

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
DEPARTAMENTO DE CINEMA E VÍDEO

Leonardo Campos Khuriyeh

A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA CRIANÇAS NO BRASIL

Niterói

2017

Leonardo Campos Khuriyeh

A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA CRIANÇAS NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à Universidade Federal Fluminense como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Cinema e Audiovisual

Orientadora: Hadija Chalupe

Niterói

2017



Universidade
Federal
Fluminense

IACS - Instituto de Arte e Comunicação Social
Departamento de Cinema e Vídeo

PARECER DE PROJETO EXPERIMENTAL

Aluno:	LEONARDO KURIYEH	
Curso:	CINEMA E AUDIOVISUAL	Matricula: 112057022
Título		
A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA CRIANÇAS NO BRASIL		
Banca Examinadora		
Prof. Orientador:	MARJJA CHAUPE DA SILVA	
	KARLA HOLANDA	
	ZIA BATHA CESÁRIO	
Data de Apresentação	27/07/2017	
Parecer		
Trata-se de uma pesquisa com grande capacidade de articulação de um pensamento crítico quanto as questões que permeiam o campo do audiovisual dedicado ao público infantil. Nota-se um envolvimento do aluno, com um cuidado e atenção, apresentando uma pesquisa aprofundada, com escritos fluidos e prazerosos, formalizando um trabalho consistente para o campo. A banca recomenda a publicação do trabalho e a continuidade da pesquisa.		
Nota Final	10,0.	
Assinaturas da Banca		
Prof. Orientador: MARJJA CHAUPE DA SILVA	Marjja Chaupe da Silva	
ZIA BATHA CESÁRIO	Zia Batha Cesário	
KARLA HOLANDA	Karla Holanda	

Leonardo Campos Khuriyeh

A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PARA CRIANÇAS NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à Universidade Federal Fluminense como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Cinema e Audiovisual

Aprovado em 27 de Junho de 2017

BANCA EXAMINADORA

Hadija Chalupe – Universidade Federal Fluminense

Lia Bahia Cesário – Universidade Federal Fluminense

Karla Holanda de Araújo – Universidade Federal Fluminense

AGRADECIMENTOS

À minha família: meus pais e meu irmão Victor, que sempre me deram suporte e condições, mesmo de tão longe, cuidando pra parecer tão perto. Pelas cobranças, pelas mensagens, pelos abraços e pelos poucos momentos juntos.

Ao meu namorado, Gui, por toda a paciência do mundo, pelas inúmeras revisões e opiniões, e por todo o interesse em aprender junto comigo. Por me incentivar por toda essa longa trajetória, sempre me acompanhando nos momentos bons e ruins.

À minha companheira de todas as horas, Amanda, justamente por ser essa companheira. Por me aguentar na faculdade, depois em casa, ouvir lamúrias, trocar risadas, discussões filosóficas e por todo o tempo sempre tão bom que passamos juntos.

Aos meus amigos. Aos de Taubaté, aos da UFF, aos do Futura. Carol, Caio, Alice, Renata, Flávio, Rodrigos, e todos que também estiveram sempre ao meu lado, me encorajando, me fazendo rir, distraindo ou simplesmente estando presente.

À UFF e todos os professores, monitores, funcionários e colegas, que fizeram parte de toda a minha jornada pela universidade.

À minha orientadora, Hadija, pelas dicas, comentários, luzes e também pela imensa paciência, que sei que foi um longo processo.

A todos vocês, muito obrigado!

RESUMO

Esta pesquisa objetiva realizar uma análise da produção de conteúdo audiovisual contemporânea para crianças no Brasil. Partindo de uma contextualização histórica e uma enumeração dos longas-metragens lançados para esse público, é evidenciado um paralelo entre a produção cinematográfica e a televisiva, destacando uma grande influência desta na primeira. São explicados também os principais mecanismos de incentivo à produção audiovisual criados pelo governo brasileiro nas últimas décadas e como cada um deles afetou a produção de conteúdo infantil. Por fim, são expostas as medidas do Estado que visam incentivar diretamente essa produção e as novas perspectivas e expectativas diante delas.

Palavras-chave: Audiovisual para Crianças; Audiovisual Brasileiro; Leis de Incentivo.

ABSTRACT

This research discusses the current situation of the production of audiovisual content for children in Brazil. Starting from a historical contextualization and an enumeration of the feature films released for this audience, a parallel is shown between cinematographic and television production, highlighting a great influence of the later in the first one. It is also explained the main mechanisms of incentive to the audiovisual production created by the Brazilian government in the last decades and how each of them affected the production of children's content. Finally, the State measures that directly encourage this production are pointed out, as well as the new perspectives and expectations before them.

Keywords: Audiovisual for Children; Brazilian Audiovisual; Incentive Laws.

SUMÁRIO

Introdução.....	8
1 A história do audiovisual para crianças no Brasil.....	11
1.1 O que é Cinema Infantil?.....	12
1.2 O florescimento da televisão.....	14
1.3 Xuxa, Trapalhões e a influência da televisão.....	16
1.4 Os contrastes da produção.....	21
2 As leis de incentivo e suas influências na produção para crianças.....	24
2.1 Os primeiros mecanismos de incentivo.....	25
2.2 A Medida Provisória e a criação da ANCINE.....	27
2.3 As mudanças na Lei do Audiovisual e a instauração do FSA.....	31
2.4 A Lei da TV Paga.....	34
3 As novas perspectivas para o audiovisual infantil.....	36
3.1 A criança como público.....	37
3.2 As primeiras iniciativas.....	39
3.3 O interesse do público e as mudanças no mercado.....	42
3.4 As novas iniciativas.....	47
Considerações Finais.....	51
Referências bibliográficas.....	55
Livros, artigos e outras publicações.....	55
Notícias, reportagens e outros textos.....	56
Páginas na Internet.....	57
Leis, estudos e outras publicações oficiais.....	57
Entrevistas, discursos e outros registros orais.....	58
Vídeos.....	59
Anexos.....	60
Anexo A – Filmes Brasileiros Lançados em 2015 e 2016 com mais de 20.000 espectadores.....	60
Anexo B – Filmes Infantis Brasileiros Lançados entre 2000 e 2017.....	64

Introdução

Desde criança, tive uma ligação forte com filmes. De *Cinderela*, *O Rei Leão*, *Mary Poppins* e outros clássicos da Disney, até *Shrek*, *Pequenos Espiões* e os filmes natalinos da *Sessão da Tarde*, todos eles tinham e têm até hoje um nítido espaço na memória. Na infância, eram apenas histórias interessantes, divertidas, mas hoje, é fácil perceber a importância que essas e outras obras tiveram na minha formação. Seja por despertar o interesse pelas histórias e pelo audiovisual, por estimular a imaginação mostrando a diversidade e as possibilidades, ou simplesmente pelas lições e valores tão claros para o olhar adulto, os filmes acabam por ser um dos primeiros contatos de algumas crianças com o mundo e, por isso, se tornam referências para toda a vida.

Na faculdade, ao criar interesse pelos filmes que marcaram a infância da minha geração, percebi que a maior parte deles são norte-americanos. Alguns poucos colegas que nasceram em famílias mais ligadas ao meio cultural guardam afeto por obras inglesas, francesas e até mesmo japonesas, mas é intrigante como nem mesmo esses poucos sabiam dizer dois ou três títulos de filmes infantis brasileiros que não envolvessem Xuxa, Didi ou a Turma da Mônica. Mesmo dentro da grande bagagem cinematográfica que tem uma turma de estudantes de cinema, nenhum de nós tinha sido marcado, quando crianças, por filmes brasileiros que não tivessem uma dessas personalidades da televisão.

Diante desse cenário, resolvi usar o trabalho final do curso para entender porque isso acontecia. Primeiramente: porque temos um repertório tão pequeno de produções cinematográficas infantis no Brasil? Será que não fazemos filmes para crianças sem a Xuxa? Nunca levamos crianças ao cinema sem ter que contar com a presença de personagens ou histórias que já fazem sucesso na televisão? Ou simplesmente não temos acesso a esses filmes?

Para responder a essas e outras questões houve a necessidade, a princípio, de entender a história dessa produção, identificar quantos e quais haviam sido os filmes produzidos e se eles sempre tinham tido essa relação com personalidades já famosas. O primeiro capítulo, então, é dedicado à realização de um panorama pela história dos filmes infantis no Brasil, iniciando em 1952, quando foi lançado o primeiro longa-metragem para esse público, chegando até a década de 90, quando a produção foi praticamente interrompida pela crise que abarcou o setor.

Dentro desse panorama, foi imprescindível passar também pelos programas televisivos dedicados ao público infantil. A televisão sempre foi grande exibidora de conteúdo brasileiro para crianças, assim, desde os primórdios do audiovisual infantojuvenil já existia essa ligação forte entre o televisivo e o cinematográfico. Por isso, veremos também as principais produções desse campo em contraste com as produções para o cinema, explicitando como ocorria essa relação íntima entre eles e o que ela significou para o mercado.

Na década de 1990, com a dissolução de diversos órgãos responsáveis pelo incentivo à cultura, o cinema entrou em crise, e a produção reduziu-se de forma alarmante. O Estado, então, viu-se obrigado a criar maneiras de ressuscitar o mercado cinematográfico no país. Dessa forma, no segundo capítulo explicaremos quais foram e como funcionam os mecanismos, as leis de incentivo e os órgãos criados para ajudar o cinema a renascer e se manter até hoje. Falaremos da importância da Lei Rouanet, da Lei do Audiovisual e de outras iniciativas reguladas pela ANCINE. Ao mesmo tempo, vamos circular pelas obras audiovisuais infantis que foram possíveis devido justamente à existência de cada um desses mecanismos. O sistema de consulta de projetos da ANCINE foi de extrema importância nesse momento, por permitir acessar quais foram os mecanismos de incentivo usados por cada um dos lançamentos registrados.

No entanto, foram poucas as iniciativas do governo que focaram em impulsionar a produção especificamente para crianças. Por esse motivo, no terceiro capítulo, exploraremos esses poucos mecanismos e sua importância. Conheceremos o Curta Criança e a relevância da animação e como sua relação com o infantil foi significativa para o crescimento do setor.

Apesar das poucas ações na área, o interesse do público cresceu em torno dessas produções, tornando audiovisual infantil cada vez mais relevante dentro e fora do país. Esse crescimento chama a atenção do Estado, que passa a explicitar seu interesse em investir no campo, mesmo que ainda de forma tímida. Veremos então quais as metas estabelecidas pelo governo para o crescimento do setor, quais as medidas que estão sendo tomadas para atingi-las e as perspectivas para os próximos anos.

Corroborando o pouco interesse nacional em torno da produção audiovisual infantil, os estudos sobre o tema são escassos, gerando uma bibliografia não muito ampla e muito mais focada no conteúdo das produções do que na forma de produção em si. Assim, faremos uso também de discursos, entrevistas e relatórios de fóruns que apresentam opiniões de pesquisadores e trabalhadores do meio audiovisual em torno da situação. Utilizaremos também as Leis originais que forem mencionadas, além de publicações oficiais como editais e estudos publicados pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, da ANCINE.

Com isso, torna-se objetivo deste trabalho entender o desenvolvimento da produção de conteúdo audiovisual para crianças, visando descobrir quais os fatores que levaram ao baixo número de produções para cinema ao mesmo tempo em que a televisão domina o mercado. Para esse fim, perpassaremos pelos últimos 65 anos da história do audiovisual brasileiro destacando os conceitos, os interesses e os conflitos que culminaram na situação atual.

1 A história do audiovisual para crianças no Brasil

Por quase meio século, o cinema reinou sozinho no imaginário social do que entendemos hoje como audiovisual. Apesar das relações com outras áreas da cultura, como teatro e literatura, foi com o surgimento da televisão que o cinema se sentiu pela primeira vez ameaçado. Como disse Pedro Butcher,

Quando a TV surgiu no cenário audiovisual, nos anos 50, o cinema sofreu um forte processo de desestabilização. A TV não acabou com o cinema – assim como a fotografia não acabou com a pintura e o cinema não acabou com a fotografia – mas, a partir do surgimento de seus “sucessores”, cada um desses meios precisou se readaptar a uma nova configuração, a um novo território de ação.¹

Diante desta relação instável, a trajetória da produção audiovisual no mundo, mas também no Brasil, é bem marcada pela intensa tentativa de se distinguir o que é televisão do que é cinema. Seja por questões de linguagem, de política, de distribuição e até mesmo de diferenciação entre o que é arte e o que é entretenimento, parece haver uma grande necessidade no mercado, no Estado e até mesmo nos próprios trabalhadores de categorizar os produtos de forma rígida e, grande parte das vezes, valorativa. No entanto, essa distinção se mostra uma tendência puramente teórica, uma vez que a história nos revela o grande potencial existente num trabalho conjunto entre os dois setores.

Como aponta Lia Bahia², nos anos 2000 o Brasil passou por grandes mudanças no campo audiovisual decorrentes justamente de uma convergência entre cinema e TV e da percepção do quão proveitosa essa relação poderia ser. Essa concepção estimulou estudiosos a pensarem menos numa ideia de diferenciação e mais em uma noção de circularidade entre os meios, de interdependência.

Fugindo então da visão clássica de distanciamento entre as duas principais formas de se produzir e consumir audiovisual, podemos, em retrospecto, perceber o quão presente essa circularidade esteve no decorrer da nossa história. Uma forma muito clara de evidenciar essa conexão é analisar o desenvolvimento da produção direcionada ao público infantil. Sendo este um nicho bem específico de produção, podemos notar com clareza as influências que uma exerce sobre a outra e vice-versa.

¹BUTCHER, Pedro. *Brevíssimo histórico das relações cinema/TV no Brasil*. Disponível em: <<http://www.revistacinetica.com.br/cinemaTV.htm>>. Acesso em 25/03/2017.

²BAHIA, Lia. *A Telona e a Telinha: Encontros e Desencontros entre Cinema e Televisão no Brasil*. 2014

Dessa forma, ao descrevermos um histórico do desenvolvimento das produções cinematográficas feitas para o público infantil no Brasil, é necessário ter por base a ideia de convergência entre cinema e televisão. Faremos então um panorama sobre a produção do cinema infantil brasileiro, perpassando necessariamente por produtos também da TV, sempre destacando as semelhanças, diferenças e influências presentes.

1.1 O que é Cinema Infantil?

Para iniciar esse tipo de discussão, contudo, é necessário delimitar o que entendemos aqui por “cinema infantil”. Segundo João Batista Melo³, escritor do primeiro livro sobre o assunto no Brasil, “trata-se daquela obra destinada ao segmento de público que se encontra na faixa etária conceituada como sendo a infância” (2011, p.55).

Como lembra Giuliano Jorge Magalhães da Silva⁴, “O processo de recepção da narrativa pelo jovem espectador está interligado à formação de opinião e identificação, e representação de sua própria existência no mundo” (2014, p.35). Dessa forma, muito se discute a respeito da linguagem específica, abordagem, forma de construção de narrativa que permeiam um filme infantil. Melo descreve ainda algumas características geralmente associadas a produções do gênero: a presença de crianças como protagonistas, humor pueril, brincadeiras e espírito lúdico (MELO, 2011).

Apesar de todas as definições subjetivas e pedagógicas do que pode ser considerado ou não uma produção infantil, seguiremos aqui o critério adotado por Melo ao construir uma linha temporal desses filmes no Brasil: “filmes produzidos para o público infantil no Brasil a despeito de terem sido classificados neste texto como produções familiares, infantis ou juvenis” (2011, p.189), ou seja, uma classificação baseada no público-alvo da produção. Assim, seguiremos à risca a linha elaborada por João Batista Melo no que diz respeito aos títulos citados e datas de lançamento.

Quanto às produções televisivas, será utilizado o mesmo critério de autoclassificação como um programa infantil, mesmo que esta venha a ser debatível ao levar em consideração o conteúdo e linguagens utilizadas, que podem, muitas vezes, parecer inapropriados aos olhos

³ João Batista Melo defendeu em 2004, na Unicamp, sua tese de doutorado sobre cinema infantil, gerando o primeiro livro sobre o assunto no Brasil: *Lanterna mágica: infância e cinema infantil*.

⁴ SILVA, G. J. M. *Entre Telas e Histórias: o Cinema e o Audiovisual Infantil Brasileiro*. 2014

atuais. A linha do tempo televisiva será baseada nas informações do InfanTV⁵, site dedicado à memória da produção infantil brasileira organizado por Izaías Correia⁶.

Ainda segundo Melo⁷, antes da década de 50 não era possível falar em cinema infantil e sequer em cinema voltado para crianças. Não havia nem mesmo produção de filmes que pudessem, ainda que indiretamente, interessar a elas. Apesar de uma pressão por parte da sociedade envolvida com educação para que houvesse uma valorização dessa parcela do público, o Estado optava por soluções que acabavam por afastá-las cada vez mais. Um exemplo é a proibição de crianças abaixo de cinco anos dentro das salas de exibição, assim como a necessidade de um acompanhante para as menores de quatorze. Ambas as resoluções fazem parte do Decreto Nº 17.943-A, de 12 de outubro de 1927⁸, comumente conhecido como *Código de Menores*.

Algumas iniciativas pareciam atender à demanda por produção infantil, como a intensificação do chamado cinema educativo. De acordo com Bahia, no governo Vargas, o “projeto estatal de incentivo ao setor estava comprometido com o incremento da produção de filmes de curta-metragem, especialmente aqueles com fins educativos” e, assim, cinema tinha, “dentro do plano nacional para a cultura, a função de instrumento pedagógico, para auxiliar no ensino primário, secundário, superior e profissional” (2014, p.56). Essa produção voltada (em parte) para crianças se deu principalmente pela criação do INCE (Instituto Nacional de Cinema Educativo), mas acabou se mostrando ineficiente. Para Melo:

A maioria dos filmes desse período não trabalhava tonalidades, abordagens, ou qualquer outra coisa que pudessem interessar diretamente ao público infantil. Não havia elementos lúdicos: a narrativa era construída com uma seriedade e uma pomposidade que afastavam o diálogo com a criança. As informações eram apresentadas com um didatismo exacerbado e transmitidas com coloração tão adulta que dificilmente atrairiam os espectadores mais jovens. (2011, p. 91)

Rosália Duarte e Marcus Tavares concordam com a visão de Melo sobre o INCE. Para eles é possível destacar, no século XX, apenas três grandes projetos no âmbito de políticas públicas que, “embora não visassem às crianças como público alvo, acabou as envolvendo, no

⁵ Site de compilação de informações sobre a produção e exibição audiovisual para crianças no Brasil. As informações de datas e sinopses são provenientes de textos acadêmicos e informacionais oficiais de emissoras. Acesso: <<http://www.infantv.com.br/>>

⁶ Durante esta pesquisa não foram encontradas plataformas que pudessem confirmar a exatidão de todas as informações. A maioria dos dados foi averiguada a posteriori em outras publicações, mas é inegável a possível existência de uma lacuna, que pode vir a ser sanada em futuras pesquisas. Apesar disso, é possível afirmar que as informações não são errôneas em conteúdo, mas sim imprecisas em datas e números afins.

⁷ MELO, João Batista. *Lanterna mágica: infância e cinema infantil*. 2011

⁸ O Decreto Nº 17.943-A pode ser consultado na íntegra em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1910-1929/d17943a.htm>. Acesso em 07/05/2017.

entanto, na condição de estudantes”⁹. São elas: a criação do Instituto Nacional do Cinema Educativo (Ince), em 1936; da TV Educativa do Rio, em 1973; e da TV Escola, implantada em 1996. Contudo, como os próprios autores destacaram, essas iniciativas não focaram de fato na produção para crianças e sim em uma produção educativa.

1.2 O florescimento da televisão

Somente em 1952, chegou às salas de exibição o primeiro longa-metragem infantil do Brasil – coincidentemente ou não, também é o primeiro longa-metragem animado do país. Devido às dificuldades de produzir de forma independente no Brasil, *Sinfonia da Amazônia*¹⁰, de Anélio Latini Filho, demorou cinco anos para ser produzido.

Contudo, a televisão havia saído na frente na busca pelo público infantil. Já em 1951 a TV Tupi exibia atrações como *Circo Bombril* e *Clube do Papai Noel*¹¹, garantindo a atenção das crianças dentro e fora dos estúdios. Estes programas adotavam o formato de programa de auditório, que se demonstrou, desde então, como perfeito para os produtos desse nicho. O baixo orçamento necessário, facilidade de produção, a possibilidade de múltiplas temáticas e atrações, presença de publicidade e ainda a possibilidade da interação com a criança, tudo isso junto acabou consolidando o que seria o formato de maior sucesso entre o público infantil nas décadas posteriores, traduzido na maior representatividade dentre as produções televisivas.

Ainda na década de 50, podemos destacar apenas mais uma produção cinematográfica para crianças, *O Saci*, de Rodolfo Nanni, baseado na obra de Monteiro Lobato, lançado em 1953. Um ano antes, a TV Tupi também levou ao ar o trabalho do escritor, na primeira versão do seriado *Sítio do Picapau Amarelo*. A série foi exibida por onze anos no canal¹², quase a mesma quantidade de tempo necessária para o lançamento do próximo filme infantil brasileiro.

Nesse meio tempo, estabelece-se também uma outra lógica nas produções televisivas: a de associar um produto, uma marca, a um programa específico. Como no início da televisão

⁹ DUARTE, Rosália; TAVARES; Marcus. *Política Pública Educativa e Cultural de Audiovisual para a Infância: Reconhecimento, Mas Pouca Ação*, 2013, p. 2. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Ros%C3%A1lia-Duarte-et-alii.pdf>>. Acesso em 25/03/2017.

¹⁰ Mais informações sobre a produção de *Sinfonia da Amazônia* na reportagem *Persistência do Tamanho da Amazônia*, feita por Bruna Cataldi, no Anima Mundi de 2012. Disponível em: <<http://www.animamundi.com.br/persistencia-do-tamanho-da-amazonia/>>. Acesso em 10/10/2016.

¹¹ Todas as informações e datas referentes à Rede Tupi podem ser consultadas em ALVES, Vida. *TV Tupi - Uma Linda História de Amor*. 2008. Disponível em:

<<http://aplauso.imprensaoficial.com.br/edicoes/12.0.813.418/12.0.813.418.pdf>>. Acesso em 25/03/2017.

¹² Mais informações sobre as versões do *Sítio do Picapau Amarelo* estão disponíveis no site Memória Globo.

os comerciais eram feitos ao vivo durante a programação¹³, não demorou para que as marcas se interessassem em patrocinar programas inteiros para ter o nome deste associado ao seu produto. Foi o caso de muitos programas infantis como *Gurilândia* (1955) e *Sabatinas Maizena* (1956) da TV Tupi e *Gincana Kibon*¹⁴ (1955) da TV Record, patrocinados respectivamente pelo achocolatado Guri, o amido de milho Maizena e sorvetes Kibon. Encaixa-se aqui também o já mencionado *Circo Bombril*, custeado pela marca Bombril.

Esse tipo de patrocínio gerava conteúdos de grande interesse do público infantil. Visando maior exposição da marca, eram criados programas interativos que capturassem a atenção das crianças e as fizessem falar do produto. Como explica Melo:

Quanto mais horas uma criança passar diante de um aparelho de TV, especialmente assistindo aos comerciais e às peças de *merchandising*, mais argumentos a emissora terá para conquistar e negociar com os seus anunciantes. Assim, as emissoras farão de tudo para mantê-la atenta à sua programação pelo maior tempo possível. (2011, p. 35)

Ainda assim, na década de 50 e início da de 60, foram exibidos programas infantis de sucesso na televisão sem tanta relação publicitária. Podemos ressaltar, por exemplo, *Gladys e Seus Bichinhos* (1955), um dos primeiros, depois de *Sítio do Picapau Amarelo*, a quebrar a lógica já estabelecida de programa de auditório, sem, contudo, perder a interatividade. O programa se destaca pelo caráter educativo e não apenas de entretenimento, envolvendo desenhos e contação de histórias.

Outras tentativas de inovação de formato podem ser notadas também em programas como *Repórter Caçula* (1960), da TV Excelsior, e *Teatrinho Trol* (1956), da TV Tupi. O primeiro era um jornal mirim, apresentado especialmente para crianças, e o segundo apresentava peças infantis de teatro adaptadas para a TV. No entanto, nem mesmo esses formatos inovadores conseguiram fugir daquela nova forma de financiamento adotada pela televisão. *Repórter Caçula* era inteiramente patrocinado pela Companhia Antártica Paulista, de bebidas; e *Teatrinho Trol*, pela Trol, de brinquedos.

Essa opção das empresas em vincular sua imagem à televisão e não ao cinema é devido provavelmente à associação entre um menor aporte financeiro e uma maior visibilidade da marca proporcionada pela televisão. Sem políticas públicas que incentivassem

¹³ CASTELO, Hilton. *Ao vivo: Televisão e Publicidade nos Anos 50*.

¹⁴ Mais informações sobre a *Gincana Kibon* estão disponíveis no artigo *O maior produtor de TV infantil foi da Record*, de James Akel. Disponível em: <<http://www.otvfoco.com.br/o-maior-produtor-de-tv-infantil-foi-da-record/#ixzz4cOV1VZpf>>. Acesso em 25/03/2017.

a produção de conteúdo cinematográfico infantil¹⁵ e sem interesse do setor privado, o primeiro filme infantil a chegar nos cinemas depois de *O Saci*, foi *Pluft, o Fantasminha*, em 1964. Antes disso, em 1962 havia sido lançado *O Vigilante Rodoviário*, porém, por tratar-se de uma compilação de episódios da série televisiva homônima, não a consideraremos como obra cinematográfica¹⁶.

1.3 Xuxa, Trapalhões e a influência da televisão

Como lembra João Batista Melo, o fortalecimento da televisão fez o cinema apelar para imagens diferentes, como sexo e violência, reverberando em uma escassez na produção infantil, que perdura por mais uma década, atribuindo à televisão toda a responsabilidade pelo conteúdo para crianças (2011, p.132). Com isso, o Brasil chegou à década de 70 tendo produzido uma infinidade de conteúdo televisivo infantil, porém apenas quatro longas-metragens, considerando o quarto deles *O Adorável Trapalhão*, de 1967.

Não podemos, no entanto, deixar de destacar que, apesar da parca produção assumidamente infantil, houve produções cinematográficas nas décadas de 50 e 60 que atingiram esse público com muito mais eficiência do que as obras nacionais pregressas. Filmes estrelando Amácio Mazzaropi e outros baseados em títulos de literatura protagonizados por crianças, como *O Menino do Engenho*, de 1965, saciaram o apetite das crianças nas salas de cinema. Produções leves e cômicas, como os musicais com Grande Otelo, também fizeram parte do imaginário infantil (MELO, 2011, p.100-102). Mesmo assim, não são obras pensadas para esse público, estando, portanto, fora do que podemos considerar infantil.

Apesar de não figurarem como filmes infantis, essas produções levantaram uma questão interessante que, segundo Giuliano Jorge Magalhães da Silva, foi uma das conclusões apresentadas no 2º Fórum Pensar Infância do FICI 2011 (Festival Internacional de Cinema Infantil)¹⁷. Para ele, “a fórmula dos *blockbusters* direcionados ao público infantil, na verdade, está na expansão do *target group* (público-alvo)” (2014, p.16). Além disso, “a garantia de uma bilheteria para o cinema infantil deve consistir em uma narrativa que agrade pais e filhos (afinal a criança não vai sozinha ao cinema), logo, devem ser filmes para a família” (Idem).

¹⁵ Mais sobre políticas públicas no segundo capítulo.

¹⁶ Informações sobre a série *O Vigilante Rodoviário* podem ser encontradas no site oficial da série: <<http://www.vigilanterodoviario.com.br/>>.

¹⁷ Conclusão apresentada por Jorge Pelegrino, então vice-presidente sênior de distribuição para a América Latina na Paramount.

Dessa forma, podemos entender que os filmes ditos familiares são de certo sucesso comercial por serem pensados para integrar interesses das crianças e dos adultos em um mesmo produto.

Esse raciocínio parece nascer no Brasil em 1967 com *O Adorável Trapalhão*. Diferente dos filmes citados com Mazzaropi e Grande Otelo, cujo foco era o público adulto mas acabavam agradando as crianças, os filmes protagonizados pelos Trapalhões já eram criados para que abarcassem as crianças em seu público-alvo, aumentando-o e construindo obras para toda a família. (MELO, 2011, p. 136-137) As décadas de 70 e 80 são repletas de produções do tipo.

O grupo composto por Didi Mocó (Renato Aragão), Dedé Santana, Mussum e Zacarias, mais conhecido como Trapalhões, foi responsável por levar aos cinemas filmes de grande sucesso de público, alguns que figuram até hoje entre as maiores bilheterias nacionais da história¹⁸. Nas décadas de 70 e 80, eles estrelaram inúmeros filmes para a família, alguns com o quarteto completo, outros com apenas alguns representantes do grupo. Podemos destacar: *Bonga, o Vagabundo* (1971); *Aladim e a Lâmpada Maravilhosa* (1973); *Robin Hood, o Trapalhão na Floresta* (1974); *O Trapalhão na Ilha do Tesouro* (1975); *O Trapalhão no Planalto dos Macacos* (1976); *Simbad, o Marujo Trapalhão* (1976); *O Trapalhão nas Minas do Rei Salomão* (1977); *Os Trapalhões na Guerra dos Planetas* (1978), *O Cindelelo Trapalhão* (1979); *Os Saltimbancos Trapalhões* (1981); *Os Trapalhões e o Mágico de Oroz* (1984); *Os Fantasmas Trapalhões* (1987); *Os Trapalhões no Auto da Compadecida* (1987); *A Princesa Xuxa e Os trapalhões* (1989), dentre outros.

Além do embasamento na performance do grupo, os filmes contavam também com diretores recorrentes, como Victor Lima, Adriano Stuart e J. B. Tanko. Em busca desse apelo com toda a família, o grupo baseava seus filmes em textos literários e cinematográficos já conhecidos e atrativos, que associados com sua abordagem cômica e sua fidelidade ao público, se tornaram extremamente efetivos. Como diz Silva:

Nos filmes dos Trapalhões, Tanko seguia a regra lançada pelos estúdios americanos – como Walt Disney – filmes que podem ser assistidos pela família inteira. Desta maneira, a filmografia realizada pelos Trapalhões consideraria conflitos e reflexões não particulares ao ponto de vista infantil, embora com um movimento que retrata a relação com a criança. (2014, p.79)

¹⁸ Dentre as vinte maiores bilheterias nacionais da história, nove são filmes dos Trapalhões, sendo *O Trapalhão nas Minas do Rei Salomão* (1977) o filme de maior sucesso do grupo, atingindo o quinto lugar na listagem. Os filmes com maior público no Brasil a partir de 1970 podem ser consultados na pesquisa *Filmes Brasileiros com Mais de 500.000 Espectadores entre 1970-2015*, divulgada pela ANCINE em 2015.

O sucesso dos filmes com os Trapalhões, no entanto, não pode ser creditado somente ao formato. Didi já estava presente na televisão desde 1960, quando estrelou os esquetes de *Vídeo Alegre* na TV Ceará¹⁹. Desde então, o grupo foi aos poucos se formando nas telinhas da TV Tupi, TV Excelsior até que finalmente chegou à famosa formação em 1966, na TV Record, no programa *Os Insociáveis*. E se, como aponta Bahia, “nos anos 1950, a televisão brasileira, como meio de comunicação de massa, era ainda pouco consumida e foi considerada um artigo de luxo pela sociedade brasileira da época” (2014, p. 73), na década de 70, com o aumento de consumo de aparelhos televisores no país, o público das telinhas cresceu em grande proporção, fazendo com que na década de 80, a televisão já estivesse consolidada no cotidiano e imaginário social (idem). Não bastasse o público já angariado nos programas de TV, em 1965 a alcunha Trapalhões já estreava no cinema em *Na Onda do Iê-iê-iê*²⁰ (BAHIA, 2014, p. 111). Dessa forma, o grupo pôde se dedicar à fórmula do filme familiar sem medo do fracasso.

Iniciou-se, com o sucesso desses filmes, um novo processo no cinema dedicado às crianças. Nos anos seguintes, a produção de conteúdo cinematográfico assumidamente infantil deu um salto gigantesco, chegando a produzir uma média de quase três filmes por ano na década de 80. Levando em consideração a lista de filmes classificados como infantis por João Batista Melo, foram produzidos 29 filmes entre 1980 e 1989. Desses 29, apenas quatro não tem uma relação explícita com a televisão ou com publicidade.

Em entrevista para a Revista de Cinema em 2014²¹, Paulo Munhoz, diretor dos filmes infantis *Brichos* (2006) e *Brichos 2 - A Floresta é Nossa* (2012), afirmou:

O consumo cinematográfico se dá por uma imposição de marketing ou por um consumo daquilo que já se sabe o gosto. Contam, assim, com a força da televisão. Na medida em que conquistamos a TV, nossas chances no cinema vão aumentar.

Apesar de ser uma declaração recente, esse foi o pensamento que passou a imperar na produção cinematográfica infantil a partir de 1970. Não só os filmes com os Trapalhões, mas outros ícones da televisão infantil começaram a ver o espaço que teriam no cinema, com público e bilheteria garantidos. O exemplo mais conhecido é o da apresentadora Xuxa, que

¹⁹ Mais informações sobre a história dos Trapalhões em: <<http://televisao.uol.com.br/didi-50-anos/>>. Acesso em 07/05/2017.

²⁰ *Na Onda do Iê-iê-iê* não foi considerado por João Batista Melo como um filme infantil.

²¹ Na entrevista concedida a Gabriel Carneiro, Paulo Munhoz fala sobre as problemáticas do cinema infanto-juvenil no Brasil. Disponível em: <<http://revistadecinema.uol.com.br/2014/08/a-problematica-do-cinema-infanto-juvenil-brasileiro/>>. Acesso em 10/10/2016.

em 1983 estreou no programa *Clube da Criança*, na TV Manchete, e no mesmo ano participou do filme *O Trapalhão na Arca de Noé*. Depois de outras participações, em 1988 já tinha o primeiro filme levando o seu nome: *Super Xuxa contra o Baixo Astral*.

Sérgio Mallandro, que comandava o *Oradukapeta* desde 1987 no SBT e já havia participado de outros filmes e programas infantis, inclusive o *Clube da Criança* de Xuxa, também estrelou o próprio filme em 1988, *As Aventuras de Sérgio Mallandro*. O personagem Fofão, introduzido em 1983 pela Globo como apresentador do *Balão Mágico*, também ganhou seu próprio filme, *Fofão e a Máquina Sem Rumo*, em 1989. Outro exemplo ainda é Elke Maravilha, que mesmo sem ter grande presença no imaginário infantil, em 1978 estrelava uma produção com seu nome dedicada às crianças: *Elke Maravilha contra o Homem Atômico*.

Assim, como explica Bahia, o sucesso desses filmes se dá pela relação já estabelecida entre os espectadores e os personagens, ou, mais efetivamente em alguns casos, os artistas envolvidos:

O formato de série que vira um filme original atrai os telespectadores que acompanham os programas na televisão, por meio da política do reconhecimento, ao mesmo tempo em que está comprometido com a criação de um produto original. Esse modelo tende a minimizar os riscos de fracasso de público no cinema justamente pela cumplicidade e familiaridade já conquistada no meio televisivo. (BAHIA, 2014, p.175)

Esse tipo de associação com programas, personalidades ou conteúdos já consagrados garantia o retorno financeiro necessário e permitia um menor apreço na elaboração das histórias, já que o público estaria presente independente delas. “Além da seleção de famosos no elenco, a apropriação de elementos característicos da produção estrangeira, os diálogos com os seriados da televisão e o mercado publicitário atravessando a produção (e muitas vezes infiltrado na narrativa) viriam a reforçar ainda mais o caráter comercial e a ligação com a indústria cultural.” (SILVA, 2014, p.80)

Percebendo esse viés publicitário que vinha sendo proporcionado pelo cinema, Maurício de Sousa, criador da *Turma da Mônica*, até então exclusiva dos quadrinhos, resolveu lançar seus personagens para a telona, contando também com um público cativo de suas revistas. Chegaram aos cinemas até a década de 80 duas produções em *live-action*, *Mônica e Cebolinha no Mundo de Romeu e Julieta* (1979) e *A Rádio de Chico Bento* (1989), que eram como teatros filmados, e duas animações, *As Aventuras da Turma da Mônica* (1982) e *A Princesa e o Robô* (1983).

Ainda que o público original seja vindo dos quadrinhos, a turminha também mantinha uma relação com a televisão. *Mônica e Cebolinha no Mundo de Romeu e Julieta* foi gravado originalmente como um especial de dia das crianças para a Rede Bandeirantes. Vale apontar aqui que era muito comum entre as emissoras, principalmente a Globo, a prática de produzir especiais infantis, geralmente musicais, de longa-metragem para a exibição exclusiva na televisão. Dentre esses telefilmes podemos destacar *A Arca de Noé* (1980), baseado no disco homônimo de Vinicius de Moraes e *Plunct, Plact, Zuum* (1983), ambos produzidos pela Globo. Esse tipo de produção de características cinematográficas corrobora com a conclusão de Lia Bahia, de que na década de 70, já existia demanda do público pelas obras cinematográficas na televisão. (BAHIA, 2014)

Com essa circularidade entre as plataformas de exibição, as produções criaram um ciclo publicitário, em que o público da TV – e dos quadrinhos – garantia o sucesso dos filmes, mas também os filmes trouxeram mais público para as mídias originais. Assim, se antes, marcas usavam programas de TV para fazer propaganda de seus produtos, agora enxergavam oportunidades também no cinema, por intermédio desses novos filmes. Um exemplo reside nos créditos de abertura de *A Princesa Xuxa e os Trapalhões*, que são uma peça publicitária do caldo de galinha Maggi²².

A estratégia de migração de personagens e artistas entre os meios de veiculação deu tão certo que perdura até a atualidade. Em 2015, a Agência Nacional do Cinema, ANCINE, divulgou a pesquisa *Filmes Brasileiros com Mais de 500.000 Espectadores entre 1970-2015*. Dentre os 100 primeiros da lista, 34 podem ser considerados filmes infantis. Destes, 33 são estrelados pelos Trapalhões e/ou Xuxa. O último é a adaptação cinematográfica lançada em 2015 da telenovela infantil *Carrossel*, exibida pelo SBT. Todos eles atingiram mais de 2 milhões de espectadores.

É importante notar que essa grande presença da televisão acaba influenciando o conteúdo que está sendo apresentado nos cinemas. Como lembra Carolina Caniato Portes²³:

Não se trata aqui de fazer uma análise acerca da qualidade do filme ou de seus idealizadores e produtores, julgamento que seria pouco produtivo. Nos interessa observar que quase a totalidade dos filmes infantis que ultrapassaram os 500 mil espectadores tem por trás grandes nomes - ou marcas - já vinculadas ao entretenimento, mais especificamente, à televisão aberta, representando. [sic] Estes filmes representam mais de 90% da produção cinematográfica infantil. Este parece ser um cenário pouco plural

²² O vídeo pode ser acessado na íntegra em: <https://www.youtube.com/watch?v=sj9WPV3Fr_Y>. Acesso em 12/10/2016.

²³ PORTES, Carolina Caniato. *Narrativas cinematográficas na relação com a imaginação e criação de crianças e jovens*. 2013.

quando observamos os filmes mais bem sucedidos [sic] nas salas de cinema comerciais. (2013, p.3)

João Batista Melo se aprofunda na análise dos problemas decorrentes de pelo menos dois terços da produção cinematográfica infantil terem uma relação indiscutível com a televisão. Historicamente, a produção televisiva tem se sustentado exclusivamente a partir de uma íntima relação com a publicidade. Há, portanto, uma infiltração contínua dos interesses do mercado por toda a programação. “Quando todo esse conjunto é repassado, em geral de forma maciça, para o público infantil, está-se diante de um processo de construção de ideologia e de repasse de valores” (MELO, 2011, p. 134).

Seguindo o mesmo raciocínio, para manter seu público, a televisão preza por uma visão de mundo que agrade a maior parcela do povo, então, para Melo, ela é um reflexo superficial e pasteurizado da realidade e acaba trazendo consigo conceitos e preconceitos estruturais da sociedade. Os filmes, sendo controlados pela televisão, passam a reproduzir, “em maior ou menor grau, o filtro pelo qual a televisão enxerga o mundo” (MELO, 2011, p. 139), atestando a pouca pluralidade da produção brasileira já apontada por Portes.

1.4 Os contrastes da produção

Como lembra Lia Bahia, “a TV Globo foi na década de 1970 a principal promotora do cinema nacional” (2014, p.92), e sendo a detentora de Xuxa e dos Trapalhões, foi também a principal promotora do cinema infantil.

No entanto, nem todos os filmes produzidos a partir de então seguiram essa lógica. Ainda nas décadas de 70 e 80, podemos destacar filmes que foram produzidos de forma independente da influência direta da televisão. Em 1970, por exemplo, foram lançados *A Dança das Bruxas*, baseado na peça *A Bruxinha que era Boa*, e *Meu Pé de Laranja Lima*, baseado no romance homônimo de José Mauro de Vasconcelos. No ano seguinte, estreava uma franquia de relativo sucesso entre as crianças: *As Aventuras do Tio Maneco* apresentavam o personagem atrapalhado que dá título ao filme e o grupo de crianças que o ajudavam em suas peripécias. Os personagens foram revisitados em outros filmes: *Tio Maneco*, *o Caçador de Fantasmas* (1975) e *Maneco, o Supertio* (1978).

Nesse período, chegaram também ao cinema filmes como *O Detetive Bolacha contra o Gênio do Crime* (1973), *Regina e o Dragão de Ouro* (1973), *Uma Aventura na Floresta Encantada* (1977), *Dani, um Cachorro Muito Vivo* (1979), *O Cavalinho Azul* (1984), *Piconzé* (1984) e *A Dança dos Bonecos* (1985).

Esses lançamentos foram extremamente importantes para diversificar o que era representado nos cinemas. Esses filmes optavam em geral por uma linguagem mais lúdica, e não ficavam atrelados às exigências do mercado. Contudo, isso trazia pouco interesse comercial, e essas obras acabaram tendo pouco sucesso provavelmente devido à reduzida divulgação e poucos atrativos ao compararmos com o que vinha sendo produzido. Desse modo, o único que ultrapassou a marca de 500 mil espectadores segundo a ANCINE²⁴ foi *As Aventuras do Tio Maneco*, atingindo pouco mais de 826 mil espectadores.

Na televisão, continuava predominando o formato de programa de auditório, com um ou mais apresentadores comandando diversas atrações, desde jogos e shows musicais até a apresentação de desenhos animados e seriados estrangeiros. Dentre as principais produções da época, podemos ressaltar o *Bozo* (1979) da TV Record e depois do SBT, *Balão Mágico* (1983), da Globo, *Clube das Crianças* (1983), da TV Manchete e *ZYB Bom* (1987) da TV Bandeirantes.

Nas décadas de 80 e 90, fizeram muito sucesso os programas liderados por uma única apresentadora, como exemplo, Xuxa, Mara Maravilha, Angélica, Eliana, dentre outras, geralmente também cantoras com grande apelo comercial. “Neste tipo de programas onde imperava a beleza e a sensualidade das apresentadoras – que se colocavam na posição de modelo a ser seguido pelas meninas e de ideal de mulher para os meninos, acatava-se uma mensagem a favor de um espetáculo que se distanciava da própria criança.” (SILVA, 2014, p. 81)

Em contraponto a essas produções e trazendo também um pouco de pluralidade, nota-se as produções da TV Cultura, da Fundação Padre Anchieta de SP, que, a partir da década de 70, começa a investir em programas infantis de conteúdo educativo, geralmente envolvendo trechos ficcionais e trechos informativos. “Quando falamos de produtos de televisão educativos, muitas vezes tendemos a assinalar certa recusa a um formato ficcional, de dramaturgia, acentuando a dicotomia entre material educativo e cultura de massa. Contudo, [...] percebemos que as linhas entre educação e entretenimento se cruzam, aplicando prática e dinamismo ao didático” (SILVA, 2014, p. 85). Dentre esses produtos dinâmicos, destacam-se, por exemplo, *Vila Sésamo* (1972), *Rá-tim-bum* (1989) e *Castelo Rá-tim-bum* (1994).

Partindo das reflexões de Silva²⁵ sobre o que é um cinema educativo e das de Eduardo Valente²⁶ sobre a linguagem desse tipo de obra, podemos diferencia-las do que vinha sendo

²⁴ *Filmes Brasileiros com Mais de 500.000 Espectadores entre 1970-2015.*

²⁵ 2014, Capítulo 2.2.2

produzido em vários aspectos. Tanto estéticos, no que diz respeito a uma direção de arte e de fotografia mais fantasiosas, quanto narrativos, no sentido de que esses programas tradicionalmente são protagonizados por crianças ou personagens infantis, diferente dos costumeiros adultos infantilizados, como a Rainha dos Baixinhos, Xuxa.

E é assim que chegam os anos 1990, já trazendo aos cinemas mais uma produção de Xuxa: *Lua de Cristal*. A década acaba seguindo os passos dos anos anteriores, levando às crianças várias produções derivadas da televisão. São dignas de nota produções como *Uma Escola Atrapalhada* (1990), *O Noviço Rebelde* (1997) e *Simão, o Fantasma Trapalhão* (1998), ainda estrelando Didi; *SuperColosso* (1996), vindouro da *TV Colosso*, exibido a partir de 1993 pela Rede Globo; e *Zoando na TV* (1999), protagonizado pela apresentadora Angélica. Até mesmo o clássico da TV Cultura, *Castelo Rá-tim-bum*, foi adaptado para os cinemas em 1999.

No entanto, devido à crise de produção que abarcou todo o cinema nacional, o número de produções nessa década foi bem baixo, se comparado com as duas anteriores. É interessante notar, também, algumas mudanças na relação entre cinema, televisão, público e Estado. Tem início um esgotamento dos personagens televisivos clássicos no cinema e um interesse maior por políticas públicas que direta ou indiretamente acabam por incentivar mais a produção infantil brasileira.

²⁶ VALENTE, Eduardo. *Noções de infância e educação: filmes infantis*. Sinopse - Revista de Cinema, n. 4, ano I. São Paulo, março de 2000, p.20

2 As leis de incentivo e suas influências na produção para crianças

A década de 90 trouxe grandes dificuldades para a produção cinematográfica brasileira. Como explica Marcelo Ikeda²⁷, a Medida Provisória 151/90 anunciada em 1990 pelo então presidente Fernando Collor de Mello dissolveu diversos órgãos responsáveis pelo incentivo à cultura em várias esferas. Dentre as extinções, foram de grande impacto para o cinema o fim da Embrafilme (Empresa Brasileira de Filmes), do Concine (Conselho Nacional de Cinema) e da FCB (Fundação do Cinema Brasileiro), as responsáveis pela regulamentação da produção cinematográfica no âmbito político do país.

Com essas medidas, a atividade cinematográfica no país foi imediatamente atingida, estando seriamente comprometida em sua continuidade de realização. Enquanto a participação de mercado do filme brasileiro superou o patamar de 30% no início dos anos oitenta, atingindo 32,6% em 1982, menos de dez anos depois o cenário passava a ser francamente desfavorável. (IKEDA, 2013, p.11)

O impacto de tais medidas pode ser facilmente evidenciado também pelas produções infantis no país. Vindo de uma média de mais de dois filmes por ano nas décadas de 70 e 80, de 1991 a 1994 tivemos o lançamento de apenas duas obras brasileiras para crianças: *Os Trapalhões e a Árvore da Juventude* (1991) e *Era uma Vez...* (1993). Nesse período, o mercado brasileiro foi aniquilado e substituído rapidamente pelos filmes estrangeiros.

O cinema brasileiro ficou órfão de financiamento para produção e distribuição; e também perdeu os mecanismos de proteção frente ao cinema estrangeiro com a ampla abertura e liberalização da economia brasileira. O campo cinematográfico se desestruturou em termos de produção, distribuição e exibição. Só conseguiu se reerguer, um pouco mais tarde, com os resultados advindos das novas leis de incentivos federais vinculadas ao Estado. (BAHIA, 2014, p.108)

Tendo sido comprovada a fragilidade dos sistemas que capitalizavam as produtoras cinematográficas, a sociedade e profissionais do setor pressionaram o governo para que medidas fossem tomadas em prol do desenvolvimento da área. Dessa forma, foram instauradas na década de 1990 duas importantes leis que alavancaram a produção audiovisual brasileira daí em diante: a Lei nº 8.313 de 1991, mais conhecida como Lei Rouanet, e a Lei nº 8.685 de 1993, a Lei do Audiovisual.

²⁷ IKEDA, Marcelo. *Leis de incentivo para o audiovisual: como captar recursos para o projeto de uma obra de cinema e vídeo* / Rio de Janeiro: WSET Multimídia, 2013, p.11.

2.1 Os primeiros mecanismos de incentivo

As medidas propostas por Collor em 1990 não impactaram apenas o setor cinematográfico. Tendo extinguido o Ministério da Cultura²⁸ e posto fim aos incentivos governamentais na área da cultura como um todo, as produções culturais, independentemente da área em que eram desenvolvidas, foram abaladas. Por isso, já no ano seguinte, foi proposta a Lei Rouanet²⁹. Ela criava diferentes tipos de incentivo aos diferentes setores culturais, baseado em seu potencial comercial, sua diversidade de origem, dentre outros critérios.

A produção cinematográfica se beneficiou diretamente do artigo 25 da Lei, que instaurou o que ficou conhecido por mecenato privado. Nesse sistema, doadores ou patrocinadores são permitidos a aportar recursos a projetos previamente aprovados pela Secretaria da Cultura – e posteriormente pelo Ministério da Cultura³⁰ – na forma de patrocínio ou doação a uma ação cultural, possibilitando a exposição de sua marca. Esses recursos podem ser abatidos integral ou parcialmente na declaração de imposto de renda.

Como lembra Ikeda, a Lei Rouanet não foi a primeira a estabelecer o sistema de mecenato. Em 1986 já havia sido promulgada a Lei nº 7.505, conhecida como Lei Sarney, que partia dos mesmos princípios de aporte financeiro por empresas privadas com abatimento no imposto de renda. Porém, havia baixo controle (senão nenhum) sobre as finalidades do dinheiro aplicado, gerando acusações de fraude e desvios. Por isso foi revogada por Collor em seu governo. (IKEDA, 2013, p. 22)

Contudo, devido à abrangência da Lei Rouanet a todos os setores da cultura, ela não foi suficiente para reengrenar a produção cinematográfica no Brasil. Assim, visando resolver a crise que havia se instalado no setor, em 1993 foi criada a Lei do Audiovisual³¹, a única Lei específica para um segmento cultural determinado. Embora, por ser uma medida emergencial, ela tenha sido instaurada com prazo demarcado, até 2003, ela vem sofrendo sucessivas renovações, tendo em 2016 sido anunciada sua renovação até 2022³².

A Lei 8.685/93 criou na década de 1990 dois novos sistemas de incentivo à produção audiovisual. O primeiro deles, discriminado no artigo 1º, estabelece um processo muito semelhante ao mecenato criado pelo art. 25 da Lei Rouanet. Da mesma forma, um

²⁸ Nesse momento, o Ministério da Cultura foi transformado em Secretaria da Cultura. O histórico do Ministério pode ser acessado na íntegra em <<http://www.cultura.gov.br/historico>>. Acesso em 26/11/2016.

²⁹ A Lei está disponível na íntegra em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm>.

³⁰ A extinção do Ministério da Cultura foi revertida pela Lei 8.490, de 19 de novembro de 1992.

³¹ A Lei está disponível na íntegra em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8685.htm>.

³² Mais informações sobre a prorrogação da Lei em <<http://oglobo.globo.com/cultura/temer-anuncia-renovacao-da-lei-do-audiovisual-ate-2022-20428345>>. Acesso em 27/11/2016.

patrocinador interessado direciona recursos à produção³³ de uma obra audiovisual, no caso apenas cinematográfica, recebendo, como benefício do Estado, abatimentos no seu imposto de renda. A principal diferença entre o art. 1º da Lei do Audiovisual e o art. 25 da Lei Rouanet, no que diz respeito ao funcionamento, é a posição do patrocinador em relação ao produto. Se nesta, a ação era tida como um incentivo à cultura, naquela o aporte é computado como um investimento, visando uma aproximação entre o produtor cinematográfico brasileiro e o investidor privado. O objetivo é estimular uma política industrial para o segmento no país (IKEDA, 2013, p. 45).

O segundo sistema, trazido pelo art. 3º da Lei 8.685, funciona de forma bastante distinta. Como o mercado cinematográfico brasileiro estava sendo invadido pelos filmes estrangeiros, distribuídos por grandes distribuidoras também estrangeiras já estabelecidas no país, o Art. 3º pretendeu estimular essas empresas distribuidoras, já pertencentes ao mercado audiovisual, a se interessar em coproduzir conteúdo nacional. Para isso, a empresa que optar por adentrar em algum projeto brasileiro a partir desse sistema de incentivo recebe até 70% de abatimento de seu imposto de renda, direcionando esses recursos à produção.

A implementação desses mecanismos de incentivo fiscal foram a base fundamental para a recuperação do cinema brasileiro. Apesar da existência de outros fatores que contribuíram para o processo de 'retomada do cinema brasileiro' em meados dos anos noventa [...], é possível afirmar que os dois mecanismos de incentivo - a Lei Rouanet e o Art. 1º da Lei do Audiovisual - representaram a espinha dorsal do novo modelo de fomento à atividade cinematográfica no período. (IKEDA, 2013, p 13)

Apesar de nenhum desses dois mecanismos de incentivo ter qualquer menção especificamente à produção de conteúdo infantil, o segmento também se beneficiou de sua instituição. Analisando os arquivos mantidos pela ANCINE (Agência Nacional do Cinema) em seu sistema de consulta de projetos³⁴, é possível verificar quantos e quais foram os projetos que se beneficiaram diretamente desses mecanismos.

Ainda na década de 1990, por exemplo, podemos destacar importantes lançamentos para o público infantil que fizeram uso das então novas leis de incentivo. *Cassiopéia*, lançado em 1996, é parte significativa da história do nosso cinema por ter sido o primeiro longa-metragem brasileiro feito completamente em computação gráfica. Para ser produzido, foram

³³ A Lei também permite investimento em distribuição, exibição e infraestrutura.

³⁴ O sistema contém todos os projetos aprovados pela ANCINE em escala nacional. Dados referentes a editais, leis e projetos regionais podem não estar acessíveis e/ou completos. Acesso: <<http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/>>. Acesso em 04/12/2016.

utilizadas ambas as leis, além de um edital de seleção de projetos cinematográficos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social)³⁵.

Além de *Cassiopeia*, os já citados *Super Colosso* (1996), *O Noviço Rebelde* (1997) e *Castelo Rá-tim-bum - O Filme* (1999) também foram capitalizados fazendo uso dos novos mecanismos de incentivo. *Menino Maluquinho 2 - A Aventura* (1998), sequência de *Menino Maluquinho - O Filme* (1995), baseado na obra literária de Ziraldo, também se beneficiou das leis. Outras produções independentes que foram possibilitadas pelos recursos no início do século XXI foram *Grilo Feliz* (2001), *Os Xeretas* (2001) e *Tainá - uma Aventura na Amazônia* (2001).

Embora importantes, os mecanismos sozinhos ainda não foram suficientes para colocar o cinema nos parâmetros esperados. Mesmo com outras iniciativas, como a criação da RioFilme e os editais de instituições, como o BNDES, ainda foram necessárias mais medidas governamentais para garantir que o cinema pudesse se reerguer. Assim, em 2001, foi promulgada a Medida Provisória nº 2.228-1³⁶.

2.2 A Medida Provisória e a criação da ANCINE

A MP (Medida Provisória) trouxe grandes novidades para o mercado, dentre elas, uma com importantes consequências: a criação da CONDECINE. O art. 32 da MP traz a seguinte definição: “A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE terá por fato gerador a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas”³⁷. Dessa forma, as grandes distribuidoras, emissoras, dentre diversas outras empresas do setor, passaram a ter uma sobretaxa a ser paga sobre suas remessas para o exterior na forma de contribuição.

A aplicação da CONDECINE mudou substancialmente a adesão pelo art. 3º da Lei do Audiovisual. As grandes distribuidoras, em geral norte-americanas, incentivadas pelo artigo a coproduzir no Brasil em troca de abatimento fiscal não enxergavam grandes vantagens no processo original, já que a legislação norte-americana garantia reembolso dos impostos pagos em outros países. Por outro lado, a CONDECINE entra como uma contribuição, e não como

³⁵Os projetos aprovados pelos editais do BNDES de 1995 a 2015 podem ser consultados em <<http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa/o-bndes-e-o-apoio-ao-cinema/selecao-de-projetos-cinematograficos/>>. Acesso em 15/11/2016.

³⁶A Medida Provisória pode ser consultada na íntegra em <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm>. Acesso em 03/12/2016.

³⁷ Trata-se da redação original, hoje alterada pela Lei nº 12.485, de 2011.

um imposto, portanto esse valor não é reembolsável, e seria um novo gasto para as distribuidoras. A MP trouxe, junto com a nova taxa, a possibilidade de isenção dela: investir pelo art. 3º. Assim, esse investimento passa a ser de grande interesse dessas empresas. (IKEDA, 2013, p. 68-70) Se antes, apenas a Lei Rouanet e o Art. 1º representavam a espinha dorsal do novo modelo de fomento, agora o Art. 3º ganhou força.

Da mesma forma, pelo art. 39, inciso X, da MP, foi oferecida a isenção da CONDECINE, mas dessa vez a programadoras estrangeiras de TV por assinatura. Levando em consideração que, por questões mercadológicas, as programadoras terão interesse em produzir obras dentro da sua área de atuação, ou seja, a televisão, o inciso X se torna o primeiro mecanismo de incentivo focado prioritariamente na produção televisiva. A produção de obras para a televisão já era abrangida pela Lei Rouanet e pelo Art. 3º da Lei do Audiovisual, assim como o inciso X também permite investimento em obras cinematográficas, mas a necessidade da criação de um mecanismo com essa especificidade demonstra uma preocupação com o cenário televisivo.

Vale, nesse ponto, expor um pouco desse cenário no momento. À medida que o cinema entrou em crise, a televisão, já estabelecida como indústria e com recursos próprios, continuou sua produção. No âmbito dos programas infantis, a década de 1990 e início dos anos 2000 continuou na inércia dos sucessos de antes, baseando sua programação em programas de auditório, com apresentadores e diversas atrações. Conhecida popularmente como “rainha dos baixinhos”, a apresentadora Xuxa, dominava a tela da Globo em programas como *Paradão da Xuxa* (1992), *Xuxa Hits* (1995) e *Xuxa Park* (1997). Ainda tinham seu espaço a apresentadora Angélica, em *Angel Mix* (1996), o trapalhão Didi, em *A Turma do Didi* (1998) e até mesmo a dupla Sandy e Júnior, na série ficcional *Sandy & Junior* (1999).

No SBT, foi grande sucesso a telenovela *Chiquititas* (1997) e o programa *Disney Club* (1997), em que crianças, dentro de uma narrativa ficcional, apresentavam desenhos animados. A TV Cultura continuava trazendo os formatos mais inovadores e educativos dentro do que era produzido para crianças. Títulos como *Mundo da Lua* (1991), *X-Tudo* (1992) e *Cocóricó* (1996) foram de grande relevância para o canal.

A MP nº 2.228-1 trouxe em seu Art. 39 a vontade de diversificar o que era veiculado nas telinhas. Tratava-se de um incentivo aos canais estrangeiros para que se engajassem em produções nacionais e não apenas retransmitissem os conteúdos vindos de fora.

Séries brasileiras de grande sucesso foram produzidas com recursos autorizados por este artigo, somados a recursos oriundos de outros mecanismos³⁸. Dentre os conteúdos infantis beneficiados pelo art. 39, X, são destaque *Escola pra Cachorro* (2008), além das famosas *Historietas Assombradas (para Crianças Malcriadas)* (2013), *Irmão do Jorel* (2014) e *O Show de Luna* (2014).

A Medida Provisória criou também, em seu capítulo VII, os Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica, comumente conhecidos como FUNCINES. O mecanismo consiste num lançamento de quotas no mercado de ações que podem ser adquiridas por investidores em troca de abatimentos no imposto de renda. Diferentemente do aporte permitido pelo art. 1º da Lei do Audiovisual, em que o investidor escolhe especificamente o projeto que vai apoiar, os FUNCINES são fundos de investimento administrados por uma instituição. Essa administradora escolhe os projetos aprovados pela ANCINE que preenchem os requisitos do perfil do fundo em questão e tem mais potencial de otimizar esses recursos. Ou seja, trata-se também de um incentivo à produção industrial e lucrativa.

Entretanto, a contribuição mais significativa da MP nº2.228-1 foi a criação da já tão mencionada ANCINE – Agência Nacional do Cinema, instituída como um órgão regulador, fomentador e fiscalizador da atividade audiovisual no Brasil. Segundo o site oficial da Agência:

A missão da ANCINE é desenvolver e regular o setor audiovisual em benefício da sociedade brasileira. Encerrado o ciclo de sua implementação e consolidação, a ANCINE enfrenta agora o desafio de aprimorar seus instrumentos regulatórios, atuando em todos os elos da cadeia produtiva do setor, incentivando o investimento privado, para que mais produtos audiovisuais nacionais e independentes sejam vistos por um número cada vez maior de brasileiros.³⁹

Dessa forma, a ANCINE foi criada como o órgão que regula grande parte dos mecanismos de incentivo governamentais já mencionados. Ela gerencia as políticas públicas em âmbito federal, como os projetos capitalizados pela Lei do Audiovisual, pelas medidas da MP nº2.228-1, pelos seus próprios editais de fomento, dentre outros que serão melhor explicados a seguir.

Dentro do escopo da ANCINE estão previstas ações de fomento, classificadas como indiretas, as leis incentivo, e diretas. Dentre estas últimas, por exemplo, são realizados

³⁸ As informações a respeito dos mecanismos de incentivo utilizados por cada obra estão disponíveis no sistema de consulta de projetos da ANCINE, anteriormente mencionado.

³⁹ A Apresentação da ANCINE pode ser acessada na íntegra em: <<http://www.ancine.gov.br/ancine/apresentacao>>. Acesso em 11/12/2016

mecanismos automáticos. “Os editais de natureza automática concedem premiações com base nos resultados econômicos ou artísticos das obras cinematográficas. Não há uma seleção, mas sim uma classificação, de acordo com seus resultados”⁴⁰. Um desses mecanismos que é de grande importância para a produção infantil é o PAR (Prêmio Adicional de Renda).

Nessa chamada pública, o prêmio é dado a produtoras independentes de forma proporcional à bilheteria dos longas-metragens brasileiros produzidos no ano, e deve ser obrigatoriamente direcionado para as produções do setor. O valor determinado é automaticamente dividido entre todos os longas-metragens habilitados que atingirem um piso pré-estipulado de espectadores. O PAR abrange também editais para distribuição e exibição, sendo que em cada um há maneiras específicas das quais o dinheiro pode ser usado⁴¹.

Um bom exemplo tanto do funcionamento quanto da importância desse prêmio é a franquia *Tainá*. Seu segundo filme, *Tainá 2 - A Aventura Continua* (2005) foi classificado no PAR 2006, gerando um capital para a produtora, a Tietê Produções Cinematográficas⁴². Diante da obrigatoriedade de investir esse dinheiro em novas produções, a empresa produtora Tietê optou por direcioná-lo ao desenvolvimento de *Tainá - A Origem* (2013), dando sequência à série que vinha fazendo sucesso nos cinemas.

O capital pode ser destinado a diversas fases da cadeia produtiva, para além do desenvolvimento. O prêmio recebido pela Conspiração Filmes referente à classificação de *Xuxa em Sonho de Menina* (2007) no PAR 2009, por exemplo, foi aportado na produção de *Xuxa em O Mistério de Feiurinha* (2009). *Eu e Meu Guarda Chuva* (2010), por sua vez, recebeu recursos do PAR para sua finalização e *Garoto Cósmico* (2008), para a comercialização. Além deles, também receberam capital do PAR *Uma Professora Muito Maluquinha* (2011), *31 minutos – O filme* (2012) e *Meu Pé de Laranja Lima* (2013).

Apesar de ter sido concebido na MP de 2001, a primeira edição do PAR foi executada apenas em 2005, um ano antes do novo marco do incentivo ao cinema no Brasil: a Lei nº 11.437 de 2006, que modifica a Lei do Audiovisual adicionando dois novos mecanismos aos vários já mencionados que vinham sendo utilizados.

⁴⁰Ver FAQ da ANCINE. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/perguntas-frequentes>>. Acesso em 11/12/2016.

⁴¹De acordo com o FAQ da ANCINE, na categoria Distribuição, o investimento tem que ser feito em “desenvolvimento de projetos, aquisição de direitos de distribuição (aporte na produção) ou comercialização de filmes de longa-metragem de produção independente. Na categoria Exibição, os recursos deverão ser utilizados em operações de infraestrutura, como automação de bilheteria, aquisição de equipamentos digitais, complementação de renda para abertura de novas salas e projetos de formação de público”.

⁴²Os resultados do PAR podem ser consultados no site da ANCINE: <<http://www.ancine.gov.br/fomento/par>>.

2.3 As mudanças na Lei do Audiovisual e a instauração do FSA

Ainda em 2001, a MP nº 2.228-1, em seu art. 52, havia estabelecido um prazo de vigência para a redação original da Lei Rouanet. Assim, a partir de 2007, as obras cinematográficas ficcionais de longa-metragem não estariam mais incluídas no escopo abrangido por ela. Como já foi explicado, uma das grandes diferenças entre o Art. 25 da Lei Rouanet, que abrangia as obras cinematográficas, e o art. 1º da Lei do Audiovisual era a posição do patrocinador em relação à produção. Enquanto na primeira, tratava-se de um incentivo à cultura, sem direitos de comercialização da obra, sendo o patrocinador apenas um incentivador, na segunda ele era um investidor, com parcela dos direitos de comercialização garantidos.

Dessa forma, diferentemente da Lei Rouanet, em que o patrocínio ou doação não pode se reverter em vantagem financeira para o incentivador, no caso do Art. 1º da Lei do Audiovisual, o retorno financeiro existe obrigatoriamente, por previsão legal. (IKEDA⁴³)

Como o incentivo sem venda de direitos de comercialização era de interesse de algumas empresas, inclusive, como lembra Ikeda (2013, p.106), a Petrobrás, grande investidora do setor, foi criado pela Lei nº 11.437 de 2006 o art. 1º-A da Lei do Audiovisual, que basicamente reproduzia a forma de investimento antes permitida pelo art. 25 da Lei Rouanet com algumas atualizações de valores e funcionalidades. “A diferença mais significativa entre o art. 1º-A da Lei do Audiovisual e a Lei Rouanet se refere ao percentual de dedução para o patrocinador dos valores aportados.” (IKEDA, 2013, p.109)

Apesar de não parecer um modelo muito relevante a ser criado, uma vez que praticamente dava sequência em algo já existente, o Art. 1º-A foi de grande importância para a produção nacional, incluindo a infantil. Podemos citar pelo menos vinte títulos de longas-metragens para esse público que foram realizados usando incentivos proporcionados por esse mecanismo. Dentre eles: *A Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo* (2007), *Brichos* (2007), *Peixonauta - Agente Secreto da O.S.T.R.A* (2012), *Minhocas* (2013), entre muitos outros.

⁴³ IKEDA, Marcelo. *O Impacto da Lei Rouanet e da Lei Do Audiovisual no Processo de “Retomada” do Cinema Brasileiro*. Disponível em:

<<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiuzNCwy5zSAhXKHpAKHQ-cBPkQFggiMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.direitosculturais.com.br%2Fdownload.php%3Fid%3D71&usg=AFQjCNEW4zPto82JeAGPDsQfeZTkM3kNeA>> Acesso em 19/02/2017.

O art. 1º-A abrange também outros formatos que não o longa-metragem. Dessa forma, obras televisivas também foram possibilitadas por recursos decorrentes dele. Dentre elas podemos destacar *Escola pra Cachorro* (2008), *Meu Amigãozão* (2009), *Carrapatos e Catapultas* (2013) e *Gaby Estrella* (2013).

Além deste artigo, foi incluído, na mesma Lei, o art. 3º-A, que funciona de forma muito semelhante ao art. 3º da Lei do Audiovisual. Se neste, distribuidoras estrangeiras eram incentivadas a coproduzir obras cinematográficas brasileiras em troca de abatimento de parte do imposto de renda sobre remessas para o exterior, no novo artigo, as emissoras de TV passam a receber o mesmo benefício ao investir em produções brasileiras.

Uma distribuidora já poderia abater parte do seu imposto de renda investindo pelo art. 3º e, ao mesmo tempo, ser isento da CONDECINE, de acordo com o que fora regularizado na MP de 2001. As emissoras, no entanto, contavam apenas com a isenção da CONDECINE, ao escolher investir pelo art. 39 da MP. A partir do art. 3º-A, as grandes emissoras se estabeleceram com as mesmas possibilidades de benefícios dessas distribuidoras, pois somaram também o abatimento do imposto de renda.

Sendo esse um mecanismo voltado para emissoras televisivas, é de se esperar que não sejam muitas as obras cinematográficas que fizeram uso dele. Um exemplo é *Carrossel – O Filme* (2015), baseado na telenovela infantil homônima exibida pelo SBT. Dada a íntima relação da obra com a produção televisiva, fica claro o motivo de esse ser um dos poucos filmes a receber investimento pelo art. 3º-A. *O Escaravelho do Diabo* (2016), coproduzido pela Globo Filmes e pelo Telecine também é um exemplo de uso desse mecanismo.

Na televisão, são mais exemplos. *Detetives do Prédio Azul* conseguiu investimentos pelo artigo para sua temporada de 2016. *SOS Fada Manu* (2014) e a animação *Sítio do Picapau Amarelo* (2010), além das já citadas *Carrapatos e Catapultas* (2013) e *Gaby Estrella* (2013) usufruíram também de recursos vindos dele.

A Lei nº 11.437, no entanto, não ficou limitada às alterações na Lei do Audiovisual. Além dos dois artigos supracitados, ela instaurou também o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). Diferente da maioria dos mecanismos vistos até aqui, que trabalhavam com incentivo indireto, isenção de taxas, abatimento de impostos, o FSA atua de forma direta no mercado. Os únicos sistemas de incentivo que funcionavam de maneira direta até o momento são os mecanismos automáticos geridos pela ANCINE, como, por exemplo, o PAR. No entanto, o Fundo também se diferencia deles justamente por não conter um caráter automático, classificatório, e, sim, seletivo.

O FSA é alimentado, dentre outras fontes, a partir da renda gerada pela arrecadação da CONDECINE, além de aportes anuais do governo. Um comitê gestor, então, estabelece linhas de investimento, as quais são consideradas mais urgentes, e lança uma chamada pública. Os projetos selecionados recebem um capital que deve retornar ao Fundo, já que este recebe uma participação proporcional ao rendimento gerado pela obra⁴⁴. Para Lia Bahia, “O FSA se tornou o principal recurso para produção de conteúdo nacional independente para a televisão paga”. Segundo ela:

No primeiro Plano Anual de Investimentos para 2007-2008, o Comitê Gestor autorizou a criação de quatro linhas de ação voltadas para a produção e distribuição audiovisual de acordo com os programas PRODECINE (cinema) e PRODAV (audiovisual). A Linha B trata de produção independente de obras audiovisuais brasileiras, destinadas ao mercado de televisão, no formato de obra seriada de ficção, documentário e animação e de telefilmes documentários, visando à contratação de operações financeiras, exclusivamente na forma de investimento, para o mercado de televisão, privada ou pública, aberta ou por assinatura. O FSA através da linha destinada ao mercado de televisão marca uma nova estratégia da ANCINE para a integração do cinema e da televisão. (BAHIA, 2014, p. 204)

Dessa forma, são várias as obras que podemos mencionar que utilizaram os recursos oriundos do FSA. Alguns exemplos no cinema: *Eu e Meu Guarda Chuva* (2010), *Peixonauta - Agente Secreto da O.S.T.R.A* (2012), *As Aventuras do Avião Vermelho* (2014). Na televisão, *Julie e os Fantasmas* (2010), *Osmar, a Primeira Fatia do Pão de Forma* (2012) e *Tromba Trem* (2010) também foram selecionados pelo Fundo. *Historietas Assombradas (para Crianças Malcriadas)* (2013), beneficiado pelo PRODAV de 2009, se tornou programa mais assistido pelo público infantil (4 a 11 anos) na TV paga em 2013⁴⁵.

No entanto, mesmo existindo uma quantidade razoável de obras infantis produzidas a partir dos recursos movidos por esses mecanismos de incentivo, nota-se que em nenhum momento houve uma preocupação governamental com essa esfera. Todas as obras já selecionadas pelo FSA concorreram diretamente com projetos dos mais diversos perfis: ficções, documentários, animações, para adultos, jovens, crianças. Não foi citada até aqui qualquer iniciativa que venha a incentivar exclusivamente – nem mesmo prioritariamente – a produção feita para as crianças.

⁴⁴ Há outras formas de investimento associadas ao FSA, mas os investimentos retornáveis têm se mostrado a forma mais eficiente e utilizada.

⁴⁵ Os dados são do IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, referentes aos meses de abril, maio e junho de 2013, de 2ª a 6ª feira, incluindo todos os canais, e descritos na reportagem da ANCINE disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/s-rie-brasileira-de-anima-o-l-der-de-audi-ncia-infantil-na-tv-paga>> Acesso em 28/02/2017.

Em vista disso, é necessário destacar a criação de outra importante legislação, que ao criar reservas de mercado, trouxe um impacto secundário e não intencional: um aumento na seleção de projetos infantis televisivos tanto para serem patrocinados pela Lei do Audiovisual e afins quanto para receberem incentivo direto do governo. Trata-se da Lei nº 12.485 de 2011⁴⁶.

2.4 A Lei da TV Paga

Comumente conhecida como Lei da TV Paga, a Lei nº 12.485 é de grande relevância para a produção independente como um todo. Essa nova legislação estabelece uma cota dentro do horário nobre dos canais de acesso condicionado⁴⁷, ou seja, os canais de televisão por assinatura. Dessa forma, em todo canal considerado de espaço qualificado, isto é, segundo a Lei, um “canal de programação que, no horário nobre, veicule majoritariamente conteúdos audiovisuais” que não sejam “religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador”, passa a ser obrigatória a exibição de pelo menos três horas e trinta minutos de programação nacional por semana, sendo metade desse tempo destinada a produções independentes.

Com essa obrigatoriedade, surge uma grande demanda dos canais de TV paga por conteúdo nacional, independente e que constitua o espaço qualificado descrito acima. Dessa forma, amplia-se não só o interesse desses canais em coproduzir conteúdo nacional, fazendo uso das leis de incentivo, como também em comprar conteúdo pronto. Assim, produtoras independentes ganham um grande espaço em potencial para exibição de suas séries, gerando interesse de outras empresas em patrocinar a obra.

A demanda afeta também os canais infantis, como Cartoon Network, Nickelodeon e Discovery Kids. De acordo com a Instrução Normativa 100⁴⁸ da ANCINE, que regulamenta as atividades de programação e empacotamento no âmbito do Serviço de Acesso

⁴⁶ A Lei nº 12.485 de 2011 pode ser consultada na íntegra em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em 27/02/2017.

⁴⁷ Segundo a Lei, Serviços de Acesso Condicionado são “serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer”.

⁴⁸ A Instrução Normativa nº 100 da ANCINE pode ser consultada na íntegra em: <<http://ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-100-de-29-de-maio-de-2012>> Acesso em 28/02/2017.

Condicionado, o horário nobre dos canais voltados ao público infantil fica estabelecido com a duração de 7 horas diárias (das 11h às 14h e das 17h às 21h), uma hora a mais que a determinação para os canais cujo principal público é o adulto (das 18h às 24h).

Desse total de 49 horas de horário nobre semanal (7 dias com 7 horas de horário nobre em cada), três horas e meia devem ser de exibição de programação brasileira, independente, de espaço qualificado e produzida nos últimos sete anos. Ou seja, além de todas as exigências acerca do conteúdo, precisa ser também um conteúdo novo, de produção recente, visando evitar que os canais prossigam simplesmente reprisando conteúdos anteriormente adquiridos. Além disso, há limites de números de veiculações e quantidade de tempo que um mesmo programa pode continuar sendo exibido e sendo computado na cota.

Apesar de todos esses mecanismos citados, existe ainda um questionamento, principalmente por parte do mercado, sobre a ausência quase absoluta de políticas públicas voltadas à população infantil. No 8º Fórum Pensar a Infância, realizado em setembro de 2016 dentro da programação do 14º Festival Internacional de Cinema Infantil, no Rio de Janeiro, a diretora da ANCINE, Rosana Alcântara emitiu a opinião da instituição sobre a importância de uma produção nacional para crianças:

Para a ANCINE, mais do que um estímulo para a formação de público, a aproximação entre o audiovisual brasileiro e o público infantil se impõe como direito, como forma de assegurar que as crianças tenham acesso a produções e manifestações estéticas que reflitam nossa cultura e sua diversidade⁴⁹.

Sendo essa a opinião do órgão que regula os incentivos ao audiovisual no Brasil, é curioso perceber que, até agora, não vemos muitas iniciativas nessa direção. Apesar das poucas intervenções governamentais feitas até a década de 2010, é a partir de 2014 que o nicho passa a receber mais atenção das políticas públicas. No próximo capítulo, abordaremos quais foram essas poucas iniciativas e quais são os próximos passos esperados para o incentivo ao setor.

⁴⁹ A reportagem completa sobre a participação da ANCINE no evento está disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-participa-de-evento-voltado-para-o-p-blico-infantil>> Acesso em 27/02/2017.

3 As novas perspectivas para o audiovisual infantil

Na década de 2010, o governo começou a demonstrar tímido interesse em torno da produção audiovisual para crianças. Ainda em 2013, a ANCINE divulgou o *Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual*⁵⁰. Nele são estabelecidas diversas diretrizes de ação para o governo em prol do crescimento da indústria audiovisual no país até o ano de 2020. Como definiu a então Ministra da Cultura, Marta Suplicy, o PDM “identifica na expansão e na desconcentração do mercado interno a condição fundamental para a universalização do acesso aos serviços audiovisuais, de forma a transformar o Brasil em forte centro produtor e programador de conteúdos”⁵¹.

Dentre as diversas diretrizes propostas para atingir esses objetivos, que incluem desde o aprimoramento dos mecanismos financeiros do setor até a capacitação de agentes da área, é de relevância para a produção infantil a sexta, tratada no documento como “Diretriz (6)”. Com ela, o governo estabelece a seguinte meta:

Construir um ambiente regulatório caracterizado pela garantia da liberdade de expressão, a defesa da competição, a proteção às minorias, aos consumidores e aos direitos individuais, o fortalecimento das empresas brasileiras, a promoção das obras brasileiras, em especial as independentes, a garantia de livre circulação das obras e a promoção da diversidade cultural. (PDM, 2013, p. 90)

Apesar de não fazer qualquer menção à produção de audiovisual infantil, é dentro das ações dessa diretriz que se inclui a única iniciativa do Plano que tange especificamente esse nicho, mesmo que de forma bem discreta. Em seu anexo 1, o Plano detalha as metas de cada diretriz. Dentro das metas da Diretriz (6), estabelece-se “Ampliar a diversidade dos filmes ofertados ao público”, e um dos indicadores dessa meta é o “Número anual de longas-metragens brasileiros dirigidos ao público infantojuvenil”⁵².

Dessa forma, a ANCINE divulga como única meta oficial concernente à produção audiovisual infantil o aumento do número anual de longas-metragens brasileiros dirigidos a esse público. No caso, o objetivo é atingir a marca de 12 longas em 2015 e 20 em 2020. No

⁵⁰ Disponível na íntegra em: <<http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/folhetos/PDM%202013.pdf>>. Acesso em 05/03/2017.

⁵¹ *Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas*. 1ª edição, julho/2013. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2013, p. 9

⁵² Idem, p. 115

entanto, segundo o levantamento *Filmes Brasileiros Lançados - 1995 a 2015*⁵³, divulgado pela própria ANCINE, em 2015 foi lançado um único longa-metragem⁵⁴ que pode ser considerado infantil: *Carrossel - O Filme*. Dessa forma, podemos inferir o quão longe o Brasil está de atingir essa meta.

No Festival de Brasília do Cinema Brasileiro de 2011, os profissionais que trabalham com produções para as crianças criaram a bancada do cinema infantojuvenil brasileiro, cujo objetivo principal é defender políticas de estímulo ao desenvolvimento do cinema infantojuvenil no país. Segundo Pedro Rovai, produtor e criador da série *Tainá* e componente dessa bancada:

Não é admissível [...] que o cinema infantil brasileiro, por ausência de políticas criativas que busquem equanimidade nos investimentos e nos patrocínios, continue na situação de abandono em que está. Considerando a realidade do cinema infanto-juvenil [sic] brasileiro e a urgente necessidade de adoção de iniciativas que alterem esse quadro, a bancada do cinema infanto-juvenil [sic] propõe um programa de ação [...].⁵⁵

3.1 A criança como público

É importante, nesse ponto, definirmos o motivo de tanto empenho, por parte tanto de produtores audiovisuais quanto de educadores, em torno de reivindicar meios para uma produção nacional voltada para crianças. De acordo com a Convenção sobre os Direitos da Criança⁵⁶, mais especificamente seus artigos 13 a 17, é garantido à criança direito de liberdade de expressão e de recebimento de informações das mais diversas fontes. Como lembram Rosália Duarte e Marcus Tavares:

O texto da Convenção é o único que traz, no âmbito dos direitos-liberdade, o direito de as crianças terem liberdade de pensamento, expressão e o direito à informação e ou materiais qualificados produzidos pelos meios de comunicação, fato que vai corroborar para uma reflexão sobre a produção e a qualidade de conteúdos para tal público. (DUARTE; TAVARES, 2013)

⁵³ Disponível na íntegra em: <http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/2102_1.pdf>. Acesso em 05/03/2017.

⁵⁴ Na tabela do Anexo A estão listados todos os filmes brasileiros com mais de 20.000 espectadores lançados em 2015 e 2016 computados pela ANCINE.

⁵⁵ Pedro Rovai escreve sobre a bancada do cinema infantojuvenil brasileiro na Revista PontoCom, disponível em: <<http://revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-entrevistas/cinema-infantil-texto-de-pedro-rovai>>. Acesso em 05/03/2017.

⁵⁶ O Decreto nº 99.710, de 1990, conhecido como Convenção sobre os Direitos da Criança, está disponível na íntegra em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d99710.htm>. Acesso em 05/03/2017

Deste modo, estando decretado o direito de toda criança à informação e ao acesso a “materiais de interesse social e cultural para a criança”⁵⁷, entra em discussão quais são esses materiais e o que os torna pertinentes a elas. Como explica João Batista Melo, crianças são seres em desenvolvimento e mais suscetíveis às informações que recebem. Além disso, a criança é sempre exposta a estímulos e linguagens novos para ela, os quais também influenciam sua formação. Assim, surge a necessidade de uma produção que faça essa junção entre aspectos formais e conteúdo pensados particularmente para o público infantil e adequados ao contexto dele. (MELO, 2011, p.37-40)

Esse pensamento conflui com o que foi discutido na 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes, em 2004. Segundo a carta⁵⁸ elaborada pelos profissionais presentes, “a mídia exerce uma influência central no desenvolvimento e na formação de crianças e adolescentes – a mídia influencia não apenas as atitudes e comportamentos deles, mas também suas identidades”, ou seja, “a mídia vem assumindo funções antes desempenhadas apenas por famílias e educadores, sem que esteja preparada para lidar com este desafio gigantesco”.

Fica clara assim a necessidade de uma produção que pense a criança não apenas como público-alvo, mas também como um ser humano em formação. Com esse pensamento, João Batista Melo descreve o que seria uma produção infantil ideal:

[...] uma conceituação de filme infantil na qual somente caberiam obras que nascem com a consciência de que falam a um espectador diferenciado, com uma sensibilidade especial, e que merece uma abordagem adequada e respeitosa diante de suas necessidades. (MELO, 2011, p. 162)

A forma e o conteúdo da obra, no entanto, acabam sendo a principal preocupação em especial dos estudiosos e educadores. É interessante apontar também a importância mercadológica de uma produção voltada ao público infantil. Como apontou Pedro Rovai, em entrevista ao site da Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis em 2009⁵⁹, fazer filmes para crianças é também “uma questão de formação de plateia, de identidade, possibilitando ao público jovem ver na telona não apenas conteúdos internacionais, mas também se reconhecer ali, nos filmes brasileiros, com nossa realidade, nossas pluralidades e peculiaridades”.

⁵⁷ Expressão utilizada no Art. 17 do Decreto nº 99.710.

⁵⁸ A Carta pode ser consultada na íntegra em:

<http://www.mprs.mp.br/areas/infancia/arquivos/carta_do_rio.pdf>. Acesso em 05/03/2017.

⁵⁹ A reportagem está disponível na íntegra em: <<http://www.mostradecinemainfantil.com.br/quem-leva-o-pitching/>>. Acesso em 05/03/2017.

Para Rovai, a competitividade entre a produção infantojuvenil brasileira e a americana é desleal. Afinal, como lembra Melo⁶⁰, diferentemente da produção norte-americana, “no Brasil, a bilheteria [a indústria] não consegue trabalhar com a geração de recurso apenas da bilheteria, dependemos muito ainda do apoio estatal”. Dessa forma, Rovai aponta a urgência em:

Demonstrar à ANCINE a necessidade da criação imediata de uma política de fomento voltada para as distribuidoras, incentivando-as e capacitando-as a aplicar maiores recursos na publicidade e na distribuição dos filmes infanto-juvenis [sic] brasileiros, de modo a aumentar a competitividade deles diante da produção importada.⁶¹

Por fim, reside também na hegemonia do cinema americano um apagamento da cultura nacional. Uma produção nacional implica na difusão da cultura brasileira, de suas regionalizações e particularidades. Como expõe Sannette Naeyé, diretora do Cinekid, festival de cinema infantil da Europa, em entrevista⁶² para o site da Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis, “para as crianças que vivem no Brasil esses filmes sobre a vida real são importantíssimos pelos efeitos culturais”, ou seja, “produzir filmes para crianças tem um valor social”.

3.2 As primeiras iniciativas

Seja pela competitividade, pela formação de público, pelo valor social ou até mesmo pelo âmbito de formação e desenvolvimento da criança, é evidente uma urgência latente no Estado em investir na produção para esse nicho. No entanto, pouco foi feito até a década de 2010 para além das políticas públicas destacadas no capítulo anterior, que nada se relacionam com a produção infantil de forma direta. Uma das poucas iniciativas que podemos destacar é o Curta Criança, edital do Ministério da Cultura para curtas-metragens infantis.

O edital surgiu como uma parceria entre o MinC e a TVE em 2003 e selecionou 20 projetos de curtas-metragens voltados para o público infantil. Desde então, foram realizadas seis edições do Edital, com diferentes aportes financeiros e variado número de projetos selecionados. Foi lançado como parte de um pacote do Programa Brasileiro de Cinema e Audiovisual que visava fomentar todos os elos da cadeia produtiva do audiovisual. Em seu

⁶⁰Em entrevista ao Jornal do Comércio, em 2012. Disponível em: <<http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=83245>>. Acesso em 05/03/2017.

⁶¹ Em texto para a Revista PontoCom, anteriormente citado.

⁶²A entrevista está disponível em: <<http://www.mostradecinemainfantil.com.br/doi-escolhidos-no-pitching/>>. Acesso em 05/03/2017.

lançamento, o então Ministro da Cultura, Gilberto Gil, destacou a falta de iniciativas ao relatar: “Somos um Ministério amigo da criança e sabemos que este público não é contemplado como deveria. Com o edital Curta Criança, o cinema brasileiro foi convocados [sic] para mudar este quadro”⁶³.

Apesar de curta-metragem não ser um formato comercial, o edital acabou sendo de grande relevância para a produção infantil como um todo. No AnimaForum⁶⁴ de 2011, Felipe Tavares, então presidente da ABCA (Associação Brasileira de Cinema de Animação), exemplificou a importância do projeto:

Os editais de curta-metragem são nossos bandeirantes. Os animadores estão chegando lá fora e mostrando conteúdo brasileiro. E a reação, o que dizem é ‘olha só, olha como o traço é diferente, olha como os caras estão trabalhando bem a narrativa’. Então, esse anseio pela continuação das políticas e dos editais para curtas não é apenas cultural. Tem um pé comercial, também, indiretamente, porque mostra a nossa cara e faz com que as pessoas sintam confiança em que a gente está produzindo curta com qualidade. E a partir daí eles vão procurar conteúdo para cinema, para TV, para celular. Isso é uma porta de entrada.

Dessa forma, editais de curta-metragem em geral acabam sendo um passo inicial para a captação de recursos para um projeto maior. Um exemplo é *Historietas Assombradas para Crianças Malcriadas*, que foi selecionado pela segunda edição do Curta Criança e, a partir do curta pronto, pôde conseguir recursos para a produção da série. No entanto, esse tipo de edital acaba favorecendo muito um formato específico: as séries de animação.

Uma grande característica da indústria audiovisual, inclusive no Brasil, é a aproximação imediata entre animação e conteúdo infantil. De certa forma, essa relação é realmente bem íntima: grande parte das animações são infantis, e grande parte das obras infantis são animações. Entretanto, é importante destacar que fomentar a animação não é necessariamente fomentar o audiovisual infantil. Nas últimas décadas, foram muitos os debates e as investidas dos profissionais da área da animação justamente em busca de um fomento e incentivo maior no setor. Algumas vitórias foram obtidas, e por essa relação ser bastante próxima, a produção para crianças acabou se beneficiando delas.

⁶³ O discurso está disponível na íntegra em: <http://www.cultura.gov.br/discursos/-/asset_publisher/DmSRak0YtOfY/content/ministro-da-cultura-gilberto-gil-no-anuncio-do-resultado-dos-concursos-de-fomento-a-producao-e-a-distribuicao-de-filmes-e-telefilmes-de-2003-35967/10883>. Acesso em 05/03/2017.

⁶⁴ Encontro sobre temas fundamentais para o crescimento da animação brasileira realizado durante o festival Anima Mundi. O Relatório completo está disponível em: <https://issuu.com/festanimamundi/docs/relatorio_forum_2011_impresao_sem_marca>. Acesso em 05/03/2017

Além disso, como há esse entendimento generalizado de que a maior parte das animações são infantis, muitas dessas vitórias foram alcançadas em conjunto com o argumento de que não temos produção infantil suficiente no Brasil. Sendo assim, surge uma série de iniciativas que atuam de forma híbrida por ter a intenção de impulsionar a produção infantil, mas incentivando na verdade um ramo dela, que acaba por abranger também obras não infantis. Essa relação é bem exemplificada pela fala de Sérgio Sá Leitão, então Secretário Municipal de Cultura do Rio de Janeiro e diretor-presidente da RioFilme, no AnimaForum 2013⁶⁵ ao defender políticas de fomento especificamente para animação:

O Brasil é muito competitivo. Se isolarmos o segmento da comédia na bilheteria, vimos que as brasileiras têm mais market share que as estrangeiras. Mas, no caso da animação, a gente abriu mão de competir. E estamos falando das crianças, de um público que consumirá - ou não - o conteúdo brasileiro durante toda a sua existência.

Como fica evidenciado, para Sá Leitão, o fomento à animação é um fomento direto à produção de audiovisual infantil, que formará o futuro público brasileiro. Apesar de isoladamente a afirmação ser errônea, de fato existiram iniciativas que priorizaram a produção especificamente para esse público dentro da animação. Dentre essas iniciativas, podemos citar o Curta Animação, ação do Ministério da Cultura (MinC), por meio da Secretaria do Audiovisual (SAV), que, em sua primeira edição em 2007, selecionou dez projetos de curta-metragem de animação para receber apoio financeiro.

A principal iniciativa nesse sentido foi o AnimaTV, ou Programa de Fomento à Produção e Teledifusão de Séries de Animação Brasileiras, projeto do Ministério da Cultura, por meio das Secretarias do Audiovisual (SAV/MinC) e de Políticas Culturais (SPC/MinC), Empresa Brasil de Comunicação – TV Brasil, Fundação Padre Anchieta – TV Cultura, Associação Brasileira das Emissoras Públicas Educativas e Culturais (Abepec), com o apoio da Associação Brasileira de Cinema de Animação (ABCA). Apesar de não mencionar em seu título, o AnimaTV visava selecionar projetos de série de animação para o público infantojuvenil. Em sua primeira edição, lançada em 2008, o concurso recebeu 257 inscritos vindos de 17 estados brasileiros. Destes, as séries *Tromba Trem* e *Carrapatos e Catapultas* foram selecionadas, obtendo recursos para a produção de suas primeiras temporadas, com 13 episódios cada⁶⁶.

⁶⁵ O relatório completo do fórum está disponível em:

<https://issuu.com/festanimamundi/docs/anima_forum_alta_site2013>. Acesso em 05/03/2017.

⁶⁶ O resultado do edital está disponível em: <http://www.cultura.gov.br/programas7/-/asset_publisher/JmYLA8w2gwoH/content/programa-anima-tv-308237/10877>. Acesso em 05/03/2017.

3.3 O interesse do público e as mudanças no mercado

Apesar das poucas ações governamentais visando o incentivo da produção infantil, o nicho tem ganhado certa expressão no mercado. Segundo a pesquisa⁶⁷ apresentada por Rosana Alcântara, diretora da ANCINE, durante o 8º Fórum Pensar a Infância, “em 2016, os longas-metragens voltados para o público infantil já levaram mais de 36 milhões de espectadores aos cinemas, gerando uma renda total superior a R\$480 milhões”. Pela estimativa da instituição, o público de filmes infantis já corresponde, em 2016, a cerca de 26% do público total de filmes de classificação indicativa livre, o que representa um aumento de 7% em relação aos números de 2011.

É importante destacar que, nesse momento, os números referem-se a todos os lançamentos, nacionais e internacionais. Ou seja, se há uma pequena quantidade de filmes brasileiros no nicho e, ainda assim, um aumento de público, significa que uma parcela substancial desse aumento é decorrente de lançamentos internacionais. Há um aumento de interesse por parte do público nos filmes feitos para crianças, independente da nacionalidade das obras.

Em consonância com esse cenário, podemos apontar o desempenho de dois dos três únicos longas-metragens infantojuvenis lançados em 2016. Segundo os dados preliminares da Superintendência de Análise de Mercado divulgados pela ANCINE⁶⁸, *O Escaravelho do Diabo* – produzido com recursos captados pelos art. 1º-A e 3º-A e investimento do FSA – atingiu um público de mais de 80 mil pessoas, se tornando o 24º filme brasileiro mais assistido do ano. *Carrossel 2: O sumiço de Maria Joaquina*, que captou pelos art. 1º, 1º-A e 3º-A, além de recursos do FUNCINE para distribuição, chegou a marcas ainda mais altas. O longa foi assistido por mais de 2,5 milhões de pessoas, ocupando o 3º lugar no ranking de filmes brasileiros mais assistidos de 2016.

A compilação de episódios da nova série para DVD da Galinha Pintadinha, lançada no cinema sob o título *Galinha Pintadinha Mini na Telona*, no entanto, teve uma bilheteria mais modesta, levando pouco mais de 24 mil espectadores ao cinema. Contudo, justamente por se tratar de um conteúdo não apenas de fácil acesso pela internet, mas com o qual o público já está acostumado a entrar em contato dessa forma, é um número expressivo. Ainda assim, a

⁶⁷ A apresentação de Rosana Alcântara pode ser consultada na íntegra em: <http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/F%C3%B3rum%20Inf%C3%A2ncia%20_2016.pdf> Acesso em 11/03/2017.

⁶⁸ O estudo preliminar está disponível apenas para download no site do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual: <<http://oca.ancine.gov.br/cinema>>. Acesso em 13/05/2017.

bilheteria somada dos três filmes quase não alcançou os R\$ 30 milhões, representando menos de 7% da renda total atribuída aos filmes infantis do ano.

Paralelamente, podemos notar na produção cinematográfica uma grande mudança quanto ao conteúdo dos filmes infantis nessa última década. Entre os anos 2000 e 2010, dos 28 lançamentos infantis⁶⁹ computados pela ANCINE⁷⁰, 17 tinham relação estrita com a produção televisiva. Levando em consideração que 14 desses filmes eram protagonizados por Xuxa ou Didi, percebe-se aqui uma continuidade da tendência apresentada no primeiro capítulo, de uma dominação no cinema pelas personalidades já famosas e com público cativo na TV aberta. As outras três produções também traziam ícones que corroboram esse movimento, como, por exemplo, a apresentadora Eliana, em *Eliana e o Segredo dos Golfinhos* (2005); a vindoura dos quadrinhos e já dominadora dos lançamentos em VHS/DVD Turma da Mônica, em *Turma da Mônica em Uma Aventura no Tempo* (2007) e os personagens da série Ilha Rá-Tim-Bum, da TV Cultura, em *Ilha Rá-Tim-Bum - O Martelo de Vulcano* (2003).

Desde 2010, no entanto, dos 19 longas-metragens brasileiros lançados⁷¹ para o público infantil, somente sete deles tem relação direta com a televisão. Desses, apenas três são baseados em obras de sucesso da TV aberta e nenhum se baseia exclusivamente na presença de uma personalidade, como Xuxa, Didi e Eliana. *Carrossel – O Filme* (2015) e *Carrossel 2: O sumiço de Maria Joaquina* (2016) são baseados na telenovela infantil *Carrossel*, exibida pelo SBT. *Cocoricó Conta Clássicos* (2012), por sua vez, apresenta os personagens da série *Cocoricó*, da TV Cultura.

Os outros quatro lançamentos tem relação com séries criadas para a televisão por assinatura. *31 Minutos – O Filme* (2012) é uma adaptação da série chilena *31 Minutos*, exibida pela Nickelodeon no Brasil, e foi lançado em esquema de coprodução Brasil-Chile. Já *Peixonauta - Agente Secreto da O.S.T.R.A* (2012) é na verdade uma compilação de episódios da série *Peixonauta*, exibida pelo Discovery Kids e financiada pelo BNDES e recursos obtidos pelo art. 1º-A e 39, inciso X. *Brasil Animado 3D* (2011) e *Brichos II - A Floresta é Nossa* (2012) são frutos de franquias já iniciadas no cinema. O primeiro é baseado nos personagens de *As Aventuras de Gui & Estopa* (2008), que deu origem à série homônima exibida pelo Cartoon Network desde 2009. Já a franquia *Brichos* se iniciou em 2006 no

⁶⁹ Ver tabela no Anexo B.

⁷⁰ Levando em consideração os filmes computados pela ANCINE na pesquisa *Filmes Brasileiros Lançados - 1995 a 2015*.

⁷¹ Ver tabela no Anexo B.

cinema, originou a série de mesmo nome atualmente exibida pelo canal Nickelodeon e está com *Brichos 3 – Megavírus* em produção, com previsão de lançamento para 2020⁷².

Fica claro a partir desses números que a televisão aberta e principalmente as personalidades que costumavam comandar o audiovisual infantil tem perdido o interesse do público e conseqüentemente espaço nas telonas. Esse fato é totalmente relacionado com uma grande mudança que vem ocorrendo também no mercado televisivo.

Nas duas últimas décadas, a programação infantil na televisão aberta tem minguado gradualmente. A Globo, emissora de maior audiência no território nacional, extinguiu a programação para esse público em 2012. As apresentadoras Xuxa, Eliana e Angélica não têm mais programas infantis na TV aberta, tendo alterado seu público-alvo. Xuxa, a última a realizar a mudança, apresentou seu último programa infantil, o *TV Xuxa*, de 2005 a 2007. Em 2008, a atração foi totalmente reformulada, focando em toda a família, com temáticas mais maduras. O único projeto infantil mantido pela apresentadora é o *Xuxa Só Para Baixinhos*, coleção de músicas e clipes produzida apenas para o mercado de CD e DVD.

Em 2017, a única grande emissora que ainda mantém uma faixa infantil é o SBT⁷³, que apesar de possuir uma programação diversificada, aposta na veiculação de atrações para esse público. Tais programas são em sua maioria constituídos de uma base em estúdio em que os apresentadores interagem com os espectadores e introduzem desenhos animados, majoritariamente importados. Dentro desse esquema estão sendo exibidos em 2017, por exemplo, *Bom Dia e Cia*, *Mundo Disney* e *Parque Patati Patatá*. Para esse formato, é reservado em geral um espaço matutino, sendo suas exibições alternadas com outras séries juvenis americanas ou mexicanas.

O SBT mantém também uma faixa noturna dedicada às crianças, com exibições de telenovelas infantis que, apesar de serem produtos brasileiros, são em sua maior parte reprisadas ou refilmadas, baseadas em obras exibidas nos anos 1990. *Carrossel* ocupa essa faixa da programação. Segundo Silva:

entre merchandisings, propagandas nos intervalos comerciais e licenciamento de produtos, a estimativa do mercado é que o remake de *Carrossel* faturou mais de R\$ 100 milhões para a emissora de Silvio Santos e obteve a vice-liderança na audiência durante quase toda a duração do folhetim. (SILVA, 2014, p.111)

⁷² Informações do site oficial da franquia: <<http://www.brichos.com.br/>>. Acesso em 11/03/2017.

⁷³ A programação do SBT pode ser consultada em: <<http://www.sbt.com.br/programacao/>>. Acesso em 11/03/2017.

Não tão preocupadas com os números da audiência, redes de televisão pública, como a TV Cultura e a TV Brasil também mantêm sua programação infantil, essa sim muito mais composta por conteúdos brasileiros e independentes. Títulos como *D.P.A. - Detetives do Prédio Azul*, *Os Under-undergrounds* e *Historietas Assombradas (Para Crianças Malcriadas)* se destacam na grade da TV Cultura⁷⁴, que exibe ampla quantidade de conteúdo infantil diariamente. A TV Brasil⁷⁵ também conta com exibições diárias de títulos brasileiros como *O Show da Luna*, *Peixonauta* e *Igarapé Mágico*.

No entanto, se comparado com a grade de programas infantis que eram exibidos na televisão aberta até a década de 1990, essa quantidade diminuiu de forma alarmante. Mariana Zylberkan, repórter da revista *Veja*, aponta em reportagem⁷⁶ uma mudança na forma de financiamento desse conteúdo, relacionando essa redução às medidas de Collor para abrir a economia brasileira a importações em 1990. Segundo ela:

A medida pôs em dificuldades a indústria de brinquedos, que se viu obrigada a competir com similares muito mais baratos trazidos de países como a China. Essa perda de competitividade só se acentuou. Nos últimos sete anos, o setor viu seu faturamento cair vertiginosamente – e as verbas para publicidade, como consequência, foram cortadas pela metade.

Como a manutenção da TV aberta depende primordialmente de verbas vindas da publicidade, a queda do interesse das empresas em fazer propaganda em programação infantil leva ao declínio da própria programação infantil. No entanto, de acordo com Synésio Batista da Costa, presidente da Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (Abrinq) em 2012, “O pouco que sobrou é investido na TV fechada”⁷⁷. Isso acontece devido ao baixo valor cobrado pelos canais fechados em comparação com os abertos. Segundo o executivo Rafael Davini, que participou da implantação do canal Cartoon Network no Brasil:

Com o valor de uma peça publicitária simples na TV aberta, é possível anunciar por um ano na TV paga, com 100% de aproveitamento, pois a segmentação desse meio permite dialogar exatamente com o público alvo [sic], sem a dispersão dos canais abertos.⁷⁸

⁷⁴A programação da TV Cultura pode ser consultada em: <<http://tvcultura.com.br/grade/#atual>>. Acesso em 11/03/2017.

⁷⁵A programação da TV Brasil pode ser consultada em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/programacao>>. Acesso em 11/03/2017.

⁷⁶A reportagem está disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/a-baba-eletronica-esta-a-um-passo-da-aposentadoria>>. Acesso em 11/03/2017.

⁷⁷ Em entrevista à Mariana Zylberkan para a reportagem anteriormente citada.

⁷⁸ Idem

Vê-se, então, uma migração da publicidade infantil dos canais abertos para a televisão por assinatura, causando um crescimento do setor, tanto no número de canais quanto na quantidade de conteúdo produzido. Ainda assim, uma vez que os canais fechados estão sujeitos à Lei nº 12.485, a Lei da TV Paga⁷⁹, a programação por assinatura se torna muito diferente do que era apresentado na televisão aberta, não criando espaço para os antigos ícones e sim criando demanda de novos personagens que possam tomar o lugar deles, tanto na televisão, como no cinema.

Essa migração do conteúdo infantil identifica, portanto, a razão da redução da influência da TV aberta na produção cinematográfica. Contudo, a presença dos personagens das séries de TV paga no cinema tem também mérito próprio, como pode ser evidenciado pelo desempenho delas dentro e fora do Brasil. Um exemplo é a série *Historietas Assombradas (Para Crianças Malcriadas)*. Segundo dados do IBOPE⁸⁰ (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), a série brasileira de animação foi o programa mais assistido pelo público infantil (4 a 11 anos) na TV paga entre maio e junho de 2013. No mesmo período outras produções brasileiras exibidas pelo Cartoon Network obtiveram alta audiência, uma média de 15% acima de outros programas. Dentre elas: *Turma da Mônica*, *Sítio do Pica-Pau Amarelo*, *As Aventuras de Gui & Estopa*, *Tromba Trem* e *Carrapatos e Catapultas*, todas animações.

Além do sucesso dentro do Brasil, muitas séries são exibidas com êxito em outros países. De acordo com Rosana Alcântara, em apresentação supracitada, diversas séries produzidas com recursos do FSA fazem parte dessa lista. A própria *Historietas Assombradas (Para Crianças Malcriadas)*, por exemplo, está atualmente sendo exibida em 17 países. *Meu Amigãozão* já chegou em 40 territórios e *Peixonauta* em 90.

O interesse do público brasileiro pelos canais infantis é tanto, que eles figuram entre os canais mais assistidos da televisão por assinatura como um todo. Segundo os dados divulgados pelo IBOPE em janeiro de 2015, dentre os cinco canais mais assistidos da TV paga estavam três canais infantis: Disney Channel, em 4º; Cartoon Network, em 2º; e Discovery Kids, sendo o canal mais assistido. Nos dados divulgados em outubro de 2016, apenas o Disney Channel mudou sua posição, dando lugar à Nickelodeon e ao Gloob, que são, respectivamente, o 9º e 10º canais mais assistidos.

⁷⁹ Já abordada no capítulo anterior.

⁸⁰ Referentes aos meses de abril, maio e junho de 2013, de 2ª a 6ª feira, incluindo todos os canais. Mencionados em reportagem publicada pela ANCINE em 2013 disponível em: <<http://archive.is/r62lm#selection-837.8-839.1>>. Acesso em 11/02/2017.

Esse fascínio do público brasileiro com os conteúdos infantis atuais e a potência mercadológica do nicho foram os argumentos que finalmente desencadearam o interesse do governo em políticas públicas para o setor. Não que não houvesse motivos suficientes antes, mas é inegável que um maior apelo econômico contribuiu para as ações do governo a partir do *Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual* de 2013.

3.4 As novas iniciativas

Dentro das novas medidas do governo, temos iniciativas em diferentes aspectos. O Plano de Diretrizes deposita grande importância, por exemplo, na formação de público partindo das escolas, das crianças. Essa preocupação é expressa na Diretriz (12): “Ampliar a Participação do Audiovisual nos Assuntos Educacionais”. De acordo com o Plano:

A maior aproximação entre o audiovisual brasileiro e a rede de ensino é alternativa, tanto para a circulação das obras e o exercício crítico, quanto para o compartilhamento das técnicas de produção e da linguagem. Os ganhos podem ser recíprocos. De um lado, considerada apenas a rede pública de ensino básico, a estrutura de educação formal representa o serviço público com maior capilaridade no país, com imenso significado na vida das comunidades. [...] De outra parte, hoje, as obras audiovisuais são elementos indispensáveis à educação, independentemente de sua utilização formal no processo de ensino e aprendizagem. Parte cada vez mais significativa das referências cognitivas e normativas, especialmente dos mais jovens, é constituída a partir de produtos audiovisuais. O desconhecimento desse conteúdo cultural e a falta de acesso aos meios de veiculação representam nova forma de segregação e “analfabetismo” a ser enfrentada pelo sistema educacional.⁸¹

O Estado reconhece aqui não só a importância já evidenciada do audiovisual na formação do indivíduo como também a potência de consumo e difusão que representa o público infantil e juvenil. Diante dessa diretriz, são propostas algumas metas, tais como: “Incrementar as compras públicas de obras audiovisuais para a rede de ensino público” e “Inserir a formação em linguagem audiovisual no sistema regular de ensino”.

Já fazendo parte dessas ações pós-2013, existe a promulgação da Lei nº 13.006⁸² de 2014. Ela modifica a Lei nº 9.394 de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, acrescentando um novo parágrafo que obriga a exibição de filmes nacionais nas

⁸¹ *Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual*, p. 98

⁸² A Lei nº 13.006 de 2014 pode ser consultada na íntegra em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/113006.htm>. Acesso em 12/03/2017.

escolas de educação básica. Como é explicado no texto *Novos desafios frente à Lei 13.006/14*⁸³:

Estabelecer a obrigatoriedade da exibição de filmes brasileiros é identificar a importância e a necessidade da formação de público de base. Ela proporciona a abertura de uma visão sistêmica do campo, pois coloca em evidência o público jovem como força motriz para sustentabilidade do setor.

Apesar desta inegável importância na formação de público e das crianças, a Lei, a partir de sua redação simples, não estabelece quaisquer meios ou direcionamentos para como essa obrigação deve ser executada. Desta forma, fica indefinida a maneira como as escolas terão acesso a esses filmes e quais filmes serão esses.

Diante disso, tais medidas focadas em formação de público acabam por não ter uma influência direta na produção de conteúdo audiovisual infantil. Não que isso signifique um demérito da medida. Ainda segundo o texto mencionado, uma vez que, tradicionalmente, a classe cinematográfica brasileira volta suas armas apenas para a luta por políticas públicas no setor da produção, um dos grandes méritos da Lei nº 13.006/14 é justamente enfrentar a difusão⁸⁴. No entanto, como este trabalho trata da produção audiovisual brasileira, é importante destacar outras medidas mais relevantes nesse quesito.

No ano de 2016, por exemplo, a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SAV/MinC) lançou em parceria com a ANCINE três editais para a realização de filmes de baixo orçamento. Um deles era dedicado exclusivamente a longas-metragens para o público infantojuvenil. Este edital, conhecido como Edital Longa BO Infanto-Juvenil, é descrito pela própria ANCINE como “o primeiro edital para a produção de longas dedicado a esse público”⁸⁵ no Brasil. Ele selecionou nove projetos⁸⁶ direcionados a crianças de 0 a 12 anos. Trata-se de uma medida que visa atingir a meta estabelecida pelo PDM de aumentar o número anual de longas-metragens infantojuvenis produzidos no país.

É interessante notar que o edital visa diversificação da produção em várias esferas. Primeiro, por ser exclusivo à produção infantil. Segundo, por ser de baixo orçamento e focado

⁸³ AMÂNCIO, Antonio Carlos; et al. *Novos desafios frente à Lei 13.006/14*. In: FRESQUET, Adriana. *Cinema e educação: a Lei 13.006 Reflexões, perspectivas e propostas*. p. 26-31. Disponível em: <https://cageouffs.files.wordpress.com/2016/09/leitura_iii_cafe_geografico.pdf>. Acesso em 12/03/2017.

⁸⁴ Idem.

⁸⁵ A reportagem da ANCINE sobre o edital está disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/savminc-abre-tr-s-editais-para-realiza-o-de-filmes-de-baixo-or-amento>>. Acesso em 18/03/2017.

⁸⁶ O resultado do edital, divulgado no dia 17/04/2017, pode ser consultado em: <http://www.cultura.gov.br/outras-fases/-/asset_publisher/SgOmzwwsxf4S/content/edital-longa-bo-infantil-sav-minc/10883>. Acesso em 13/05/2017.

em produção independente, retirando ainda mais o cinema da influência da televisão. E também, em seu texto, são estabelecidos cinco grupos geográficos, obedecendo em grande parte as cinco regiões brasileiras, que terão, cada um, pelo menos um projeto selecionado. Nessa primeira edição, foram contemplados nove estados diferentes: Amazonas, Goiás, Pernambuco, Bahia, Ceará, Paraná, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e São Paulo. Com isso, difunde-se a produção para além do eixo Rio-São Paulo, que concentra a maior parcela das produções audiovisuais do país, aumentando, assim, a variedade cultural apresentada nos cinemas para as crianças, criando diferentes tipos de identificação e intensificando o “valor social” apontado por Sannette Naeyé.

Essa intenção de regionalização é bem evidente também nas Chamadas Públicas da Linha de Produção de Conteúdos destinados às TVs Públicas, abertas pela ANCINE em 2014 e 2015. A linha disponibiliza recursos do Fundo Setorial do Audiovisual para investimentos em obras destinadas ao campo público de televisão, nos segmentos de TV universitária, comunitária e educativa e cultural. Seguindo o mesmo objetivo do Edital Longa BO, de regionalizar a produção de conteúdos audiovisuais independentes, nessa iniciativa são lançados cinco editais, um para cada região do país. Segundo Rosana Alcântara⁸⁷, esses editais já selecionaram 55 propostas para o público infantil, totalizando um investimento de mais de R\$ 38 milhões.

As chamadas para TV pública apresentam um viés bem mais específico na seleção. No texto do edital são indicadas propostas precisas do que se espera dos projetos inscritos, determinando não só a faixa etária alvo, como também a linguagem e até mesmo a temática. Dentre essas propostas, várias são direcionadas ao público infantil. Por exemplo, no edital de 2014 para a região norte, uma das sete propostas nesse âmbito foi para uma série de ficção com episódios de 13 minutos “que explora o desenvolvimento da inteligência emocional da criança a partir de rituais de passagem”⁸⁸.

No mesmo ano, o edital para a região sudeste indicava, dentre um total de vinte propostas, oito focadas nas crianças. Uma delas era uma série documental com episódios de 2 minutos “que apresenta brincadeiras de crianças brasileiras dos mais distintos caldos culturais, promovendo uma incursão ao seu imaginário”⁸⁹. Ainda de acordo com a apresentação de

⁸⁷ Em apresentação supracitada.

⁸⁸ *Chamada Pública BRDE/FSA – PRODAV – TVs Públicas (Região Norte) – 08/2014*, p. 16. Disponível em: <http://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2016/02/Edital_PROD-08-2014_TV-P%C3%BAblica_Norte_Retifica%C3%A7%C3%A3o03.pdf>. Acesso em 18/03/2017.

⁸⁹ *Chamada Pública BRDE/FSA – PRODAV – TVs Públicas (Região Sudeste) – 11/2014*, p. 16. Disponível em: <http://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2016/02/Edital_PROD-11-2014_TV-P%C3%BAblica_Sudeste_Retifica%C3%A7%C3%A3o03.pdf>. Acesso em 18/03/2017.

Rosana Alcântara, são elaboradas propostas que “visam contribuir para o desenvolvimento da apreciação estética e para a formação humana das crianças”.

O Estado estabelece com essas medidas não só a intenção de continuar um investimento nesse nicho como também o enfoque que será dado nesse incentivo. Diante de um cenário promissor, em que vemos mais e mais conteúdos pensados para crianças sendo bem recebidos por toda a comunidade interessada, tanto em questões de entretenimento e mercado, quanto de educação e cultura, é interessante notar, porém, que o investimento na área ainda é tímido, e está dando seus primeiros passos. Apesar disso, Rosana tem boas perspectivas quanto à “continuidade das políticas de fomento ao audiovisual que incluem as obras direcionadas ao público infantil”⁹⁰.

Para que esse não seja um movimento isolado e nem abandonado, é importante que haja também uma conscientização em cima do que está sendo produzido e do que está sendo exibido às crianças, assim como do público quanto à necessidade desses conteúdos diferenciados.

Quebrar esses parâmetros e passar a enxergar o cinema e, enfim, a arte e a cultura voltadas para as crianças com o mesmo olhar com que se vê a produção artística e cultural do mundo adulto depende, sobretudo, da própria forma como a infância é tratada pela sociedade. É preciso romper preconceitos e aceitar o mergulho num mundo que muitas vezes requer imaginação e fantasia, e, em outras, pode parecer singelo e pueril em demasia, mas que, afinal, não nos é tão estranho assim. Pois [...] já fizemos parte dele um dia. (MELO, 2011, p. 176)

Como corroborado por Melo, acima dessa insuficiência de conteúdo, existe a urgência de perceber a criança como parte componente da sociedade. Tendo sido difundida essa percepção, a valorização das produções para crianças, não só audiovisuais, mas culturais como um todo, estará bem mais próxima da realidade.

⁹⁰ Em apresentação supracitada.

Considerações Finais

Por todo o processo da pesquisa, nos empenhamos em esclarecer a grande importância de olhos criteriosos ao se pensar conteúdos para crianças. Sendo a infância a fase de maior absorção de informações, formação de caráter, aquisição de valores e inclusive de maior facilidade de aprendizado, predomina entre educadores, pais e comunidade em geral, o ideal de que existem formas específicas como devemos nos dirigir a crianças, maneiras individualizadas de passar certas informações e até uma seleção do que deve ou não chegar ao conhecimento das crianças. A infância é entendida como a fase de formação do ser humano e, por isso, ao se produzir um conteúdo cultural para esse público, todos esses fatores precisam ser levados em consideração.

Apesar disso, na maior parte do período histórico abordado, fica claro o desinteresse generalizado das esferas de poder público nessa produção específica para crianças. Antes da década de 1950, o conteúdo audiovisual que se produzia para esses fins era em sua maior parte voltado apenas ao cunho educativo. Como lembram Rosália Duarte e Marcus Tavares⁹¹, as três únicas grandes políticas públicas voltadas para a produção infantil no século XX foram a criação do Instituto Nacional do Cinema Educativo (Ince), em 1936; da TV Educativa do Rio, em 1973; e da TV Escola, em 1996, todas consideradas movimentos mais relacionados a um cinema educativo do que conteúdos propriamente pensados para crianças.

Essa diferença é importante nesse contexto. Um conteúdo apenas educativo não necessariamente aborda outras necessidades da criança. Pode, por exemplo, apresentar um conceito adequado, porém aspectos formais que distanciem completamente a criança da obra. Por isso, destacamos como diferencial para um conceito de audiovisual infantil, não só a estipulação do público-alvo, mas também a identificação deste com o produto, o interesse nele.

Nesse sentido, por grande parte do século XX, foi na televisão que surgiu a quase totalidade dos conteúdos audiovisuais infantis: pensados para crianças e que despertam o interesse delas. Enquanto no campo do cinema, quando existia interesse dos produtores, este convivía com a falta de recursos para impor com destaque suas produções infantis; na TV, patrocinada pelas mais diversas marcas do mercado, este nicho se solidificou. Assim, se de

⁹¹ DUARTE, Rosália; TAVARES, Marcus. *Política Pública Educativa e Cultural de Audiovisual para a Infância: Reconhecimento, Mas Pouca Ação*, 2013, p. 2. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Ros%C3%A1lia-Duarte-et-alii.pdf>>. Acesso em 25/03/2017.

um lado temos as políticas públicas gerando conteúdos educativos, porém desinteressantes, do outro temos o mercado se inserindo na área, focando principalmente em conseguir público e audiência, a despeito de uma obrigatoriedade de conteúdo informativo.

Certamente que é possível apontar exceções de ambos os lados, mas dentro desse panorama geral, as poucas produções cinematográficas lançadas nas décadas de 1950 e 1960, em geral independentes do grande mercado e do governo, foram as que mais se adequaram a essa definição de audiovisual para crianças, com obras que juntavam conteúdo adequado com a linguagem compatível ao público. Mesmo assim, poucas delas se firmaram no imaginário infantil brasileiro, possivelmente por causa da falta de recursos já mencionada. A televisão, no entanto, diante de sua estabilidade, passou a dominar as produções cinematográficas com suas personalidades e personagens já famosos, aprofundando ainda mais aquela dicotomia.

Voltando às questões que levaram à construção deste trabalho, apenas por esse cenário inicial, já podemos inferir várias respostas que vêm a se confirmar no decorrer da pesquisa. Com esse tipo de dominação do mercado, não é estranho que o estereótipo da produção audiovisual para crianças no Brasil seja uma associação direta às figuras de Xuxa, Didi e seus derivados. Se ainda levarmos em consideração que estas obras, já dominantes financeiramente e em quantidade, se encaixam no conceito de filme familiar apresentado no primeiro capítulo, ou seja, agradam também aos adultos, podemos compreender tanto a manutenção delas na memória social quanto a perpetuação de produções semelhantes em posição de êxito. Os poucos filmes que fogem desses padrões acabam atingindo patamares pouco expressivos de público, sendo sufocados pelos grandes sucessos.

Apesar dessa polaridade exposta, não há aqui um julgamento de valor quanto à produção televisiva – e cinematográfica associada a ela – como um todo. É inegável a qualidade e a importância de várias dessas produções, em diversos critérios, porém é imprescindível também exteriorizar essa preocupação em ter toda uma produção audiovisual dominada pelas grandes empresas televisivas e pelos valores do mercado.

A década de 1990, no entanto, chegou para rearranjar a situação. As iniciativas de Collor no âmbito cultural, e até mesmo em outras áreas, causaram fortes impactos no que vinha sendo feito de audiovisual e no que seria feito a partir dali. No cinema infantil, ainda sem grande interesse do Estado em incentiva-lo diretamente, o trabalho teve que se sustentar nos novos mecanismos de incentivo. Uma vez que estes foram criados sem critérios específicos para os projetos a serem incentivados, os filmes infantis lutaram para tentar criar seu espaço, competindo com obras que geram muito mais lucros e/ou interesse.

A partir dessas mudanças, o início do século XXI trouxe muitas transformações para o mercado. A televisão aberta perdeu interesse na programação infantil, deixando uma lacuna a ser preenchida pela TV por assinatura. Assim, a televisão aberta perdeu também sua influência na produção cinematográfica para crianças. Isso, aliado aos novos mecanismos de incentivo, criou oportunidades de mais filmes independentes serem produzidos, diversificando o que é exibido nas salas de cinema. Também com as novas Leis, novos projetos para televisão encontraram seu território, trazendo mais diversidade também às telinhas.

Nesse cenário de maior pluralidade, a animação acaba ganhando destaque. Já existindo uma comunidade forte e organizada que se empenha na busca de melhorias para o setor, a animação acabou ganhando bastante apoio da luta pelo incentivo ao cinema infantil. Devido à íntima relação entre as áreas, as conquistas de uma acabaram por beneficiar a outra e as séries de animação infantis brasileiras se tornaram sucesso dentro e fora do país. No cinema, o público dos filmes infantis, nacionais e internacionais, cresceu de forma bastante considerável.

Como até a década de 2010, pouco se havia avançado nas políticas públicas na área – alguns poucos editais de curta-metragem, importantes, porém insuficientes, resumem os movimentos do governo nesse sentido no início do século –, o relativo triunfo da produção infantil nesses anos finalmente chamou a atenção do Estado. A partir de 2013, após a divulgação do *Plano de diretrizes e metas para o audiovisual*, podemos identificar mais iniciativas visando um maior desenvolvimento do setor. Os novos editais para filmes de baixo-orçamento e as chamadas de projetos para TV pública, ambos com propostas direcionadas à produção infantil, demonstram a tendência em um maior cuidado com as produções para esse público.

De fato, como diz Rosana Alcântara, diretora da ANCINE, diante desses pequenos passos e das metas estabelecidas, as expectativas de um novo impulso na produção audiovisual para crianças são grandes. As perspectivas ficam ainda mais animadoras ao considerarmos que, nesta pesquisa, levamos em conta apenas os projetos realizados para exibição em meios mais tradicionais: a televisão e o cinema. Plataformas mais recentes têm criado muito espaço também para as produções para crianças.

Dentre essas novas produções, conteúdos realizados para exibição exclusiva em plataformas de *video on demand*, como o YouTube e a Netflix, por exemplo, têm ganhado bastante expressividade. A Galinha Pintadinha, personagem que já esteve presente nas salas de cinema no já citado *Galinha Pintadinha Mini na Telona* (2016), surgiu em um canal da plataforma e em 2017 quebrou o recorde de visualizações no YouTube brasileiro, chegando a

5 bilhões de views⁹². O mercado dos *games* também já está na lista de interesses do governo. Segundo Rosana Alcântara⁹³, falando de produção infantil, já há perspectivas da ANCINE em “linhas voltadas para o financiamento de jogos eletrônicos e desenvolvimento de estudo relativo à inclusão deste segmento e de sua cadeia produtiva no espectro da legislação do setor audiovisual”. E esses são apenas simples exemplos de um campo que ainda merece grande exploração.

Também é importante pontuar que, para além das dificuldades de produção, o nosso cenário audiovisual também encontra obstáculos nas áreas de distribuição e exibição, também não abordados neste trabalho. Tangenciamos a questão do acesso aos filmes em diversos momentos, mas associando sempre ao orçamento e à influência envolvidos em cada projeto, sem levantar com precisão os problemas que circundam essas áreas.

Apesar das limitações deste trabalho, o objetivo de entender a evolução da produção de conteúdo audiovisual para crianças foi atingido e pudemos perpassar por diversos dos fatores que explicam tanto a situação atual quanto a constituição do imaginário infantil da atual população adulta brasileira. Ademais, pudemos constatar o crescimento e o potencial dessa parcela do mercado, percebendo a real possibilidade de que, em futuras gerações, esse imaginário se constitua de forma diferente, incluindo muito mais diversidade de produções nacionais.

⁹² Segundo notícia do portal IG. Disponível em: < <http://tecnologia.ig.com.br/2017-03-04/youtube.html>>. Acesso em 20/05/2017.

⁹³ Em apresentação no Painel: Políticas Culturais Para a Infância no 8º Fórum Pensar a Infância, no 14º Festival Internacional de Cinema Infantil. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/F%C3%B3rum_Inf%C3%A2ncia_2016.pdf>. Acesso em 20/05/2017.

Referências bibliográficas

Livros, artigos e outras publicações

- ALVES, Vida. *TV Tupi - Uma Linda História de Amor*. 2008. Disponível em: <<http://aplauso.imprensaoficial.com.br/edicoes/12.0.813.418/12.0.813.418.pdf>>. Acesso em 25/03/2017.
- AMÂNCIO, Antonio Carlos; et al. *Novos desafios frente à Lei 13.006/14*. In: FRESQUET, Adriana. *Cinema e educação: a Lei 13.006 Reflexões, perspectivas e propostas*. Disponível em: <https://cageouffs.files.wordpress.com/2016/09/leitura_iii_cafe_geografico.pdf>. Acesso em 12/03/2017.
- BAHIA, Lia. *A Telona e a Telinha: Encontros e Desencontros entre Cinema e Televisão no Brasil*. Tese de Doutorado, UFF. 2014
- BUTCHER, Pedro. *Brevíssimo histórico das relações cinema/TV no Brasil*. Disponível em: <<http://www.revistacinetica.com.br/cinemaTV.htm>>. Acesso em 25/03/2017.
- CASTELO, Hilton. *Ao vivo: Televisão e Publicidade nos Anos 50*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-publicidade-castelo.pdf>>. Acesso em 25/03/2017.
- DUARTE, Rosália; TAVARES; Marcus. *Política Pública Educativa e Cultural de Audiovisual para a Infância: Reconhecimento, Mas Pouca Ação*. 2013. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Ros%C3%A1lia-Duarte-et-alii.pdf>>. Acesso em 25/03/2017.
- IKEDA, Marcelo. *Leis de incentivo para o audiovisual: como captar recursos para o projeto de uma obra de cinema e vídeo* / Rio de Janeiro: WSET Multimídia, 2013.
- _____. *O Impacto da Lei Rouanet e da Lei Do Audiovisual no Processo de "Retomada" do Cinema Brasileiro*. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiuzNCwy5zSAhXKHpAKHQ-cBpkQFggjMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.direitosculturais.com.br%2Fdownload.php%3Fid%3D71&usg=AFQjCNEW4zPto82JeAGPDsQfeZTkM3kNeA>> Acesso em 19/02/2017
- MELO, João Batista, 1960-. *Lanterna mágica: infância e cinema infantil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

PORTES, Carolina Caniato. *Narrativas cinematográficas na relação com a imaginação e criação de crianças e jovens*, 2013. Disponível em:

<http://abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_1_Educacao_e_Processos_de_Aprendizagem_e_Cognicao/25955arq10185049664.pdf>. Acesso em 25/03/2017.

SILVA, G. J. M. *Entre Telas e Histórias: o Cinema e o Audiovisual Infantil Brasileiro*. Dissertação de mestrado, UFF. 2014

VALENTE, Eduardo. *Noções de infância e educação: filmes infantis*. Sinopse - Revista de Cinema, n. 4, ano I. São Paulo, março de 2000.

Notícias, reportagens e outros textos

AKEL, James. *O maior produtor de TV infantil foi da Record*. Disponível em:

<<http://www.otvfoco.com.br/o-maior-produtor-de-tv-infantil-foi-da-record/#ixzz4cOVIVZpf>>. Acesso em 25/03/2017.

ALENCASTRO, Catarina; BARRETTO, Eduardo. *Temer anuncia renovação da Lei do Audiovisual até 2022*. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/temer-anuncia-renovacao-da-lei-do-audiovisual-ate-2022-20428345>>. Acesso em 27/11/2016.

BRASIL ECONÔMICO. *Galinha Pintadina chega a 5 bilhões de views e quebra recorde no YouTube*. Disponível em: <<http://tecnologia.ig.com.br/2017-03-04/youtube.html>>. Acesso em 20/05/2017.

CARNEIRO, Gabriel. *A Problemática do Cinema Infante-Juvenil Brasileiro*. Disponível em: <<http://revistadecinema.uol.com.br/2014/08/a-problemativa-do-cinema-infante-juvenil-brasileiro/>>. Acesso em 10/10/2016.

CATALDI, Bruna. *Persistência do Tamanho da Amazônia*. Disponível em:

<<http://www.animamundi.com.br/persistencia-do-tamanho-da-amazonia/>>. Acesso em 10/10/2016.

MOSTRA DE CINEMA INFANTIL DE FLORIANÓPOLIS. *Quem leva o pitching?*

Disponível em: <<http://www.mostradecinemainfantil.com.br/quem-leva-o-pitching/>>. Acesso em 05/03/2017.

ROVAI, Pedro. *Cinema Infantil*. Disponível em: <<http://revistapontocom.org.br/edicoes-antiores-entrevistas/cinema-infantil-texto-de-pedro-rovai>>. Acesso em 01/04/2017.

ZYLBERKAN, Mariana. *A babá eletrônica está a um passo da aposentadoria*. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/a-baba-eletronica-esta-a-um-passo-da-aposentadoria/>>. Acesso em 11/03/2017.

Páginas na Internet

Página oficial da ANCINE: <<http://www.ancine.gov.br/>>

Página oficial do BRDE: <<http://www.brde.com.br/>>

Página oficial do Ministério da Cultura: <<http://www.cultura.gov.br/>>

Consulta de Projetos Audiovisuais da ANCINE:

<<http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/>>

Relação de Projetos aprovados pelos editais do BNDES de 1995 a 2015:

<<http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa/o-bndes-e-o-apoio-ao-cinema/selecao-de-projetos-cinematograficos/>>

Site oficial da franquia *Brichos*: <<http://www.brichos.com.br/>>

Site Oficial do SBT: <<http://www.sbt.com.br/programacao/>>

Site Oficial da TV Cultura: <<http://tvcultura.com.br/grade/#atual>>

Site Oficial da TV Brasil: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/programacao>>

Site oficial da série *Vigilante Rodoviário*: <<http://www.vigilanterodoviario.com.br/>>

Memória Globo: <<http://memoriaglobo.globo.com/>>

InfanTV: <<http://www.infantv.com.br/>>

Leis, estudos e outras publicações oficiais.

ANCINE. *Filmes Brasileiros com Mais de 500.000 Espectadores entre 1970-2015*.

Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/2105_0.pdf>. Acesso em 05/03/2017.

ANCINE. *Filmes Brasileiros Lançados - 1995 a 2015*. Disponível em:

<http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/2102_1.pdf>. Acesso em 05/03/2017.

ANCINE. *Longas-metragens Brasileiros Lançados Comercialmente em Salas de Exibição em 2016 (Preliminar)*. Disponível apenas para download no site do Observatório Brasileiro do

Cinema e do Audiovisual: <<http://oca.ancine.gov.br/cinema>>. Acesso em 13/05/2017.

ANCINE. *Instrução Normativa Nº 100 De 29 De Maio De 2012*. Disponível em:

<<http://ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-100-de-29-de-maio-de-2012>>. Acesso em 01/04/2017.

BRASIL. *Decreto Nº 17.943-A, de 12 de outubro de 1927*. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1910-1929/d17943a.htm>. Acesso em 07/05/2017.

BRASIL. *Decreto Nº 99.710, De 21 De Novembro De 1990*. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d99710.htm>. Acesso em 05/03/2017.

BRASIL. *Lei Nº 8.313, De 23 De Dezembro De 1991*. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm>. Acesso em 01/04/2017.

BRASIL. *Lei No 8.685, De 20 De Julho De 1993*. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8685.htm>. Acesso em 01/04/2017.

BRASIL. *Lei Nº 12.485, De 12 De Setembro De 2011*. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em 01/04/2017.

BRASIL. *Lei Nº 13.006, De 26 De Junho De 2014*. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113006.htm>. Acesso em 12/03/2017.

BRASIL. *Medida Provisória Nº 2.228-1, De 6 De Setembro De 2001*. Disponível em:
<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm>. Acesso em 01/04/2017.

Cartas do Rio de Janeiro. Disponível em:
<http://www.mprs.mp.br/areas/infancia/arquivos/carta_do_rio.pdf>. Acesso em 05/03/2017.

Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas. 1ª edição, julho/2013. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2013. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/folhetos/PDM%202013.pdf>>. Acesso em 05/03/2017.

Entrevistas, discursos e outros registros orais.

ALCÂNTARA, Rosana. *Apresentação no Painel: Políticas Culturais Para a Infância no 8º Fórum Pensar a Infância, no 14º Festival Internacional de Cinema Infantil*. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em:
<<http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/F%C3%B3rum%20Inf%C3%A2ncia%202016.pdf>>. Acesso em 20/05/2017.

AnimaForum 2011 Relatório. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em:
<https://issuu.com/festanimamundi/docs/relatorio_forum_2011_impressao_sem_marca>. Acesso em 05/03/2017.

AnimaForum 2013 Relatório. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em:

<https://issuu.com/festanimamundi/docs/anima_forum_alta_site2013>. Acesso em 05/03/2017.

GIL, Gilberto. *Ministro da Cultura, Gilberto Gil, no anúncio do Resultado dos Concursos de Fomento à Produção e à Distribuição de Filmes e Telefilmes de 2003*. Brasília, 2003.

Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/discursos/-/asset_publisher/DmSRak0YtQfY/content/ministro-da-cultura-gilberto-gil-no-anuncio-do-resultado-dos-concursos-de-fomento-a-producao-e-a-distribuicao-de-filmes-e-telefilmes-de-2003-35967/10883>. Acesso em 05/03/2017.

MELO, João Batista. *Crianças à margem do cinema*. Jornal do Comércio, 2012 Entrevista concedida a Priscila Pasko. Disponível em:

<<http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=83245>>. Acesso em 05/03/2017.

NAEYÉ, Sannete. *Dois escolhidos no pitching*. 8ª Mostra de Cinema Infantil de

Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://www.mostradecinemainfantil.com.br/dois-escolhidos-no-pitching/>>. Acesso em 05/03/2017.

Vídeos

A Princesa Xuxa e Os Trapalhões – Abertura. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=sj9WPV3Fr_Y>. Acesso em 12/10/2016.

Anexos

Anexo A – Filmes Brasileiros Lançados em 2015 e 2016 com mais de 20.000 espectadores

Filmes Brasileiros Lançados em 2015 e 2016 com mais de 20.000 espectadores					
Ano	Título	Diretor	Salas	Renda (R\$)	Público
2015	A esperança é a última que morre	Calvito Pereira Leal	150	1.427.955,29	107.590
2015	A Estrada 47	Vicente Ferraz	52	439.151,77	34.358
2015	Até que a sorte nos separe 3	Roberto Santucci; Marcelo Braz	822	22.115.553,30	1.755.452
2015	Bem Casados	Aluizio Abranches	445	6.927.672,06	544.298
2015	Carrossel, O Filme	Alexandre Boury, Mauricio Eça	616	27.211.883,82	2.536.036
2015	Casa Grande	Fellipe Barbosa	33	524.238,74	38.073
2015	Cássia Eller	Paulo Henrique Fontenelle	47	952.434,35	75.133
2015	Chatô - O Rei do Brasil	Guilherme Fontes	51	942.260,78	61.470
2015	Chico - Artista Brasileiro	Miguel Faria Jr.	52	1.516.551,78	97.697
2015	Depois de Tudo	João Araujo	141	282.661,93	21.768
2015	Divã a 2	Paulo Fontenelle	315	1.982.583,38	164.589
2015	Entrando numa roubada	André Torres Moraes	240	1.654.741,76	131.220
2015	Entre Abelhas	Ian Samarão Brandão Fernandes (Ian SBF)	342	5.738.814,70	438.782
2015	Linda de morrer	Cristiane D'Amato	522	12.186.625,00	948.542
2015	Loucas pra Casar	Roberto Santucci	604	45.688.069,53	3.726.547
2015	Metanóia	Luís Henrique Miguel de Melo	63	758.160,42	58.176

Ano	Título	Diretor	Salas	Renda (R\$)	Público
2015	Meu Passado Me Condena 2	Julia Rezende	618	32.941.689,75	2.639.935
2015	Meus Dois Amores	Luiz Henrique Rios	39	281.806,53	22.661
2015	O Dia do Galo	Luiz Felipe Fernandes de Oliveira Filho / Cristiano Torres Azzi	13	362.537,74	30.141
2015	O Vendedor de Passados	Luiz Buarque de Hollanda	208	1.026.924,65	80.335
2015	Operações Especiais	Tomas Portella	321	4.392.871,68	348.322
2015	Ponte Aérea	Júlia Rezende	56	477.345,14	34.566
2015	Qualquer Gato Vira-lata 2	Roberto Santucci Filho / Marcelo Antunes Braz	551	10.017.232,88	807.827
2015	Que horas ela volta?	Ana Luiza Machado da Silva Muylaert	177	6.876.314,80	493.022
2015	S.O.S Mulheres ao mar 2	Cristiane D'Amato	464	21.108.060,56	1.637.032
2015	Sorria, Você Está Sendo Filmado - O Filme	Daniel Filho	89	514.528,72	39.548
2015	Superpai	Pedro Amorim	321	5.159.394,63	439.410
2015	Tudo que aprendemos juntos	Sérgio Machado	73	295.170,00	24.968
2015	Vai que Cola - O Filme	Cesar Eduardo Rodrigues	651	41.803.908,21	3.307.837
2016	Apaixonados - O filme	Paulo Fontenelle	128	338.752,20	26.445
2016	Aquarius	Kleber Mendonça Filho	110	5.251.639,11	354.886
2016	Boi neon	Gabriel Mascaro	37	409.952,22	34.718
2016	Carrossel 2 - O Sumiço de Maria Joaquina	Mauricio Eça	888	28.590.125,61	2.525.328
2016	De Onde Eu Te Vejo	Luiz Villaça	79	501.934,00	32.763
2016	Deixe-me viver	Clovis Vieira	52	723.432,79	53.759
2016	Desculpe o transtorno	Tomas Portella	323	1.935.131,00	153.234

Ano	Título	Diretor	Salas	Renda (R\$)	Público
2016	É fada!	Cris D'Amato	732	21.239.847,49	1.721.914
2016	Elis	Hugo Prata	255	8.126.553,93	536.187
2016	Em Nome da Lei	Sergio Rezende	389	3.196.720,00	226.978
2016	Entre Idas e Vindas	José Eduardo Belmonte	293	1.535.091,72	109.698
2016	Espaço Além - Marina Abramovic e o Brasil	Marco Del Fiol	17	318.116,34	20.147
2016	Galinha Pintadinha Mini na Telona	Marcos Luporini; Juliano Prado	172	358.359,07	24.832
2016	Mãe só há uma	Anna Muylaert	51	433.230,08	33.276
2016	Mais Forte que o Mundo - A História de José Aldo	Afonso Poyart	403	7.793.731,83	565.916
2016	Meu Amigo Hindu	Hector Babenco	44	377.955,30	24.044
2016	Minha mãe é uma peça 2	César Rodrigues	1.055	50.967.946,90	4.020.898
2016	Muleque Té Doido 2: A Lenda de Dom Sebastião	Erlanes Duarte	17	893.822,57	69.753
2016	Nise - O Coração da Loucura	Roberto Berliner	61	2.224.945,74	153.995
2016	Nos Passos do Mestre	André Marouço	8	349.446,88	26.509
2016	O Começo da Vida	Estela Renner	23	234.170,91	35.194
2016	O Escaravelho do Diabo	Carlo Milani	363	1.024.437,54	82.634
2016	O Filho Eterno	Paulo Machline	60	342.701,76	21.423
2016	O Roubo da Taça	Caito Ortiz	192	397.360,64	30.209
2016	O Shaolin do Sertão	Halder Gomes	29	7.973.865,72	610.730
2016	O Último Virgem	Rilson Baco; Felipe Bretas	340	1.587.433,36	126.841
2016	O Vendedor de Sonhos	Jayme Monjardim	418	8.698.748,00	640.175
2016	Os Dez Mandamentos - O Filme	Alexandre Avancini	1.127	116.833.026,88	11.305.479

Ano	Título	Diretor	Salas	Renda (R\$)	Público
2016	Pequeno Segredo	David Schurman	251	2.801.546,60	187.015
2016	Porta dos Fundos - Contrato Vitalício	Ian SBF	515	6.208.337,13	454.569
2016	Reza a Lenda	Homero Olivetto	382	4.979.716,42	377.670
2016	Sob Pressão	Andrucha Waddington	76	542.520,79	39.237
2016	Tamo junto	Matheus Souza	355	1.028.742,48	84.051
2016	Tô ryca!	Pedro Antônio	420	14.835.057,90	1.121.570
2016	Um namorado para minha mulher	Júlia Rezende	428	9.028.755,59	665.999
2016	Um Suburbano Sortudo	Roberto Santucci	472	14.245.429,85	1.070.434
2016	Uma Loucura de Mulher	Marcus Ligocki Júnior	274	1.354.911,48	103.351
2016	Vai que dá certo 2	Maurício Farias	536	12.022.063,96	923.426

Fonte: ANCINE. *Filmes Brasileiros Lançados - 1995 a 2015 e Longas-metragens Brasileiros Lançados Comercialmente em Salas de Exibição em 2016 (Preliminar)*.

Obs: Os títulos em negrito representam as produções para crianças.

Anexo B – Filmes Infantis Brasileiros Lançados entre 2000 e 2016

Filmes Infantis Brasileiros Lançados entre 2000 e 2017					
Ano	Título	Diretor	Salas	Renda (R\$)	Público
2001	Um Anjo Trapalhão	Alexandre Boury e Marcelo Travesso	153	513.632,00	125.913
2001	Tainá - uma Aventura na Amazônia	Tânia Lamarca e Sérgio Bloch	100	3.054.492,00	853.210
2001	Xuxa e os Duendes	Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes	311	11.691.200,00	2.657.091
2001	Grilo Feliz	Walbercy Ribas	29	1.022.404,00	216.611
2001	Os Xeretas	Michael Ruman	Não consta*	Não consta*	Não consta*
2002	Xuxa e os Duendes 2	Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes	303	11.485.979,00	2.301.152
2003	Xuxa Abracadabra	Moacyr Góes	307	11.677.129,00	2.214.481
2003	Didi, o Cupido Trapalhão	Paulo Aragão e Alexandre Boury	147	8.984.535,00	1.758.579
2003	Ilha Rá-Tim-Bum	Eliana Fonseca	157	991.184,00	187.297
2004	Xuxa e o Tesouro da Cidade Perdida	Moacyr Góes	300	7.108.730,00	1.331.652
2004	Didi quer ser criança	Alexandre Boury e Reynaldo Boury	154	5.583.242,00	982.175
2005	Xuxinha e Guto contra os monstros do espaço	Moacyr Góes e Clewerson Saremba	52	4.259.097,00	596.218
2005	Tainá 2 - a Aventura Continua	Mauro Lima	164	4.612.264,00	788.442
2005	Eliana e o Segredo dos Golfinhos	Eliana Fonseca	106	2.022.729,00	330.742
2006	Brichos	Paulo Munhoz	21	38.583,00	7.732
2006	A Ilha do Terrível Rapaterra	Ariane Porto	37	37.729,00	5.240
2006	Xuxa Gêmeas	Jorge Fernando	277	5.802.977,00	1.035.700
2006	O Cavaleiro Didi e a Princesa Lili	Marcus Figueiredo	163	4.672.418,00	742.340
2006	Didi, o Caçador de Tesouros	Marcus Figueiredo	199	6.220.016,00	1.024.732
2007	Os Porrالokinhas	Lui Farias	162	797.934,00	135.015
2007	Xuxa em um Sonho de Menina	Rudi Lagemann	220	2.009.997,00	348.391

Ano	Título	Diretor	Salas	Renda (R\$)	Público
2007	Pequenas Histórias	Helvécio Ratton	36	329.482,00	72.222
2007	Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo	Maurício de Sousa	160	4.010.200,00	545.482
2008	Garoto Cósmico	Alê Abreu	28	179.840,00	36.461
2008	O Guerreiro Didi e a Ninja Lili	Marcus Figueiredo	130	2.996.388,00	647.555
2008	As Aventuras de Gui e Estopa	Mariana Caltabiano	Não consta*	Não consta*	Não consta*
2009	O Grilo Feliz e os Insetos Gigantes	Walbercy Ribas	122	1.952.806,17	370.466
2009	Xuxa em o Mistério de Feiurinha	Tizuka Yamazaki	215	8.484.823,94	1.307.135
2010	Eu e Meu Guarda-Chuva	Toni Vanzolini	75	770.620,00 1	115.466
2011	Uma Professora Muito Maluquinha	André Pinto e Cesar Rodrigues	48	537.596,12	67.904
2011	Brasil Animado 3D	Mariana Caltabiano	188	1.014.270,67	141.733
2012	Peixonauta - Agente Secreto da O.S.T.R.A	Célia Catunda Serra / Kiko Mistrorigo	48	71.933,36	7.412
2012	Brichos II - A floresta é nossa	Paulo Munhoz	26	134.098,41	16.593
2012	Cocoricó conta clássicos	Fernando Márcio Gomes Da Silva	13	34.233,47	2.770
2012	31 minutos – O filme	Pedro Peirano Olate	129	428.958,47	59.052
2013	Tainá - A Origem	Rosane Svartman	195	3.099.476,47	353.690
2013	Minhocas	Paulo Conti e Arthur Nunes	127	1.614.912,00	163.029
2013	Meu pé de laranja-lima	Marcos Bernstein Seixas	101	670.313,05	70.459
2014	O Menino e o Mundo	Alê Abreu	17	340.808,83	34.989
2014	As Aventuras do Avião Vermelho	Frederico Pinto, José Maia	91	222.862,05	521.696
2014	O Segredo dos Diamantes	Helvécio Ratton	19	95.432,86	8.308
2014	O Menino no Espelho	Guilherme Fiúza	13	223.420,21	22.864
2014	Meninos de kichute	Luca Amberg	13	17.950,98	2.005

Ano	Título	Diretor	Salas	Renda (R\$)	Público
2015	Carrossel – O Filme	Alexandre Bourry, Mauricio Eça	616	27.211.883,82	2.536.036
2016	Escaravelho do Diabo	Carlo Milani	363	1.024.437,54	82.634
2016	Carrossel 2 - O Sumiço de Maria Joaquina	Mauricio Eça	888	28.590.125,61	2.525.328
2016	Galinha Pintadinha Mini na Telona	Marcos Luporini; Juliano Prado	172	358.359,07	24.832

Fonte: ANCINE. *Filmes Brasileiros Lançados - 1995 a 2015 e Longas-metragens Brasileiros*

Lançados Comercialmente em Salas de Exibição em 2016 (Preliminar).

* Os dados referentes a esses filmes não foram disponibilizados pela ANCINE