos modelos de produção e distribuição, em que a capacidade criativa passa a ter papel mais importante do que o próprio capital. A criação de uma Secretaria da Economia Criativa vinculada ao Ministério da Cultura (MinC) em 2011 parece assinalar para a compreensão, por parte do governo, da importância de se pensar em políticas para este setor como forma de desenvolvimento, em diversas instâncias e dimensões, do próprio país.

Antes de seguirmos, é preciso esclarecer o “mito” de que o surgimento de uma indústria da animação irá sepultar a produção considerada livre das amarras ou pressões do mercado. É importante considerar que a produção comercial não elimina o espaço da experimentação e das manifestações autorais. Além disso, as animações mais autorais têm se mostrado imprescindíveis para a própria existência das produções comerciais, sejam como território fecundo para a formação de novos animadores ou como fonte de inspiração para a constante inovação, criatividade e diversidade que tão bem define essa indústria e a própria arte da animação. É o que ocorre em países como Canadá, Estados Unidos, Coreia do Sul, Japão e França, que, não por acaso, mantêm grande tradição em ambas as vertentes (“comercial” e “autoral”). Podemos dizer, portanto, que existe uma relação de indissociabilidade: uma não existe sem a outra. Mas, como em todo mito há um fundo de verdade, é necessário sempre proteger e atentar às produções autorais, mantendo ações e políticas valorativas e efetivas para a animação como um todo.



Posto este preceito, voltemos à questão da implementação de uma indústria da animação brasileira. A primeira experiência no país nesse sentido foi realizada por Maurício de Sousa e Gonzaga de Luca entre os anos de 1985 e 1988. Naquela ocasião, os Estúdios Maurício de Sousa empregaram cerca de 250 profissionais com o objetivo de produzir regularmente animações, provando que com a existência de recursos e de uma demanda pode haver mobilização profissional.

A partir de meados dos anos 90, há um aumento gradativo – para além do nicho da publicidade e do curta-metragem – no número de estúdios, cursos especializados, produções, mostras, festivais e do próprio espaço para a exibição de animações brasileiras na televisão – sobretudo em canais públicos e/ou educativos, como a TV Cultura.

O célere crescimento do mercado não passou despercebido e, em 2003, foi apresentado o Projeto de Lei (PL) nº 1821/03, que “dispõe sobre a veiculação obrigatória, nas emissoras de televisão, de desenhos animados produzidos nacionalmente”. O objetivo é incorporar gradativamente na televisão (de sinal aberto e fechado) desenhos animados brasileiros, ampliando a exibição de conteúdo nacional e estimulando o setor – o texto inicial prevê que em cinco anos pelo menos 50% dos desenhos animados exibidos na televisão sejam produzidos no Brasil. O projeto tramita em caráter conclusivo na Câmara dos Deputados, tendo sido encaminhado para a Comissão de Cultura da Câmara em 29/4/2013. Lembremos aqui que uma indústria audiovisual do porte da norte-americana teve seu desenvolvimento comercial estimulado a partir de políticas protecionistas que visavam salvar o cinema daquele país do domínio europeu, sobretudo francês. Isso nos mostra que uma indústria não nasce do acaso, mas depende do comprometimento entre os setores público e privado.

A criação de fundos, prêmios e editais específicos para animação no Brasil representou outro avanço a partir deste mesmo período. Isso porque projetos de animação tinham que concorrer com outros projetos audiovisuais (*live action*) que possuem diferentes parâmetros avaliativos e de produção. Esta mudança de percepção culminou com a publicação da Portaria Ministerial nº 68, de 10/12/2008, que instituiu o Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira. A coordenação das ações do Programa está, desde então, a cargo da Secretaria do Audiovisual (SAv) do MinC, com recursos de Lei Orçamentária, incentivados e de outras fontes. Tal programa parte de algumas premissas:

1. A animação possui elevado potencial de empregabilidade, com boa parte de seus custos compostos por mão de obra qualificada. Além disso, a produção de um longa-metragem ou de uma série emprega em média 60 profissionais por um período médio de dois anos – números que podem ser ainda maiores, dependendo da produção.
2. A estimativa potencial de exibição de animação no país, considerando apenas o mercado infantojuvenil, é de cerca de 1.800 horas inéditas por ano. É preciso considerar que a animação começa a romper com o estigma de produto infantil, abrindo novos nichos de mercado junto ao público adulto.





3. A animação permite a criação de uma cadeia de negócios por meio do licenciamento de produtos (brinquedos, *games*, publicações, etc.), ampliando a geração de empregos, rendas e divisas em setores econômicos distintos, mas com grande potencial de integração – pois possuem públicos com hábitos e interesses convergentes.

4. A animação brasileira possui qualidade técnica e artística reconhecidas. Prova disso é o aumento da presença das produções – contando com coproduções internacionais – exibidas com sucesso em inúmeros países.

5. Há uma demanda crescente por animação. Em um cenário globalizado, países como a China e a Índia vêm se posicionando como *outsourcing*, terceirizados para certas etapas da produção – oferecendo apenas mão de obra barata. O Brasil, por sua vez, começa a se posicionar como *player*, capaz de realizar de maneira autossuficiente todas as etapas da cadeia produtiva da animação.

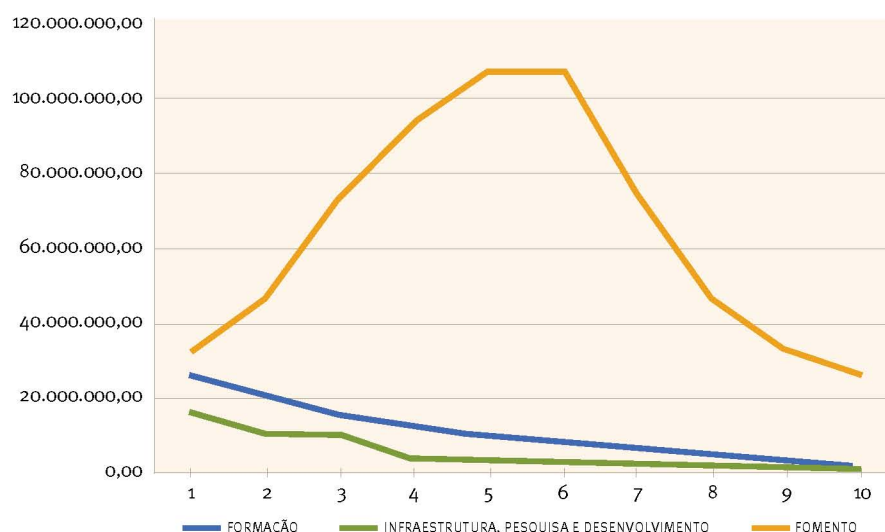
Partindo dessas premissas, o programa teve como desdobramentos mais imediatos duas ações basilares no contexto da criação de uma indústria da animação brasileira: a proposição de uma Política para o Desenvolvimento da Animação Brasileira (Proanimação) e o Programa de Fomento à Produção e Teledifusão de Séries de Animação Brasileiras (Animatv).

O Proanimação é um conjunto integrado de ações com investimentos previstos (em 2009) da ordem de R\$ 760 milhões em um horizonte de 10 anos de execução. Planejado em parceria com a Secretaria de Política Cultural, no contexto do Programa para o Desenvolvimento da Economia da Cultura (Prodec) e contando com a participação de representantes da SAV, da Cinemateca Brasileira, do Animatv, da Associação Brasileira do Cinema de Animação (ABCA), do Centro Técnico Audiovisual (CTAv) e da Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão (ABPITV), o Proanimação tem como meta ocupar 25% do mercado brasileiro de animação. Busca-se não apenas a criação de uma indústria e sua capacitação para inserção no mercado nacional e internacional, mas sua própria sustentabilidade.

Para tanto, o Proanimação foi elaborado a partir de três programas (formação; infraestrutura, pesquisa e desenvolvimento; e fomento) e três linhas auxiliares (diagnóstico, comunicação e preservação), cada qual se desdobrando em novos projetos e ações. O programa de formação representa um dos principais desafios do setor, pois é preciso capacitar, em um curto período, um grande contingente de profissionais qualificados – já há hoje carência de mão de obra em algumas funções. Já o programa de infraestrutura busca organizar e ampliar a base produtiva do setor, enquanto o programa de fomento visa capitalizar os estúdios, viabilizando a difusão e a comercialização das animações. Em relação às linhas auxiliares, o diagnóstico procura elaborar o perfil socioeconômico do mercado, suas prospecções, assim como avaliar o próprio projeto a médio e longo prazo. A linha de comunicação objetiva divulgar as produções animadas e seus produtos correlatos junto ao público, enquanto a linha de preservação cuidará da manutenção da memória da animação brasileira, disponibilizando seu acesso ao público.

| PLANILHA DE INVESTIMENTOS PROANIMAÇÃO - 10 anos (valores estimados em reais) |                         |                         |                          |                |        |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|----------------|--------|
| ITENS                                                                        | CURTO PRAZO<br>(2 anos) | MÉDIO PRAZO<br>(6 anos) | LONGO PRAZO<br>(10 anos) | TOTAL          | %      |
| Formação                                                                     | 46.893.600,00           | 46.526.200,00           | 16.700.000,00            | 110.119.800,00 | 14,98% |
| Infraestrutura, Pesquisa e Desenvolvimento                                   | 27.555.000,00           | 20.875.000,00           | 7.097.500,00             | 55.527.500,00  | 7,55%  |
| Fomento                                                                      | 87.828.640,00           | 351.080.760,00          | 123.960.760,00           | 562.870.160,00 | 76,55% |
| Linhas auxiliares                                                            | 2.354.700,00            | 2.204.400,00            | 2.204.400,00             | 6.763.500,00   | 0,92%  |
| TOTAL                                                                        | 164.631.940,00          | 420.686.360,00          | 149.962.660,00           | 735.280.960,00 | 100%   |
| %                                                                            | 22,39%                  | 57,21%                  | 20,40%                   | 100,00%        |        |

Planilha resumida com estimativa para a implementação do Proanimação (valores de 2009)



Os recursos concentram-se nos primeiros anos, objetivando a consolidação de uma base produtiva para investimentos no programa de fomento. A tendência de queda a partir do quinto ano não representa a diminuição de animações produzidas, mas uma progressiva saída de investimentos públicos diante da esperada sustentabilidade do setor.

A segunda ação resultante do Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira foi o Animatv, realização da SAV e SPC do MinC, da TV Brasil, da TV Cultura e da Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais (Abepec), com o apoio da ABCA. A ideia surgiu a partir da referência de duas experiências internacionais que abriram espaço para novos e talentosos animadores passarem por consultorias, produzirem e exibirem seus pilotos de série. A primeira delas, *What a Cartoon! Show* (Cartoon Network, 1995), foi responsável pelo surgimento de séries populares como *Meninas superpoderosas*, *Laboratório*





de Dexter, A vaca e o frango, Johnny Bravo, Du, Dudu e Edu, Family guy e Coragem: o cão covarde. A segunda, *Oh yeah! Cartoons* (Nickelodeon, 1998) alavancou séries como *Padrinhos mágicos*, *Mundo giz*, *Uma robô adolescente* e *Bob Esponja*.

À esquerda, *Tromba trem*,  
à direita, *Carrapatos e catapultas*

Lançado em 2009, o Animatv recebeu 257 projetos de 17 estados brasileiros. Desses 257, 17 projetos foram selecionados para produzir seus respectivos pilotos. No final, dois projetos de série de animação (*Tromba trem* e *Carrapatos e catapultas*) produziram mais doze episódios cada. O Animatv ofereceu oficinas de formatação de projeto para todos os inscritos e consultorias nas áreas de arte, comercialização, narrativa, produção e transmídia. A ideia foi estimular o setor a partir da sistematização de ações que visam à geração de projetos em diversos pontos do país, a realização de ações regionais de capacitação, a dinamização da produção entre estúdios, a articulação de um circuito nacional de exibição, além da inserção da animação brasileira no exterior. Neste sentido, a Coordenação Executiva do Animatv realizou a prospecção de parcerias para as séries em importantes eventos do setor, como Upto3', Festival Internacional de Animação de Ottawa, KidScreen Summit, World Television Festival/Next Media, MIPCOM, MIPJunior, Anima Fórum e Expotoons – eventos já frequentados por muitos estúdios brasileiros. Como resultado, várias séries selecionadas encontram-se em diferentes estágios de negociação e desenvolvimento. O Animatv disponibiliza um portal com acesso às séries e materiais de apoio para desenvolvimento de projetos ([www3.tvcultura.com.br/animatv](http://www3.tvcultura.com.br/animatv)).

A criação e a produção de longas-metragens e de séries de animação no Brasil vivem, portanto, seu momento mais expressivo. Estima-se que existam mais de 100 projetos nacionais devidamente estruturados buscando, por diferentes mecanismos e estratégias, a viabilidade para seu efetivo desenvolvimento. Se este cenário se desenhou, em linhas gerais, em menos de 10 anos, a perspectiva para os próximos 10 é bastante otimista, principalmente com a efetiva implantação do Proanimação e a realização de novas edições do Animatv, além da manutenção e criação de novas ações favoráveis ao desenvolvimento da indústria da animação brasileira. Talento, capacidade e animação não faltam para isso, contanto que não haja um retrocesso nas ações governamentais de incentivo já propostas. ■

**Sérgio Nesteriuk** é doutor em Comunicação e Semiótica. Sócio e ex-diretor de educação da ABCA. Consultor de roteiro e dramaturgia do Animatv. Atua como consultor, pesquisador e professor de animação. Autor do livro *Dramaturgia de série de animação* (Animatv, 2011), disponível para leitura em [issuu.com/animatv/docs/dramaturgia\\_de\\_serie\\_de\\_animacao](http://issuu.com/animatv/docs/dramaturgia_de_serie_de_animacao)