

## ANIMAÇÃO BRASILEIRA: COMPLEXO MERCADO OU MERCADO COMPLEXADO?

Henrique Kopke  
hmkopke@hotmail.com

<http://lattes.cnpq.br/0734905892064560>

### RESUMO

Compreender o perfil do profissional de animação exige uma contextualização do cenário da produção atual e as iniciativas governamentais que favorecem a criação de novos polos de criação de conteúdo audiovisual animado. Identificar os sistemas de produção atuais e apontar as lacunas da industrialização da animação brasileira.

**Palavras-chave:** mercado; animação; animadores; industrialização.

Para entender as funções criativas de um animador dentro da cadeia de produção de um filme e determinar as nuances entre as linhas de produção de animação autoral e operacional, precisamos, antes de tudo, compreender as relações de trabalho em que o animador brasileiro está sujeito. Salvo as dinâmicas de criação de conteúdo autoral, é improvável que exista um sistema completo de produção operacional se não houver um mínimo de demanda industrial. Embora haja exemplos brasileiros de longa-metragem e séries de animação durante a primeira década do século XXI, tais produções habitaram o mercado nacional de forma difusa, aos soluços, com grandes hiatos.

Relegados aos poucos editais de apoio e mecanismos de fomento governamentais como as leis de incentivo à cultura que contemplavam a animação, durante a primeira década dos anos 2000, apenas alguns longas-metragens puderam estabelecer em seu período de produção, oportunidades para animadores e outros profissionais da animação exercitarem suas técnicas em trabalhos operacionais remunerados, com produção criativa em linha de montagem. Tratando-se de produções providas de iniciativas de fomento, poderemos verificar que a primeira década estava dedicada a apoiar os curtas, longas e séries de TV (DocTV) de ficção e documentário, em detrimento aos conteúdos animados.

Neste contexto histórico de pouco investimento estatal na produção de animação, os festivais e mostras de cinema de animação ganharam destaque ao promoverem iniciativas de inserção do animador no mercado de trabalho através dos prêmios que

estimulam a produção nacional, como por exemplo, o Prêmio Aquisição Canal Brasil presente durante o período de 2007 a 2013, no Festival Internacional de Animação do Brasil – ANIMA MUNDI, em que era oferecido um prêmio de quinze mil reais para o realizador, além de assegurar a exibição no canal da TV Paga. Estas iniciativas são garantias eficazes para difusão e consolidação do trabalho do animador autor. Conforme apontou Ale Machado, animador e ex-presidente da Associação Brasileira de Animação durante debate em mesa-redonda “negócios em animação” no I Anima Forum, em 2007:

Temos um grande problema no Brasil com relação à produção de animações, que é a falta de incentivos, tanto que entre 1917 e 2007 temos apenas 19 produções de longas-metragens. Apesar de em 2006 terem sido feitas 7 dessas 19 animações, não houve incentivos, mesmo com os concursos realizados pela Petrobrás. Já os curtas têm ainda mais problemas, porque atualmente eles não têm comercialização. (RELATÓRIO ANIMA FORUM 2007:6)

Contudo, apesar do progressivo aumento de incentivos à produção, distribuição e exibição da animação brasileira, não é cabível dizer que, mesmo com a produção de longas-metragens e a geração de emprego, o setor da animação brasileira configurava-se como uma indústria, pois o viés da industrialização da animação no Brasil não começaria pelo cinema. Uma mudança estratégica buscando resultados de curto prazo iria direcionar o foco dos investimentos e iniciativas de incentivo para os canais pagos de televisão. Pela ótica do mercado, podemos apontar alguns fatores que favorecem a TV como *media* de fomento após 2011, dentre eles: o fortalecimento da economia nacional frente à crise econômica internacional de 2008 - através da valorização do Real; políticas públicas de acesso aos direitos sociais expandindo consideravelmente a classe média consumidora<sup>1</sup>; medidas de desoneração como redução do imposto sobre produtos industrializados (IPI), e a evolução da tecnologia da telefonia digital e redes de informação, na medida em que

---

<sup>1</sup> A classe média brasileira representa 54% da população nacional. Deste percentual, 65% são formados por moradores das favelas brasileiras. Segundo pesquisa do Instituto Data Favela/Data Popular realizada em 2013, não só os moradores da favela adentraram a classe média, como modificaram consideravelmente o perfil do consumidor brasileiro. Cerca de 53% dos moradores de favelas, possuem conta corrente, poupança e cartão de crédito. A renda anual das favelas é de R\$ 63 bilhões, mais do que a renda anual de países como a Bolívia por exemplo.

as operadoras de telefone passaram a dominar a difusão de conteúdo através da TV Paga.

Após cinco anos de discussão, foi aprovada em agosto e sancionada em setembro de 2011 pelo Congresso Nacional, a Lei da TV Paga nº 12485/2011 que regula “a presença de conteúdo nacional e independente nos canais de TV por assinatura, a diversificação da produção e a articulação das empresas brasileiras que atuam nos vários elos da cadeia produtiva do setor”<sup>2</sup>. Segundo a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), o propósito da Lei, é fortalecer a produção nacional gerando empregos e renda na medida em que garante permanência e visibilidade para o produto audiovisual nacional.

## **AMPLIAI-VOS!**

Mesmo que não seja possível afirmar que exista uma sólida e estruturada indústria, podemos apontar relações e iniciativas que criaram os alicerces e as bases para a fundação e ampliação de um efetivo parque nacional de produção de conteúdo animado brasileiro até a chegada da Lei da TV Paga. O Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira surge em 2008 como uma iniciativa estratégica de desenvolvimento para distinguir dentro do setor audiovisual, as peculiaridades próprias da produção de um conteúdo animado e o sistema de produção *live-action*<sup>3</sup>. Tal conjectura artesanal impõe à animação um tempo maior para sua realização e em determinados casos, o emprego de um número maior de profissionais envolvidos durante as etapas de pré-produção, produção e pós-produção. Não será difícil encontrar filmes de animação cujos orçamentos sejam superiores aos das produções *live-action*. Ainda assim, existe uma crescente demanda por animação. Em um aspecto mais amplo, podemos dizer que a animação está libertando-se da chalaça de produto infantil e galgando espaço em diversos segmentos da sociedade, alcançando, portanto, diferentes públicos-alvo.

---

2 Todas as citações deste tópico estão disponíveis em: <http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/nova-lei-da-tv-paga-estimula-concorr-ncia-e-liberdade-de-escolha> acesso em: 16 de outubro de 2012.

3 No jargão dos profissionais do cinema de animação, todo conteúdo que não possuir animação será *live-action*: curtas e longas de ficção ou documentário, novelas, seriados, etc.

A mudança na percepção do mercado em relação à animação está intimamente ligada às pressões e negociações do setor com as diferentes esferas governamentais (municipal, estadual e federal), principalmente após a abertura de canal de discussão sobre o mercado através do ANIMA FÓRUM/ANIMA MUNDI. Criado em 2007 para atender à insistente vontade dos realizadores de debater estratégias para desenvolver uma produção de animação brasileira independente capaz de concorrer com o produto internacional, o ANIMA FORUM tornou-se referência no que diz respeito à eficácia da negociação entre o setor Estatal e Privado. Conforme os relatórios anuais do evento, podemos verificar que todas as iniciativas governamentais postas em ação desde então, surgiram no ano seguinte às propostas dos realizadores durante o ANIMA FORUM.

O Programa Nacional de Fomento à Animação Brasileira e seus desdobramentos através do Proanimação e AnimaTV, foram germinados nos debates, nas discussões e nas propostas do fórum; estes programas têm como fundamento um investimento de longo prazo, por um período de dez anos, prorrogáveis a mais dez, em que medidas de urgência tornam o setor um ponto estratégico para o desenvolvimento da economia nacional. As medidas englobam a pesquisa, desenvolvimento e infraestrutura; fomento e formação profissional. No caso do edital AnimaTV, 17 projetos de um total de 257 inscritos, receberam incentivo para criar seus pilotos de série de televisão. Ao final, duas séries foram escolhidas para prosseguirem com a produção de uma temporada inteira: *Carrapatos e Catapultas* (2011-13) e *Tromba Trem* (2011-13); porém todos os 17 participantes, ao longo do processo de seleção, receberam auxílio na formatação de projeto de série de animação, criação da “bíblia”<sup>4</sup>, estruturação de cronogramas de produção, dentre outros temas que versam desde a comercialização do produto final à adequação das narrativas para a televisão. A animação brasileira poderia ter se acomodado, tornando-se passiva em relação à produção internacional e gerando emprego e industrialização apenas como força de trabalho de baixo custo, suprindo etapas de produção estrangeiras como mão de obra terceirizada. Mas ao contrário, o Brasil, “por sua vez, começa a se posicionar como *player*, capaz de realizar de maneira

---

4 Documento que reúne as mais importantes informações técnicas e conceituais de uma série, normalmente utilizado como material de referência para criação de apresentações em *pitching*, a fim de vender o projeto.

autossuficiente todas as etapas da cadeia produtiva da animação” (NESTERIUK, 2013:15).

O Copa Studio é uma produtora de animação fundada em 2009 por três animadores brasileiros (Zé Brandão, Felipe Tavares e Rodrigo “Soldado”) que exerceram funções operacionais nos longas-metragens *Xuxinha e Guto Contra os Monstros do Espaço* (85 minutos, 2005) e *Turma da Mônica em Uma Aventura no Tempo*, (80 minutos, 2007). A conquista do AnimaTV projetou consideravelmente o trabalho da produtora que, além da série *Tromba Trem* - no ar desde 2011 - é responsável pela animação da série *Historietas Assombradas para Crianças Malcriadas*, primeiro lugar em audiência no canal *Cartoon Network* e prêmio da melhor programa infantil pela Associação Paulista dos Críticos de Arte (APCA) em 2013. Além de demonstrar a ascensão de um pequeno grupo de animadores ao patamar de administradores de uma produtora que emprega muitos outros profissionais, este fato legitima o trabalho de discussão no ANIMA FORUM e estimula à crença na continuidade de investimentos por parte do governo.

A 2D Lab é a produtora no país que se atentou para o único aspecto do programa Proanimação que não está acompanhando o exponencial crescimento do mercado: a formação profissional. Com a crescente demanda de conteúdo animado, a produtora percebeu que não havia profissionais suficientes no mercado, e mesmo aqueles que possuíam talento, não tinham um método de trabalho ou formação profissional suficiente para comportar um trabalho operacional em linha de montagem. Para isso criaram o Centro de Referência, Iniciação e Aperfeiçoamento em Animação e Artes Aplicadas (CRIA), no qual profissionais interessados em desenvolver suas técnicas em animação têm acesso aos cursos, oficinas e workshops em diferentes áreas que regem a produção de animação. Não obstante, os funcionários da produtora são incentivados a cursarem as disciplinas oferecidas, além do fato de que a produtora promove contratações de profissionais que se revelam talentosos ao longo dos cursos. Apesar da funcionalidade da medida, somente o CRIA não é capaz de proporcionar tantos animadores a fim de suprir as necessidades de mão de obra especializada. Há a necessidade de iniciativas de ordem governamental para que não ocorra um hiato na produção devido à falta de infraestrutura de formação. Se as novas linhas de fomento e o contínuo planejamento para o

desenvolvimento da infraestrutura de produção parecem se encaixar nos moldes sugeridos pelos realizadores brasileiros, a criação de profissionais especializados não está acompanhando o ritmo do mercado.

De certo, o mercado possui uma urgência na capacitação de profissionais para a crescente demanda de conteúdo. Neste caso, apenas a formação de bacharéis não será suficiente, pois há a necessidade de um investimento em capacitação que vai muito além da geração de animadores de cunho mais técnico. Neste quesito o *Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual 2011-2020* é bem específico ao definir como pontos a atingir:

Qualificar e incrementar a formação de profissionais de nível técnico para a atividade audiovisual; ampliar a formação superior de graduação e especialização em audiovisual; capacitar empresas e profissionais para operar no mercado internacional; ampliar o intercâmbio internacional de educação em audiovisual; ampliar o número de teses e dissertações publicadas sobre audiovisual; ampliar a capacitação em dramaturgia e gestão de negócios em audiovisual; ampliar o número de instituições de ensino articuladas com arranjos regionais de produção audiovisual; ampliar a empregabilidade dos profissionais formados em audiovisual; instituir indicador para aferição dos cursos de graduação e pós-graduação em audiovisual (ZILIO, 2013: 10)

Todos os tópicos prevêm uma grande ampliação dos investimentos em capacitação, porém a previsão de conclusão de todos os itens é para 2020. O perigo da subespecialização é iminente, pois devido à facilidade de acesso aos equipamentos digitais de produção, como computadores, *softwares*, câmeras portáteis e mesas digitalizadoras, muitos animadores autodidatas acabam encontrando limitações em sua compreensão do universo da animação que não foi suprida pelos tutoriais do *Youtube* ou pesquisas no sistema de busca *Google*. Até que a situação se normalize e haja formação profissional de qualidade que supra as necessidades do mercado, haverá poucos profissionais atuantes disponíveis. Levando em conta os animadores que trabalham no sistema de produção atual, temos abordado ao longo de todo o texto, relações que envolvem ora a figura de um animador-autor, ora a de um animador-operário. De certo há

de se discernir os aspectos destes profissionais, pois embora sejam um tanto distintos, ambos constituem o mesmo grupo capaz de suprir as demandas do mercado.

## UM CERTO ANIMADOR

Chamamos de animador-autor aquele profissional que não se define por termos técnicos, mas pela possibilidade de desenvolvimento de estilo próprio ou de atuação na gestão uma produtora. Animadores-autores em si, diferem de outros autores, pois muitas vezes as personalidades por trás das animações preferem o anonimato aos holofotes.

A lentidão do trabalho de concepção e de realização, consequência do fabrico tradicional (inclusive, muitas vezes, no digital), é importante para compreender a psicologia dos animadores. São muitas mulheres e homens pouco conhecidos, sem dúvida pela própria invisibilidade do processo de produção na animação, resguardado pelas paredes de um estúdio no caso de uma grande produção, ou então em casa, se forem autores a produzir sozinhos. Por causa disso, os animadores-autores costumam ser mais “apagados” do que a maioria dos cineastas que trabalham em rodagens, no universo bem conhecido e hipermediatizado do “cinema”. Os maiores animadores-autores são aliás conhecidos pela sua recusa do estatuto de “artista”, preferindo destacar a sua obra do que o seu ego, à imagem de Paul Grimault, Norman McLaren, Hayo Miyazaki, René Laloux, Tex Avery, etc. (DENIS, 2007:21).

Mesmo um filme de animação possui tantos profissionais em sua cadeia produtiva que, salvo os casos onde se realiza um filme inteiramente sozinho, a noção de autoria torna-se um tanto confusa. Como os animadores-autores executam, tanto seus trabalhos pessoais como os trabalhos em que são contratados para comandarem animações de terceiros, optamos por definir o animador-autor, aquele profissional cujo trabalho pode ser reconhecido imediatamente, seja pela técnica empregada, pela forma narrativa ou estilo estético.

Em contrapartida, empregamos o conceito de animador-operário para definir aquele profissional que exerce um processo operacional dentro da cadeia de produção de uma animação. O animador-operário realiza tarefas programadas, e seu processo criativo é empregado diretamente na execução da animação. De certa forma, sua criatividade encontrará limites quando houver confronto entre o desejo pessoal e as diretrizes

estabelecidas pelo sistema de produção. Porém, há no animador-operário qualidades que o torna objeto de desejo e por vezes, disputa entre produtoras e empresas criadoras de conteúdo animado. A versatilidade do emprego de técnicas destaca este profissional pela capacidade de executar diversos tipos de trabalhos com estilos diferentes. Outro ponto é a capacidade de reprodução estética, já que para um mesmo desenho dezenas ou centenas de animadores precisam desenvolver o mesmo traço ou pintar os quadros da mesma forma para que não haja descontinuidade estética ou que se afastem da linha definida pela direção e arte.

Em ambos os casos, estes animadores preenchem as lacunas do mercado brasileiro como trabalhadores informais; dificilmente encontraremos na conjectura atual, animadores trabalhando em empregos formais, com todas as garantias trabalhistas asseguradas, tais como férias, décimo terceiro, licença-maternidade, aposentadoria por idade ou invalidez, seguro desemprego, etc. O padrão adotado pelo setor audiovisual é a liquefação das relações trabalhistas gerando emprego através de contratos de prestação de serviço. O animador, seja ele autoral ou operário, para conseguir um emprego no mercado de trabalho precisa tornar-se uma pessoa jurídica e então estabelecer uma relação comercial sem vínculos empregatícios que podem ser suspensa ou não, conforme definida pelos devidos contratos.

O “custo Brasil” é o jargão comumente utilizado para abordar impacto da carga de impostos no emprego de mão de obra e/ou aquisição de equipamentos. A carga tributária que incide sobre o empregador, praticamente impossibilita a criação de novas vagas de trabalho formais, pois as empresas não possuiriam fluxo de caixa para conseguir manter o emprego de muitos profissionais altamente especializados e que possuem um alto valor de mão de obra. A burocracia nos trâmites para a regulamentação da profissão de animador pelo Ministério do Trabalho e a adequação da carreira na aprovação do registro no sistema MEI (Micro Empreendedor Individual), não oferece oportunidades de inserção do animador brasileiro, que por muitas vezes, para conseguir um emprego atua em contravenção, na clandestinidade ou ainda realiza a compra de nota fria de outras empresas para receber seu pró-labore.

Ao mesmo tempo, o acesso aos equipamentos de ponta dificulta o trabalho dos animadores brasileiros. Pela falta de uma indústria nacional de produtos eletrônicos estratégicos para o setor, há a necessidade de importação de equipamentos, gerando assim um aumento considerável no investimento necessário para se realizar uma obra animada. O preço de uma *Cintiq*<sup>5</sup> em 2013 era de dois mil dólares, ou doze mil reais nas lojas brasileiras. Se projetarmos os gastos de uma empresa que mantém 60 funcionários trabalhando formalmente e necessita ampliar sua infraestrutura de equipamento e mão de obra, teremos custos de investimento superiores aos custos de produção de conteúdo animado; neste caso, inviabilizaria totalmente a estrutura criada pelas iniciativas governamentais e privada para o fomento do setor.

Uma política de incentivo à cultura e produção de audiovisual, seja ele animação ou não, necessitaria de uma revisão em sua carga tributária para que haja possibilidade de criação de uma área de respiro, capaz de diminuir o peso do “custo-Brasil” na cadeia produtiva nacional. A redução de impostos de artigos de primeira necessidade, como compra de material específico, além da desoneração dos impostos que incidem sobre a contratação de mão de obra, estariam mais bem encaixados e serviriam como um incentivo eficaz à produção nacional do que prover isenção de impostos às empresas que “patrocinam” a cultura brasileira. No caso do cinema, o investimento com perspectiva de retorno está ligado a uma questão de publicidade perpétua, uma vez que a logomarca torna-se parte integrante da obra (geralmente exposta ao público antes mesmo dele ter do acesso ao conteúdo em si). Dificilmente aceitaríamos a ideia de contemplar um quadro renascentista repleto de logomarcas, pois estariam ali, signos e formas que não possuem relação com a obra, a não ser por questões puramente comerciais. Esta relação de interesse econômico e a escolha por parte das empresas em definir qual animação patrocinar, sempre cerceou o trabalho dos animadores-autores que necessitavam da plataforma dos editais de fomento e leis de incentivo para realizar suas obras. Não raro é o condicionamento da narrativa para atender os interesses do patrocinador, e neste caso, a relação de autoria novamente é posta em xeque, pois não se trata de impedimentos em

---

5 *Cintiq* é uma marca de tela digitalizadora da empresa Wacom, onde o animador desenha diretamente no monitor disposto como uma prancheta, através de uma caneta sensível ao toque.

escala produtiva, mas sim controle sobre a criação do conteúdo para que a arte sirva apenas como instrumento publicitário.

O cenário atual propicia uma abertura de mercado que vai além do controle empresarial como vêm acontecendo com o caso dos editais e leis de incentivo. Como afirmamos anteriormente, a Lei da TV Paga possui a latente propensão de aumentar a demanda por conteúdo animado, assegurando a produção nacional e eximindo o medo dos animadores-operários da instabilidade de emprego. Em um passado bem próximo, a criação de possibilidade de trabalho para animadores-operários era vista com alegria e ao mesmo tempo com pesar, pois não raro, as empresas eram obrigadas a romper os contratos de seus animadores após o término de cada projeto. Neste caso, essa instabilidade de emprego prejudica o trabalho tanto do animador como de possíveis continuidades de projeto por parte da empresa. Com os grandes hiatos entre as produções e a dissolução das equipes, uma produtora que realizou a primeira temporada de sua série em 2011 terá muita dificuldade em utilizar a mesma equipe no ano de 2014, pois muitos animadores-operários poderão estar realocados em outras empresas. Dificulta-se assim, o estabelecimento de um *know-how* dos animadores-operários, que a cada produção, podem ter que reaprender ou reestruturar sua forma de produção conforme a linha de cada empresa.

Existem problemas que não são recentes nas relações mercadológicas que envolvem a produção de conteúdo animado. O mercado nacional que, por anos admitiu uma subserviência às produções *live-action* está resolvendo seu “complexo de inferioridade” conquistando respeito. Porém, ainda existe muita complexidade nas tramitações do mercado que demandará intenso debate, crítica e reformulação para que um dia, com sorriso estampado no rosto, todo animador brasileiro, seja ele autor ou operário possa proclamar que enfim, temos uma indústria do cinema de animação forte e sustentável.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DENIS, Sébastien. **O cinema de animação**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2010.

NETERIUK. Sérgio. **Longas e séries de animação no Brasil vivem seu momento mais expressivo**. Filme Cultura: Brasília v. 1 n. 60 jul. – set. 2013.

RELATÓRIO ANIMA FORUM 2007. In: **Panorama Atual do Mercado Brasileiro de Animação**. São Paulo, 2007. Disponível em: <http://www.animamundi.com.br/pt/forum/edicoes-anteriores/relatorio-2007:549.html> acesso em: 08/09/2013

SANTOS, Bernardo. **Mapa dos Cursos de Cinema do Brasil**. Pesquisa (Graduação) – Universidade Federal Fluminense. Disponível em <http://forcine.org.br/site/wp-content/uploads/2012/05/FORCINE-final322.pdf> acesso em 10/12/2013.

ZILIO, Paulo Ricardo. **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: Agencia Nacional do Cinema, 2013.

## **SOBRE O AUTOR:**

Graduado em Artes Visuais com habilitação em Cinema de Animação pela Escola de Belas-Artes da UFMG (2004). Animador atuante no mercado desde 2005 participou da minissérie Hoje é Dia de Maria (2005), ministrou cursos de animação em 30 cidades, promovidos pelo Serviço Social do Comércio (SESC) de 2007 a 2011. Vencedor do Prêmio de Melhor Filme do ano de 2008 no FESTIVAL DO MINUTO (2009). Vencedor do Prêmio de Melhor Animação Web pelo Júri Popular no 18º Festival Internacional de Animação do Brasil – ANIMA MUNDI (2010). Mestrando em Cinema e Audiovisual pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora/MG com bolsa CAPES por Estágio Docência (2013-2015).