

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM CINEMA E AUDIOVISUAL**

JOÃO ALVES NETO

Séries animadas no cenário audiovisual brasileiro:
uma análise sobre a viabilidade e obstáculos de sua realização

Juiz de Fora (MG)

2019

JOÃO ALVES NETO

Séries animadas no cenário audiovisual brasileiro:
uma análise sobre a viabilidade e obstáculos de sua realização

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
como requisito para a obtenção do título de
Bacharel em Cinema e Audiovisual.

Orientador: Prof. Luis Antonio Dourado Junior.

Juiz de Fora (MG)

2019

**ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DO BACHARELADO
EM CINEMA E AUDIOVISUAL**

Aos 29 dias do mês de novembro do ano de 2019 às 09h:00 horas, nas dependências do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora, ocorreu a Defesa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), requisito da disciplina ART314 - TCC, apresentada pelo(a) aluno (a) **JOÃO ALVES NETO** matrícula **201466281B** tendo como título “**Séries animadas no cenário audiovisual brasileiro: uma análise sobre a viabilidade e obstáculos de sua realização**”.

Constituíram a banca examinadora os professores : Luis Antonio Dourado Junior, UFJF - orientador, Christian Hugo Pelegrini, UFJF, examinador e Luis Alberto Rocha Melo, UFJF, examinador.

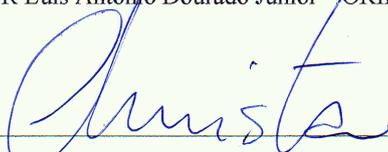
Após a apresentação e as observações dos membros da banca avaliadora, definiu-se que o trabalho foi considerado

APROVADO () REPROVADO.

Eu, **Luis Antonio Dourado Junior**, Professor(a) – Orientador(a), lavrei a presente ata que segue assinada por mim e pelos demais membros da Banca Examinadora, comprometendo-me em informar a nota do aluno no SIGA UFJF o mais breve possível.



PROFESSOR Luis Antonio Dourado Junior – ORIENTADOR(A)



PROFESSOR Christian Hugo Pelegrini – EXAMINADOR(A)



PROFESSOR Luis Alberto Rocha Melo – EXAMINADOR(A)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a toda minha família, seja de sangue ou que conheci pelo caminho. Sem vocês não teria chegado aqui, mesmo que tenha sido cambaleando na maior parte do tempo. Obrigado de coração.

Um agradecimento especial a Thiago Maciel Alves, Vanessa Rodrigues e Paulo José de Matos. Obrigado por vocês terem cedido parte de seu tempo para ajudar esse parente de vocês que há muito não dorme direito.

Também agradeço a toda instituição da Universidade Federal de Juiz de Fora e principalmente seus docentes que tive a oportunidade de dividir espaço em salas de aulas. Obrigado por todo tempo de ensino e dedicação disponibilizado.

Agradecimentos atrasados mais não menos importante aos professores Luís Alberto Rocha Melo e Christian Hugo Pelegrini por fazerem parte da minha banca e ao professor Luís Antônio Dourado Junior pela orientação nesse trabalho de fechamento de ciclo. Muito obrigado a todos vocês.

RESUMO

A indústria de animação nacional voltada para a produção de curtas, longas-metragens e séries vem crescendo com o passar dos anos, mostrando-se como uma alternativa consideravelmente viável de investimento do setor, tanto nacional quanto internacional. No entanto, ainda nos encontramos em um campo pouco estruturado e sem a capacidade de se autogerir, devido, em grande parte, pela nossa iniciação tardia no setor da animação. Entre outros desdobramentos, este trabalho tem como intuito analisar um recorte desse setor, voltando o foco da pesquisa para a produção de séries animadas nacionais, a partir de uma análise comparativa de duas produções do mesmo período: “Irmão do Jorel” e “Show da Luna”, ambas com estreia no ano de 2014.

Para proporcionar a compreensão analítica do comparativo proposto, será utilizado como base referencial um levantamento expositivo da indústria de animação nacional voltada para o setor abordado postulando relações entre o início da indústria de animação de séries tanto nacionais quanto internacionais. O funcionamento do setor no cenário atual, a influência das tecnologias na linha de produção, o custo referente à mão de obra, as etapas da produção, a viabilidade comercial, as formas de subsídios que mantêm a indústria em atividade, públicos-alvo, a extensão de exibição e lucratividade.

Palavras-chave: Animação, Produção, Viabilidade

ABSTRACT

The national animation industry focused on the production of shorts, feature films and series has been growing over the years, appearing as an incredibly viable alternative investment of the sector, both national and international. However, we are still in a poorly structured field unable to self-manage, mostly caused by our late initiation into the animation industry. Among other developments, this paper aims to analyse part of this sector, focusing on the production of national animated series, basing on a comparative analysis of two productions from the same period: “Irmão do Jorel” and “Show da Luna”, both featured on 2014.

To provide an analytical understanding of the proposed comparative, an expository survey of the national animation industry will be used as a reference base postulating relation between the beginning of the national and international animated series industry. The operation of this animation field at current time, the influence of new technologies on the production line, the cost related to labour, the stages of production, commercial feasibility, the forms of subsidies that keep the industry going on, target audiences, featuring extent and profitability.

Keyword: Animation, Production, Feasibility

Lista de séries e outras obras animadas.

Carrapatos e Catapultas. Criado por Almir Correia, estúdio Zoom Elefante, 2010.

Cupcake & Dino: Serviços Gerais. Criado por Pedro Eboli, estúdio Birdo Studio, 2018, Netflix.

Fudêncio e seus Amigos. Criado por Thiago Martins, Pavão e Flávia Boggio, 2005, exibida pela MTV Brasil.

Os Flintstones. Estúdio Hanna-Barbera, 1960.

Peixonauta. Criado por Célia Catunda e Kiko Mistrorigo, estúdio TV PinGuim, 2008.

Scooby-Doo, where are you!. Estúdio Hanna-Barbera, 1969.

Super Drags. Criada por Anderson Mahanski, Fernando Mendonça e Paulo Lescaut, Estúdio Combo Estúdio, 2018, Netflix.

The Ruff and Reddy Show. Estúdio Hanna-Barbera, 1957.

O Natal da Turma da Mônica. Criada por Maurício de Sousa, 1976.

The Huckleberry Hound Show. Estúdio Hanna-Barbera, 1958.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO 1: O INÍCIO DA INDÚSTRIA DE SÉRIES ANIMADAS	11
1.1. - Produção nacional de séries animadas a partir dos anos 2000	11
1.2. - O preço médio da animação no Brasil.....	13
1.3. - Evoluções tecnológicas da indústria	14
CAPÍTULO 2: ETAPAS DO PRODUTO AUDIOVISUAL ANIMADO.....	16
2.1. - Pré-produção.....	16
2.2. - Roteiro	16
2.3. - Storyboard.....	17
2.4. - Produção.....	18
2.5. - Gravação de voz das vozes originais.....	18
2.6. - Animatic	19
2.7. - Design e sincronia.....	19
2.8. - Layout.....	20
2.9. - Cenários.....	20
2.10. - Animação.....	21
2.11. - Colorização.....	23
2.12. - Pós-produção: montagem e edição	23
CAPÍTULO 3: A VIABILIDADE DA PRODUÇÃO DE SÉRIES NACIONAIS	24
3.1. – Financiamento	25
3.2. - O público-alvo, suas preferências e mudanças com o passar dos anos	26
3.3. - Exibição	26
3.4. - Valores de retorno na animação	27
3.5. - Comparativo entre séries animadas brasileiras	29
3.5.1 - O show da Luna.....	29
3.5.2. - Irmão do Jorel	30
3.6. - Captação de recursos	31
3.7. - Roteiro das séries	32

3.8. - Design e escolhas visuais	33
3.9. - Distribuição em mídias de TV e Internet.....	34
CONCLUSÃO.....	35

INTRODUÇÃO

Muito devido aos anos de resignação que o setor de produção nacional de animação passou até a chegada dos anos 2000, nossa visibilidade em cenário interno e externo não se desenvolveu em conjunto com o crescimento do mercado de animação mundial. Assim, produções de animação estrangeira ocuparam os espaços destinados a produção nacional.

A importação de animações no meio televisivo brasileiro, acarretou um sucateamento da nossa indústria nacional de produção animada, devido a competição desleal contra a produto estrangeiro, economicamente mais viável na visão dos exibidores tanto dos setores da TV aberta quanto fechada.

Apresentado de forma comparativa, cinco mil dólares já são o suficiente para adquirir os direitos de exibição de 30 minutos de produto animado estrangeiro, contrastando com o valor necessário para se produzir a mesma quantidade no Brasil: cerca de R\$ 100.000,00 dólares referentes a dados apresentados pela UNIVESP (2012). No entanto, mesmo se desenvolvendo tardiamente e sobre forte pressão externa, a produção nacional demonstra extremo potencial para se firmar como um grande expoente no mercado, indo além de ser apenas um fornecedor de mão de obra. Porém deve ser ressaltado que esse rápido crescimento vem carregado de estigmas e maneirismos na concepção do produto final, influenciando principalmente questões relacionadas a estética, algo bem mais evidente no comparativo de produções audiovisuais no formato de séries animadas.

Este trabalho tem como intuito fazer uma análise comparativa de dois estudos de caso de séries animadas da produção nacional, através do levantamento e coleta de dados relacionados ao funcionamento da indústria nacional. Fazendo correlações sobre o valor de custo de produção, a viabilidade comercial da produção, os públicos alvos, e os meios de exibição e as estratégias encontradas pela produção nacional para viabilizar as produções nacionais.

Para tal, foi reunido uma ampla gama de material analítico e expositivo da produção nacional animada, com ênfase na produção das séries de animação e seus desdobramentos após a conclusão do produto animado, compilados em três capítulos que tem como função respectivamente a apresentação do mercado de animação como um todo dando foco no Brasil, a apresentação das etapas de produção em animação e suas diferenças com outros produtos

audiovisuais, e o fechamento com os estudos de caso e as conclusões adquiridas com o levantamento de dados dessas produções.

CAPÍTULO 1: O INÍCIO DA INDÚSTRIA DE SÉRIES ANIMADAS

Com o passar dos anos, as produções animadas tiveram um aumento de visibilidade no meio cinematográfico. Porém, mesmo com o sucesso nesse meio, as produções animadas originais estavam longe de encontrar espaço no meio televisivo. Por ter um tempo mais longo de produção, além do alto custo, o mercado televisivo ainda emergente afastou suas pretensões de investimentos na produção de séries animadas próprias, limitando a exibição de animação a curtas animados feitos para o cinema. Em 1957, o estúdio Hanna-Barbera lança a série “The Ruff and Reddy Show”, sendo criada com o uso de animação limitada para viabilizar a produção para o mercado televisivo, num modelo que posteriormente seria uma das marcas estilísticas do estúdio (MALTIN, 1987 p.344). Animação limitada consiste numa técnica onde os quadros do produto animado não são redesenhados inteiramente, se utilizando de partes comuns entre os quadros para compor a animação, permitindo assim uma maior velocidade na produção e economia de custos, muito usada em produções de demanda televisiva.

1.1. - Produção nacional de séries animadas a partir dos anos 2000

Ao analisarmos o conteúdo audiovisual proveniente de séries de animação das duas primeiras décadas do século XXI, não apenas restringimos nosso foco a um percentual da produção nacional do setor de séries de animação, mas abrangemos todo catálogo de séries animadas produzido no país, levando em consideração que o único exemplo de “série animada” anterior a essa data foi “Turma da Mônica”. Desenvolvida originalmente como um longa-metragem para a exibição em cinema, esta primeira produção do estúdio de Maurício de Souza foi posteriormente reeditada para outros meios de comunicação, como a televisão aberta, assim não sendo classificada como uma produção no modelo de série original para o meio televisivo.

O surgimento da produção nacional voltada para o setor de séries apenas se deu a partir de meados da década passada, tendo como primeiro expoente a série “princesas do mar”, de

Fábio Yabu, tendo seu início de produção no ano de 2005 e sua exibição em 2008, que implementou a tendência do modelo a base de coproduções com estúdios estrangeiros (zero hora, 2008) — como o caso da série “Peixonauta” criado por Célia Catunda e Kiko Mistrorigo em 2008, do estúdio TV PinGuim, que fez parceria com os estúdios Tooncan, Yoopa!, Piwi + e PBS Kids Sprout Originals para viabilizar a produção da série animada (WORTMANN; RIPOLL e POSSAMAI, 2012).

Observando outro panorama voltado para a produção de filmes de animação, também percebemos, segundo os dados Bolshaw (2019), que a produção nacional começa a transformar e a se desenvolver, fato evidenciado pelo número de filmes de animação, que cresceu de 216, durante a década de 1990 inteira, para 373, durante os quatro primeiros anos após o milênio.

A partir desse primeiro momento, os canais fechados voltados para o público infantil observaram a possível viabilidade do investimento no produto nacional, expandindo, assim, o terreno para a criação de novas produções. Quase uma década após esse início — com a regulamentação das leis de fomento da produção interna, além dos incentivos fiscais lançados pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e, até o momento, a última lei a ser sancionada com o intuito de proteger a produção nacional, conhecida como “Lei da TV Paga” (Lei 12.485/2011) —, nosso cenário, até então embrionário, desenvolveu-se, colocando o Brasil em evidência no mercado mundial de produções animadas.

A busca por conteúdo animado e infantil para canais voltados exclusivamente para esse tipo de público também foi uma das grandes responsáveis para o aumento do número de produções nacionais de séries a partir de 2011. Durante esse novo período de adaptação das televisões fechadas, o número de animações nacionais no formato de séries para TV apresentou um aumento expressivo nos últimos 10 anos, passando de duas para 44 séries até 2018 (DOMINGO, 2018). No entanto, apesar desse cenário crescente, devemos observar que a demanda da produção nacional ainda não apresenta capacidade de ser autossustentável, necessitando de capital governamental e isenções de imposto para viabilizar a produção.

Pegando esse recorte no setor que mais tarde seria apelidado de “boom da animação”, o cenário de séries animadas brasileiras desenvolveu-se em ritmo constante — muito embora, em comparativos gerais com outros países produtores de animação, ainda tenha uma produção escassa.

Dados apresentados pela UNIVESP (2012) em matéria por volta dos 5 minutos de vídeo, apontavam que em 2012 o Brasil tinha uma produção média de 90 horas de animação por ano, incluindo toda a produção, como séries, curtas-metragens e longas-metragens. Embora seja um

número relativamente expressivo, ele é bem inferior se comparado a países como França, com 260 horas de produção anual, ou o Canadá, com 380 horas anuais.

1.2. - O preço médio da animação no Brasil

A partir da virada do milênio — com o barateamento das tecnologias de animação e a mudança estrutural da indústria, que atualizou os processos de animação tornando o uso de acetato um componente opcional, entre outros processos analógicos —, o custo da produção foi reduzido drasticamente, além de serem otimizados vários fatores relacionados à finalização do projeto. No entanto, esse processo tinha outro fator fundamental para a sua realização: o elemento humano.

O modelo da mão de obra se dá como um fator determinante na escolha da técnica empregada em uma produção, sendo que existe uma correlação direta entre a quantidade e a qualidade dos profissionais envolvidos na etapa da animação, o tempo de produção e o valor de custo do projeto. Assim, produzir uma obra na qual os profissionais especializados em determinado tipo de técnica são abundantes, possibilita um aumento da velocidade de produção, além de reduzir seus custos.

Pegando como exemplo os dados levantados por Fariah (2015, p.117) sobre a razão de animadores no Brasil que trabalham com determinadas técnicas, o número atual de animadores se concentra, principalmente, no uso de técnicas de animação 3D e digital 2D (jamais desconsiderando a proficiência de duas ou mais técnicas diferentes por animador), sendo que essas técnicas têm como principal fator atrativo de mercado a velocidade com a qual as animações podem ser produzidas. O preço da produção relacionado ao valor do minuto animado apresenta uma variação entre R\$ 2.000,00 a R\$ 150.000,00 (Ibid 2015, p.150). Compreendendo que essa diferença de preço mesmo dentro da mesma técnica se deve a uma grande quantidade de fatores no desenvolvimento da produção: criação do roteiro, captação, escolha das vozes originais e processos de finalização da pós-produção.

Além disso, a animação digital 2D ocupa a porcentagem mais significativa na produção de séries. Cerca de 32% dos animadores especializados na técnica do digital 2D produzem séries animadas. Eles representam, em média, 70% de todos os animadores que trabalham em séries animadas (Ibid 2015, p.157).

1.3. - Evoluções tecnológicas da indústria

Em seus primórdios, a produção animada dependia de processos rudimentares no quesito de otimização dos recursos. Devido às tecnologias na área serem ainda limitadas, era basicamente obrigatório desenhar inteiramente todo quadro presente na cena da movimentação do personagem até o próprio cenário.

Essas dificuldades foram minimizadas graças à implementação do celuloide transparente, que foi substituído mais tarde pelo acetato, processo patenteado por Earl Hurd, em 1914. O acetato tinha como principal uso em produções de animação a materialidade na confecção de folhas translúcidas e transparentes utilizadas como telas para produzir os traçados dos desenhos, que por sua vez eram sobrepostos em um plano de fundo pré-desenhado, permitindo assim que a produção trabalhasse os personagens independentes dos cenários, o que acarretava um maior nível de atenção e detalhamento para ambos, além de um menor tempo de produção. No entanto, mesmo com sua otimização, o tempo de produção ainda elevado e inviabilizava produções animadas originais para os padrões televisivos (MALTIN, 1987, p.19).

Na segunda metade do século XX, o estúdio Hanna-Barbera, que contava com animadores com grande experiência no meio cinematográfico de animação, estabeleceu-se como pioneiro da produção em massa para o mercado televisivo, muito graças às estratégias encontradas para viabilizar a produção nesse meio pouco acolhedor em relação à forma de produção cinematográfica (Venancio, 2011, p.1).

A maior parte do meio televisivo tem necessidade semanal de material novo de exibição, o que implica um menor tempo de produção para seus programas. Essa característica se deve ao fato de a televisão ser um meio gratuito e não público, sendo basicamente financiado por patrocínio, o que implica uma série de cobranças sobre a veiculação do conteúdo. Outra diferença que a TV apresentava em relação ao cinema era o financiamento das produções, já que o orçamento de produção televisivo não representava nem metade do montante médio de uma produção cinematográfica. A alternativa encontrada para amenizar essas discrepâncias entre os dois meios foi a implementação do uso de “animação limitada” — conceito idealizado e posto em prática pelos criadores do estúdio Hanna-Barbera, William Hanna e Joseph Barbera

—, que possibilitou uma redução de custos e de tempo de produção, devido à diminuição da complexidade do design de personagens e cenários, além do número de desenhos necessários para se produzir uma animação (DIDOX, 2016).

A animação limitada foi amplamente utilizada na produção de séries do período e consiste na prática de isolar a movimentação em cena, separando o objeto animado do resto do quadro — por exemplo, em cenas nas quais a boca do personagem se movimenta enquanto tudo ao seu redor permanece estático, inclusive o resto de seu corpo. Sendo assim, não há animação das movimentações secundárias correspondentes à cena.

Séries clássicas do estúdio Hanna-Barbera, como “Zé Colméia”, de 1958, “Os Flintstones”, de 1960, e “Scooby-Doo”, de 1969, foram concebidas com o uso recorrente da técnica de animação limitada. Essa técnica é empregada até hoje pela indústria de animação japonesa de forma mista, sendo utilizada como recurso para otimizar a produção das cenas menos emblemáticas das obras.

Com o avanço dos anos, as evoluções tecnológicas modificarão ainda mais as etapas de produção da animação. Assim, ampliando seus conceitos, elas abrangerão novos processos nas linhas de criação, passando de um processo todo feito à mão para um processo otimizado pelo meio digital com a implementação do uso de computadores para finalização da arte, pintura, além da possibilidade de se usar os movimentos de *zoom* sem o processo análogo de reposicionamento de câmera.

CAPÍTULO 2: ETAPAS DO PRODUTO AUDIOVISUAL ANIMADO

2.1. - Pré-produção

A pré-produção se vincula ao planejamento e gerenciamento das diferentes equipes que trabalham na obra, além de desenvolver outras etapas da produção, como a criação do roteiro a partir do argumento original, o planejamento das ações visando à produção futura de um *storyboard* e o desenvolvimento dos primeiros rascunhos do design de arte que futuramente será aprimorado para a formação do produto final.

Como parte fundamental para a criação de uma animação que planeja otimizar as etapas, qualquer negligência na pré-produção pode acarretar gravíssimos problemas nas etapas futuras, além de aumentar o tempo gasto na produção e seus custos.

2.2. - Roteiro

A escrita do roteiro de animação, bem como a de qualquer outra produção audiovisual, é a etapa na qual as funções narrativas dos personagens e o desenvolvimento da história são elaboradas. Por se tratar de um meio com várias licenças de criação, traduzidas na capacidade ilimitada que a animação tem de elaborar mundos imaginativos, ter um maior foco nas descrições dos eventos e um maior controle sobre o direcionamento da história é algo necessário tanto para compreender a produção como coesa em tom quanto para averiguar questões ligadas ao custo de desenvolvimento.

Fazendo um paralelo com roteiros de outras vertentes do audiovisual, o roteiro de animação, na maioria das vezes, é diferente por apresentar um maior cuidado com o escopo do universo visual e dramático estabelecido, levando em consideração a mentalidade de que o meio animado não permite gravações de tomadas extras dos quais um produto audiovisual de vídeo pode usufruir. A falha numa obra animada é muito menos passível de correção ou mudanças durante o correr da produção, sendo que a proporção de conteúdo criado (o bruto do filme), na maioria das vezes é igual a quantidade de material do produto final.

Adentrando sobre a narrativa, que em si já é um dos principais meios de se cativar o espectador nas obras audiovisuais, uma animação de alta qualidade técnica e com design chamativo nem sempre obtém bons resultados de público e crítica. O apelo com os espectadores deve ser estabelecido para que a obra ultrapasse as barreiras da técnica e atue no campo da emoção, criando, assim, um vínculo com sua audiência. Exemplos de animações de alta qualidade que acabaram caindo no ostracismo não são incomuns, como é o caso do filme “Treasure Planet”, do ano de 2002, produzido pela Walt Disney Pictures, que, embora tivesse êxito ao combinar técnicas de animação tradicional e 3D computadorizada, acabou por não ter grande aceitação do público devido ao seu desenvolvimento narrativo e falta de carisma dos personagens (MORIA, 2002).

2.3. - Storyboard

O *storyboard* é uma sequência visual desenhada que tem como principal função guiar de forma rápida e objetiva o entendimento das equipes que trabalham na produção. Assim sendo, o resultado final da produção está extremamente ligado ao êxito de apresentar as ideias contidas no *storyboard*, já que é a partir dessa exposição que se saberá o que será empreendido no desenvolvimento do projeto. Isso valida o uso indispensável do *storyboard* na animação, o que possibilita um maior controle sobre o resultado final, economizando assim não apenas tempo mas o trabalho exaustivo e demorado dos animadores, ao ponto de deixar cada segundo de animação produzido precioso, sendo extremamente oneroso descartar material animado (LEDIO, 2010).

Grosso modo, o *storyboard* pode ser descrito como uma espécie de história em quadrinhos do produto final, que tem como função demonstrar uma pré-visualização para as equipes do tipo de trabalho que desempenharam, possibilitando, assim, que elas possam visualizar fatores inviáveis no projeto.

2.4. - Produção

A fase da produção se dá como o período no qual todas as etapas práticas da animação são confeccionadas, como a gravação das vozes originais, a finalização dos modelos dos personagens, a confecção dos cenários e a animação em si. É também nesta fase que podem ocorrer as últimas mudanças ou remanejamentos na estrutura da animação sem grandes prejuízos para a obra, devido, em grande parte, ao provável vislumbre do resultado final por meio do “Animatic”.

2.5. - Gravação de voz das vozes originais

O processo de captura das vozes originais não acontece no final da linha de produção sendo diferente de outras vertentes de captura de sons, como no processo de dublagem, amplamente empregado no território brasileiro em produtos audiovisuais importados.

Enquanto na dublagem todas as etapas da produção já se encerraram, obrigando os dubladores a se orientarem pela movimentação preestabelecida dos personagens, as vozes originais fazem parte da etapa inicial na maioria das produções animadas, servindo assim de material criativo e referencial para o processo de animação.

Essa diferença modifica completamente o direcionamento e liberdade que os profissionais responsáveis pelas vozes têm na criação da obra. Isso fica muito bem ilustrado no depoimento que a dubladora Melissa Garcia, que também atua fazendo vozes originais em produções animadas, fez ao site, Jovem Nerd.

Os atores têm total liberdade pra propor o que quiserem em suas performances. Minha sensação como atriz é que me exige mais fisicamente (por mais doido que isso possa parecer), eu saio com o corpo cansado de gravações de voz original, a gente fica propondo coisas diferentes até alguém pedir pra parar! (Duarte, 2019)

2.6. - Animatic

O animatic é a junção de etapas da produção de animação que são sincronizadas pela edição, como as vozes, trilha sonora, *storyboard* e *layout*. É, portanto, um produto audiovisual separado. Por ter como intuito estabelecer uma semelhança com o produto final em tempo e dinâmica, o animatic possibilita uma maior compreensão de qual poderá ser o resultado, o que viabiliza os cortes e correções antes do início do processo de animar, sendo que este é a mais caro e demorado das etapas de produção, diminuindo a chance de a animação precisar ser refeita ou passar por alterações após a conclusão das etapas posteriores da linha de produção.

2.7. - Design e sincronia

Depois de aprovados, o animatic e os *storyboards* são repassados para os responsáveis do departamento de projeto relacionados ao design da obra. Isso com o intuito de que sejam finalizados em desenhos tanto os modelos definitivos dos personagens em uma variedade de expressões e ângulos quanto os objetos não estáticos da obra. Enquanto o projeto está na fase inicial, o diretor de sincronia, que na maioria das vezes também assina como diretor principal, analisa o animatic e estabelece quais poses, desenhos e movimentos serão necessários para compor os quadros. Para registrar este planejamento, uma folha de sincronia é criada, sendo esta uma planilha pela qual se faz uma simulação entre as ações animadas do projeto e as linhas de diálogos e som em uma escala de quadros por segundo, em inglês *frames per second* (FPS).

Após a conclusão da folha de sincronia e dos desenhos de referência de design, ambos são repassados para os animadores como referencial do direcionamento do projeto. Os responsáveis pelo design de cenário também fazem um processo semelhante ao feito pelos designers de personagem, que por sua vez são direcionados a trabalhar as configurações e os locais presentes na animação. No entanto, fica a cargo da direção de arte a determinação dos esquemas de cores e estilos de arte usados na obra.

Também dentro da correlação do designer com a qualidade de animação, deve ser ressaltado que o uso da técnica empregada pode desfavorecer as escolhas do designer. Tomando como exemplo a animação 2D feita quadro a quadro, trabalhar estruturas com designs complexos implica uma maior dificuldade de animar a movimentação mantendo a coerência visual do personagem, ao passo que animar modelos com design mais simples permite aos animadores focar no desenvolvimento da movimentação do que propriamente na coerência

visual do personagem. No entanto, essa norma não serve necessariamente para as diferentes técnicas de animação: trabalhos feitos com o uso de digital 2D no modelo de *cut out* não têm tanta dificuldade em preservar as características de design mais arrojado, pois a movimentação da animação ocorre por intermédio de estruturas esqueléticas que movimentam as partes (membros) dos personagens separadamente, ao invés de desenhar cada novo frame animado como na animação tradicional (GILBER, 2018).

2.8. - Layout

A etapa de criação do *layout* se dá como o equivalente ao planejamento das tomadas presentes em outras produções audiovisuais. É nessa parte que os ângulos de câmera, o tipo de iluminação, o sombreamento e a paleta de cor são definidos para o uso em cena. É também durante a sua produção que são definidos os principais movimentos e poses que os personagens farão, tendo como indicações desenhos individuais para cada uma dessas ações.

2.9. - Cenários

Os cenários (ou planos de fundo) nas produções 2D, na maioria das vezes, são confeccionados por equipes diferentes das que trabalham ativamente na etapa de animação, já que a produção dos cenários nos dias de hoje é uma etapa separada do processo de animar — embora exista uma relação entre ambas.

Os modelos de cenários finalizados ou não são usados como referencial de espaço para a equipe de animação. É a partir dos planos de fundo que é possível determinar a escala dos personagens em relação ao mundo que nos é apresentado, além de auxiliar na ilusão de perspectiva criada pelo desenho.

2.10. - Animação

A etapa de animação é a mais longa e trabalhosa das fases de confecção de um produto audiovisual animado. Mesmo com inovações tecnológicas como softwares que facilitam a produção e pré-visualização dos movimentos contínuos dos quadros desenhados, o processo de realização depende ativamente do elemento humano.

Embora exista uma grande variação de técnicas para a criação do produto animado, todas elas têm como ponto em comum a síntese de movimento ilusório por meio da sobreposição de imagens a uma determinada taxa de exibição por velocidade. Esse princípio diz respeito primordialmente à velocidade de exibição das imagens na tela e também vem atrelado ao princípio de coerência que diz que os objetos não estáticos precisam ter uma ação, necessitando que eles sejam desenvolvidos numa sequência cadenciada plausível que amenize a mudança dos quadros, fazendo o espectador não estranhar as alterações entre os quadros.

Animações com uma cadência menor de quadros, como 12 ou até menos, conseguem cumprir seus papéis narrativos referentes ao produto animado, como abordado por Fariah (2015, p.11).

Voltando para o contexto geral das produções de séries animadas da atualidade, embora exista uma quantidade razoável de técnicas utilizadas no seus desenvolvimentos, que vão desde o uso da animação em 3D, produzida a princípio totalmente com processos digitais (DEMONTE, 2010), até o uso de técnicas mais analógicas (como o *stop motion*, que viabiliza a produção física tanto dos cenários quanto dos personagens, entre outras, englobando outras hibridizações das técnicas), deve ser destacado que uma vasta gama de outros métodos de animação é deixada de lado por sua inviabilidade comercial, fator principalmente ponderado pelos custos de produção.

Para a produção de obras audiovisuais seriadas, a quantidade massiva de horas a se produzir impõe certos limites aos projetos, principalmente em relação ao orçamento disponível para a produção, o que influencia drasticamente na qualidade visual da animação. Normalmente, produções audiovisuais voltadas para o mercado televisivo, como as séries, além de terem uma carga quantitativa maior do produto final em horas e um orçamento menor em relação a produções voltadas para o cinema. Esta desproporção orçamentária acaba por criar na visão de mercado um efeito preferencial que privilegia o uso de algumas técnicas em detrimento de outras, indo muito além de um mero fator estético na obra, mas sim econômico.

Esse direcionamento sobre qual técnica será utilizada quase sempre está atrelado ao custo da produção, já que técnicas de animação diferentes têm valores de custo diferentes.

Porém, isso não significa que exista uma tabela de preços universal que estipula o valor que cada técnica de animação deve apresentar.

Quando nem a escolha da técnica representa um fator expressivo na redução de custo, os estúdios de animação tendem a encontrar alternativas para atenuar essa dificuldade, permitindo a confecção de suas obras animadas. Tomando como exemplo, podemos destacar a estratégia do uso de animação reduzida para viabilizar a produção, diminuindo de 24 para 12 ou menos o número de quadros de animação por segundo na maior parte do corpo da produção, reduzindo, assim, o trabalho dos animadores e os custos da produção como um todo, (BNDES, 2016).

Outro fator determinante para a realização de uma animação é a influência da localização no valor médio do custo de uma técnica específica, levando em consideração a quantidade de profissionais especializados e o quanto a produção local se especializou nesse campo particular da animação. Mota (2007) comenta a respeito do caso excepcional do Leste Europeu que, embora nos dias de hoje tenha uma grande abertura para o uso de técnicas diferentes de animação, teve durante muito tempo sua produção e seus profissionais voltados apenas para o uso da técnica de *stop motion*. Mesmo com todos os ônus que esse tipo de técnica tem, como a necessidade de espaço físico, o fato da maioria dos profissionais estarem aptos para seu uso e já existir uma estrutura sólida para a produção reduzia em muito os custos do *stop motion* em relação a outros tipos de técnicas utilizadas em produções de animação, que normalmente são mais baratas em outros países, (TRALDI; ZUANON, 2013).

No Brasil, também existe essa tendência no uso específico de uma técnica para a produção de série (Gilber, 2018). Uma tendência muito empregada na indústria nacional é a animação digital 2D em *cut out*, técnica que consiste em criar o movimento animado por meio de modelagens preestabelecidas, na qual o animador divide a estrutura dos personagens em segmentos menores, como as articulações do corpo na base de um esqueleto modelável. A principal vantagem dessa técnica é o fato de não ser necessário desenhar do zero cada novo *frame*, como na animação tradicional, sendo preciso apenas a modificação do desenho por meio das estruturas articuladas do esqueleto do personagem, o que economiza tempo e recursos. Porém, essa técnica de animação também tem suas desvantagens, como as dificuldades em se produzir cenas relacionadas a posições de câmera e enquadramentos fora dos eixos bidimensionais.

2.11. - Colorização

Prioritariamente, a etapa de colorização consiste na inclusão de cor nos quadros da animação. Porém, seu uso não se resume apenas a uma questão estilística do design, ocorrendo de diferentes maneiras e nuances, que vão desde essa compreensão básica até o uso de métodos de pintura que têm a intenção de inserir dimensionalidade na cena a partir do uso de cores e mudanças de tonalidade.

A cor, também, insere correlações com as psiques da cena, enfocando que a paleta de cor pode ditar o ritmo, esteja ele presente nela, seja agressivo ou calmo.

2.12. - Pós-produção: montagem e edição

A Pós-produção é a etapa que combina os elementos de áudio, imagens estáticas e em movimento previamente criadas, aplicando as características finais do produto audiovisual como efeitos especiais, efeitos sonoros e mixagem.

Outra peculiaridade da pós-produção em obras animadas, que se diferencia de outras pós-produções do meio audiovisual, é a dificuldade de se alterar o produto final. Como a animação é um meio limitado de produção de material bruto, retrabalhar o material produzido nas outras etapas do projeto, deve ser evitado na maior parte do meio de produção de animação, pois desperdiça tempo e recursos já aplicados.

CAPÍTULO 3: A VIABILIDADE DA PRODUÇÃO DE SÉRIES NACIONAIS

Como indústria recente, o mercado de animação nacional ganha cada vez mais visibilidade tanto externa quanto interna, ao passo que a produção de novas séries animadas se consolidou como principal impulsionador da indústria nacional. Embora mesmo abraçando um viés industrial, a maior parte da nossa produção audiovisual animada não consegue se auto sustentar, recorrendo a financiamento tanto público quanto privados para sua manutenção, além, é claro, do fomento por meio da iniciativa pública.

Dados do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), apontam que foram consumidos R\$ 3,97 bilhões em animação, distribuídos entre TV, cinema, games, plataformas digitais e publicidade. Só na área referente à TV paga estimava-se um total de R\$ 1,35 bilhão, ou 5,9% do valor total pago pelos assinantes de TV paga em 2016 (BNDES, 2018a).

Essa elevada taxa do montante referente à televisão fechada muito se deve à implementação das cotas de exibição na grade de programação das emissoras, permitindo, assim, uma maior disponibilidade de capital dentro dessas produções.

A lei de incentivo 12.485/2011 — aprovada no Congresso Nacional em agosto de 2011 e sancionada em setembro, mais comumente conhecida como Lei da TV Paga ou Lei de Cotas — estabelece a norma de que canais de TV fechados exibam um total mínimo de 3h30min de programação nacional semanalmente em horário comercial acessível ao grande público. Entre os impactos que essa medida de proteção à produção nacional trouxe, o crescimento da produção animada nacional foi o mais proeminente (ANCINE, 2012). Canais de TV fechados voltados para o público infantil com a grade principalmente composta por produções em animação se viram colocados a trabalhar na produção de séries animadas devido à escassez da produção nacional nessa área.

3.1. – Financiamento

Mesmo com a produção de séries animadas nacionais obtendo sucesso nacional e internacional, trata-se de um fenômeno recente, não garantindo que a maior parte dos estúdios de animação consiga financiar suas próprias produções. Assim sendo, eles se veem direcionados a recorrer à arrecadação de recursos nas leis de fomentos e incentivos fiscais voltadas para a produção do audiovisual do país.

Leis como a Lei Federal 8.685/93, comumente conhecida como “Lei do Audiovisual”, têm como intuito viabilizar a produção nacional por meio da isenção de impostos fiscais de pessoas físicas ou jurídicas, que por sua vez investem na indústria como forma de abatimento da arrecadação dos impostos que lhes são cobrados (ANCINE, 20-). Outra opção para a arrecadação de capital para a produção audiovisual se dá por meio do “Fundo Setorial do Audiovisual” (FSA) (FSA, 200-). coordenado pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e viabilizado pela arrecadação de impostos da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE), (CULTURA, 2002). Esses impostos são cobrados pela arrecadação de exportação e exibição de produções audiovisuais nacionais e podem, também, ser realocados na viabilização da produção audiovisual por meio da isenção do pagamento do CONDECINE, representado no art. 39 da Medida Provisória (MP) 2.228-1/01. Além desses meios, existe o financiamento oriundo de instituições como o Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES). Creditado como um dos maiores apoiadores da produção animada nacional, o BNDES liberou R\$ 82,6 milhões até o ano de 2018 para o segmento de animação nas mais diversas áreas da produção animada (BNDES, 2018b). Dentro desse montante, R\$ 48,2 milhões foram cedidos na forma de linhas de créditos para estúdios de animação graças ao financiamento do Programa para o Desenvolvimento da Economia da Cultura (BNDES Procult) para produção de 8 mil minutos, distribuídos em 832 episódios de séries animadas que representaram R\$ 47,7 milhões do orçamento do financiamento, e dois longas animados com um valor de R\$ 438 mil.

3.2. - O público-alvo, suas preferências e mudanças com o passar dos anos

Durante muitos anos, as produções em séries de animação foram veiculadas sob a prerrogativa de serem destinadas ao público infantil, sendo que, no Brasil, por ter uma produção tardia, essa noção é ainda mais agravada. Esse estigma perdurou ativamente na visão mercadológica nacional, direcionando o tipo de conteúdo das produções animadas e alterando sua linha de produção, voltando seus esforços para atender a essas faixas etárias mais jovens, seja por meio do modelo de design ou na construção das histórias nos roteiros (estes feitos, na maioria da vezes, de modo simples para a compreensão de seus públicos), além do fato dos estúdios não quererem ser enquadrados como vinculados a conteúdos inadequados para o meio televisivo, como citados por Nyko e Zendron (2019, p.11).

Em menos de uma década as produções de séries de animação ganharam mais liberdade para trabalhar o desenvolvimento de suas histórias, criando-se uma vertente no cenário nacional voltada para o perfil adulto. No entanto, esse nicho ainda não estava firmado no meio nacional, tendo poucas obras de destaque que visavam público de maior faixa etária — como o caso da série animada “Fudêncio e seus amigos”, de 2005, criado por Thiago Martins, Pavão e Flávia Boggio, exibida pela MTV Brasil (UOL JOVEM, 2008). Sendo assim, a maior parte da produção nacional de séries ainda é voltada para faixas etárias que englobam as fases da pré-adolescência e infância, com um maior foco nessa última.

3.3. - Exibição

Uma das grandes dificuldades na viabilização de um projeto de série animada é, sem dúvida, a exibição. Produzir um conteúdo sem ter um destinatário já estabelecido não é uma possibilidade para a produção animada nacional. Produzir animações no país, mesmo com vínculo a canais, ainda se encaixa como produção de capital de risco, capital este muitas vezes essencial para a sobrevivência comercial do estúdio.

No Brasil, grande parte do conteúdo de séries é voltada para canais fechados. Isso acontece, em boa medida, devido à Lei da TV paga, que obriga canais fechados a exibir programação nacional. Em contrapartida, canais abertos são isentos de produzir ou exibir conteúdos específicos, direcionando sua grade para conteúdos que garantam retorno financeiro com a exibição de comerciais.

Com a diminuição de faturamento que a TV aberta e a despeito da extinção de sua programação infantil pela reestruturação das normas de publicidade infantil, a maior parte desses canais acabou por distanciar seu conteúdo das grades infantis — feitas ressalvas para canais educativos que sempre viabilizaram tanto a exibição quanto produção de séries nacionais, como a “TV Brasil” e as redes do grupo padre Anchieta, como “TV Cultura”. Essas duas redes públicas de televisão foram responsáveis pela coprodução e exibição da série animada “Carrapatos e Catapultas” criada por Almir Correia em exibida em 2010.

Outra emergente forma de exibição da animação nacional se encontra nos serviços de internet, sendo que algumas produções já são viabilizadas por serviços de *streaming* para exibição, como o caso da animação “Super Drags”, criada por Anderson Mahanski, Fernando Mendonça e Paulo Lescaut em 2018 para a Netflix, sendo voltada para o público adulto (O GLOBO, 2018).

3.4. - Valores de retorno na animação

Muito embora o número de séries animadas produzidas no cenário nacional tenha aumentado nos últimos anos, infelizmente, a baixa e demorada circulação de capital por meio da exibição impede que o mercado de séries se auto sustente, obrigando os estúdios de animação a recorrerem a outras formas de arrecadação para que consigam manter sua operação. Podemos citar como exemplo o caso do “Peixonauta”, que embora tenha um alto índice de exibição mundial só apresentou retorno financeiro após um período de cinco anos de exibição, segundo um dos criadores do show Kiko Mistrorigo em entrevista para a UNIVESPE TV (2012) entre os 27m36s e 28m00s.

Essas séries, mesmo com um grande grau de visibilidade — como o “Peixonauta”, exibido em mais de 90 países (GIANNINI, 2018) —, demonstram a necessidade que até mesmo os grandes produtores têm sobre a geração de receita e de encontrar alternativas que viabilizem o retorno de rendimentos por meio da exploração dos produtos derivados da própria produção animada.

Segundo Gama (2014, p. 104 a 107), produtos secundários são gerados a partir do uso da “propriedade intelectual”, sendo que ela, por sua vez, é uma das principais linhas de retorno no investimento em animação: a criação de novos personagens, marcas ou formatos existe a possibilidade de se gerar receita a partir do licenciamento e porte para outras mídias. A

distribuição em outras plataformas como DVD, VOD, SVOD, serviços de *streaming* e emissoras de televisão (tanto abertas quanto fechadas) é um dos melhores meios de se gerar receita com um produto já finalizado, eventualmente fazendo as necessárias mudanças para se adaptar às mídias. A série animada brasileira “Cupcake & Dino: Serviços Gerais”, de 2018, demonstra bem esse exemplo, sendo exibida tanto em canais fechados, como o “Disney XD”, quanto em serviços de *streaming* como “Netflix” (WHYTE, 2017).

Por sua vez, o licenciamento voltado para o *merchandising* abrange uma diversidade de meios, formatos e produtos, como roupas, brinquedos, produtos alimentícios, games, livros, aplicativos para download e até peças de teatro, criando, assim, a possibilidade de captação de receitas adicionais em relação à obra original. Na maioria das vezes, o licenciamento de produtos se dá como o meio mais viável do estúdio conseguir arcar com os custos do projeto e do próprio estúdio, além de apresentar um efeito positivo na viabilidade dos projetos, aumentando, assim, a oferta pela produção de animação. Como exemplo no campo do audiovisual cinematográfico podemos citar os números citados por Gama (2014, p. 106) obtidos pela revista “*Licensing Group*”, que indica, que apenas 20% de todo o faturamento de filmes longa-metragem para o cinema vem da bilheteria, o restante do percentual é proveniente de outros produtos oriundos do licenciamento da marca. Abraçando esta estratégia, empresas já visam a criação de propriedade intelectual a partir de séries para a geração de receitas, de tal modo que a animação acaba por se tornar o produto secundário ou, em uma linha mais extrema, um meio relacionado ao marketing para a divulgação dos demais produtos.

Apesar de ser uma boa alternativa de faturamento para os realizadores, deve ser destacado que nem toda série animada tem potencial para gerar receita por meio de licenciamento, sendo extremamente dependente do apelo que o público tem com ela. No meio comercial do audiovisual, a inovação e criação de novos conteúdos com grande aceitação de público são compreendidas como a mais assertiva maneira de criação de propriedade intelectual.

3.5. - Comparativo entre séries animadas brasileiras

Como comparativo de estudo de caso, duas séries animadas nacionais foram selecionadas para o desenvolvimento deste estudo, sendo elas: “Irmão do Jorel” e o “O show da Luna”, ambas com início em 2014 e exibidas até a data de realização deste trabalho. Essas produções passaram por análise de suas diferenças em relação à indústria nacional de animação para séries, traçando paralelos sobre questões relacionadas ao produto final que essas obras apresentam, seus direcionamentos em relação ao orçamento que as produções tinham à disposição, o modelo de arrecadação e distribuição do projeto e as escolhas visuais relacionadas com as estratégias de animação criadas para realização das obras.

3.5.1 - O show da Luna

Criado por Célia Catunda e Kiko Mistrorigo, “O show da Luna”, série desenvolvida pelo estúdio TV Pinguim, teve sua estreia no ano 2014. Porém, sua vinculação original se deu primeiramente em cenário internacional pelo canal norte-americano *Sprout*, do grupo NBC. Sua estreia em território nacional ocorreu apenas no segundo semestre de 2015, no canal da *Discovery Kids*, parceiro da produtora TV Pinguim na produção do show animado (TELAVIVA, 2014).

Sendo criada em animação digital 2D com o uso da técnica *cut out*, a série apresenta um design mais simples e geométrico em relação a maior parte das produções animadas de séries para a TV brasileira. No entanto, a atuação não se dá de forma estática, possuindo uma movimentação contínua, ainda que seja feita com a economia e reaproveitamento de ações. Essa movimentação contínua, mesmo que sutil, dá um caráter mais dinâmico para a série, muito embora esse não seja o principal foco de apelo para o público alvo. A trilha sonora de “O Show da Luna” é o destaque em relação às demais produções do cenário audiovisual brasileiro ao apresentar uma temática amplamente voltada para o meio musical, evidenciada na série por meio de clipes musicais cantados em todos os episódios.

A temática abordada no desenho envolve principalmente conteúdo educacional direcionado para crianças na fase pré-escolar, entre 3 e 5 anos, englobando a primeira infância. O roteiro é desenvolvido em torno da curiosidade da personagem título que busca respostas por meio de suas experiências de forma científica e lúdica no desenvolvimento de cada episódio. Padiglione

(2018) registra que a série “O Show da Luna” possui atualmente grande aceitação de público em território tanto nacional quanto internacional, chegando a ser vinculada em mais de 90 países e tendo uma temporada especial desenvolvida em parceria com ONU visando projetos de sustentabilidade e conscientização com o meio ambiente.

3.5.2. - Irmão do Jorel

Criada por Juliano Enrico e produzida pela Copa Studio em parceria com a Cartoon Network, “Irmão do Jorel” é uma série estreada no canal Cartoon Network, em 2014. Ela se destaca entre a maioria das séries nacionais de animação prioritariamente feitas em animação digital 2D que se utilizam da técnica do *cut out* para seu desenvolvimento por possuir uma complexidade maior de movimentação, montagem dinâmica e uso de ângulos de enquadramento incomuns para essa técnica de animação. Vale ressaltar que o uso da técnica de *cut out* não ocorre durante toda animação, sendo também utilizadas sequências animadas *frame a frame* em alguns momentos, com o intuito de criar uma melhor movimentação nas cenas, principalmente as voltadas para a ação (SOUZA, 2012).

Em relação a sua estética, o visual mais complexo e com uma paleta de cores e texturas mais abrangentes se deve a dois fatores: o primeiro deles é a possibilidade da técnica do *cut out* permitir uma maior complexidade e detalhamento dos modelos — não precisam ser redesenhados a cada quadro, economizando tempo e custo sobre o trabalho da mão de obra. E o segundo por uma demanda visual direcionada à faixa etária correspondente da série, a qual possui mais apego em relação a questões de gostos estilísticos relacionados ao design.

Seu público-alvo abrange desde crianças já na terceira infância (faixa etária entre oito a doze anos de idade) a crianças entrando na pré-adolescência. Embora o show também tenha um sucesso recorrente com o público mais velho, por intermédio do apelo nostálgico presente na série sobre a forma de elementos referenciais da infância de crianças das décadas de 1980 e 1990 no Brasil.

3.6. - Captação de recursos

Em meados da década passada, a carência de recursos financeiros tolhia a maior parte das produções nacionais. Uma das alternativas encontradas foi a viabilização dos shows por intermédio de coproduções internacionais, possibilitando além da conclusão dos projetos sua distribuição simultânea em cenário internacional, tendo em vista que na maioria das vezes os estúdios nacionais se afiliavam com estúdios ou canais de TV oriundos do Canadá e França, dos quais subsidiavam os valores de custo dos projetos.

A produtora TV Pinguim foi uma pioneira na implementação desse modelo, ao passo que a própria série “O Show de Luna” foi concebida nesses moldes em coprodução com o canal Discovery Kids. No entanto, a série também faz uso de recursos governamentais para a fomentação da indústria do audiovisual, tais com o artigo 1º-A da Lei do Audiovisual, e o artigo 39 da CONDECINE vinculado a Isenção de Pagamento. Dados da própria ANCINE referentes a segunda temporada de “O show da Luna” (ANCINE, 2013b), apontam que essa captação de recursos, referentes a segunda temporada do programa possibilitou uma arrecadação de R\$ 1.776.000,00 para a viabilização da obra que contava com um total de 26 episódios com 12 minutos de duração cada. Nas temporadas posteriores esse valor de arrecadação cresceu exponencialmente em relação a primeira marcação de valor referente a produção da segunda temporada.

Diferente da maioria das produções nacionais que seguiram o modelo de coprodução com estúdios estrangeiros, a série “Irmão do Jorel” foi concebida a partir de uma seleção realizada por um *pitching* da Cartoon Network no ano de 2009, com Isenção de Pagamento do CONDECINE, tendo como teto de valor aprovado para a produção da primeira temporada um montante de R\$ 4.507.348,58. No entanto, foram captados “apenas” R\$ 4.056.613,72, para produção efetiva que contava com 26 episódios de 11 minutos cada (ANCINE, 2013a). Assim como em “O Show da Luna”, a captação de recursos da série “Irmão do Jorel” também cresceu exponencialmente sobre cada nova temporada do show, segundo dados da ANCINE referente ao SIF - Sistema Integrado Das Áreas Finalísticas.

3.7. - Roteiro das séries

Originalmente a série “Irmão do Jorel” tem como base as tirinhas de histórias em quadrinho publicadas na “Revista Quase”, escrita e desenhada pelo próprio criador da série Juliano Enrico em meados de 2002. Com pequenos tons autobiográficos, as tirinhas se aproximavam muito em concepção da série animado, porém seu humor mais ácido e escrachado passou por uma suavização para a produção da série animada, além da mudança do design de vários personagens para que se adequassem melhor na vinculação ao público infantil.

O roteiro da série segue os dilemas surreais e lúdicos enfrentados pelo filho mais novo de uma família, ofuscado pela imagem de um de seus irmãos mais velhos, este chamado Jorel. Premissa presente no título da série “Irmão do Jorel”, pelo protagonista ser tão irrelevante em relação ao irmão que é apenas referido como irmão do Jorel.

Referente ao modelo narrativo empregado na série, “Irmão do Jorel” vem a ser concebido principalmente dentro de uma “estrutura episódica”, na qual o enredo de cada episódio é independente um do outro, muito embora também apresente consequências e ações no decorrer dos episódios se acumulam conforme o andamento do show, como no fato do personagem “Billy Doidão” e sua turma acabarem sendo rejuvenescidos e continuarem no decorrer dos episódios como crianças, e no afastamento da personagem “Lara” melhor amiga do personagem título, em decorrência de uma viagem ao Japão.

Sendo carregada de contextos referências a vida de crianças das décadas de 80 e 90, período que marcou a infância do criador da série e do principal roteirista Daniel Furlan, e de referências aos trabalhos anteriores de ambos, “Irmão do Jorel” se comporta principalmente como um paralelo nostálgico sobre as fases da infância, não descaracterizando seu possível apelo com públicos que não sejam contemplados por esse tipo de nostalgia.

“O Show de Luna” por sua vez apresenta um caráter mais voltado para linhas narrativas pedagógicas, girando seu enredo episódico na apresentação de algum conceito científico com cunho educacional, de forma digerível para a faixa etária alvo da produção.

Os cenários apresentados na série por sua vez sofrem constantes mudanças que vão desde do lugar-comum, o quintal da casa da personagem, até locações inseridas por viagens na história, ou os ambientes imaginativos criados pela imaginação da Luna no decorrer dos episódios.

A série é desenvolvida em torno da personagem título “Luna”, representada na série como uma menina de seis anos que tem uma fixação por questões relacionadas à ciência,

descobrimo e compreendendo novas curiosidades a cada novo episódio. Acompanhada de seu irmão mais novo Júpiter e do animal de estimação da família, Cláudio, um furão doméstico que ganha voz e características antropomórficas sempre que “Luna” utiliza sua imaginação de forma lúdica para compreender melhor suas dúvidas e curiosidades. “O Show de Luna” acaba se apresentando como uma série educativa voltada para o desenvolvimento infantil, com uma temática mais atemporal em relação a concepção de seus episódios, não necessariamente precisando de contextos referencias para a compreensão dos eventos da série e do enredo como um todo como no caso de “Irmão do Jorel”.

3.8. - Design e escolhas visuais

No que diz respeito a escolha do design das séries animadas, dois requisitos devem ser levados em consideração: a aceitação do público e a dificuldade de desenvolver e animar determinado tipo de complexidade de design. Porém, técnicas diferentes de animação tem peculiaridades que podem acentuar esse tipo de problema de representação visual.

Adentrando nas questões de escolha do design das duas séries do estudo, um ponto importante deve ser ressaltado entre ambas as animações que se utilizam da técnica do *cut out*. Não existe uma necessidade de estabelecer a animação dentro das limitações que um design mais complexo acarretaria sobre a fluidez da animação. Porém, um design mais simplista possui a vantagem de otimizar a produção demandando um menor nível técnico, o que possibilita o uso de mão de obra menos especializada para produção, o que acaba por gerar como resultado o barateamento da produção, porém por linhas de ação diferente. Numa animação mais tradicional, um design mais arrojado influencia diretamente no trabalho do animador. Tomando como exemplo, dois animadores no mesmo nível técnico e com a mesmo tempo de animação a produzir, possuiriam cargas de trabalho diferentes relacionadas a complexidade do design de cada um dos seus projetos (um design com mais detalhamento e complexidade requer mais tempo para ser produzido). Porém, no uso da animação em “cut out” não está sujeita a esse tipo de problema, já que não existe a necessidade de se desenhar cada novo quadro. Tomando como exemplo dois animadores de mesmo nível experiência, possuiriam a mesma carga de trabalho para animar tanto um design simples quanto um complexo, no entanto o design mais simples permite o uso de profissionais menos experientes o que diminui os custos totais da obra pela vantagem do uso de mão de obra abundante.

Irmão do Jorel, visualmente, possui o estilo da história em quadrinhos na qual a série é baseada: traços menos geométricos e mais expressivos – menos definidos e um visual menos “vetorizado” -, mesmo não sendo uma adaptação completamente fiel ao design da mídia impressa original, no caso os quadrinhos da “Revista Quase” (EQUIPE UHQ, 2003). Em contrapartida, o Show de Luna para atender um público alvo na faixa de 3 aos 5 anos, não adere a estratégias que empreguem altos níveis de complexidade gráfica. Esta estratégia é comentada por Alencar (2014, p.4 a 6) que ressalta em seu artigo “Do Desenho De Criança À Ilustração Infantil”, que as crianças não buscam a exatidão da exatidão naturalista e sim a subjetividade da representação das formas.

No início da fase de desenvolvimento infantil, a ideia da representação com que objetos e o próprio mundo são representados, se encontram ainda numa fase mais alinhada a interpretação subjetiva. Ao decorrer da vida acumulamos uma infinidade de noções preestabelecidas de verossimilhança e funcionamento do mundo, que nos ajudam a desenvolver nossas capacidades cognitivas. Porém, tendo em vista que ocorre uma diminuição desse modelo de subjetividade presente na infância, que acaba nos direcionando a lados mais pragmáticas sobre a visão dos objetos e fenômenos.

Uma criança pequena ao fazer um desenho no caderno não se concentra na exatidão dos traços ou similaridade que sua representação tem com a realidade, mas ele tenta se adequar a subjetividade que sua representação tem com seu próprio imaginário. Animações para público mais infantil tende a se adequar nesse tipo de dinâmica, permitindo uma diminuição dos custos ao passo que não ocorre a diminuição do interesse na obra. A passagem referente a cobra com elefante dentro presente no livro “O Pequeno Príncipe” exemplifica muito esse contexto de representação da visão infantil em contra ponto a verossimilhança com o real.

3.9. - Distribuição em mídias de TV e Internet

Ambas as séries tiveram visibilidade tanto em território nacional quanto internacional. No entanto, a série animada “O Show da Luna” se destacou por uma visibilidade maior no cenário internacional chegando ser exibido em mais de 90 países, muito devido a apresentar um conteúdo de fácil transposição para outras línguas e culturas, sendo que sua função educacional foi um chamariz que resultou nessa maior gama de países exibidores de seu conteúdo.

“O Show da Luna” primeiramente teve sua exibição nacional em canais fechados para posteriormente participar da grade de emissoras na TV aberta, como TV Brasil e TV Aparecida,

além de também ter sua veiculação através da internet pelo YouTube. Já “Irmão do Jorel” não teve esse processo de diversificação da exibição no cenário nacional, sendo exibido exclusivamente pela Cartoon Network.

“Irmão do Jorel” sendo uma produção mais dirigida para o mercado interno em relação às outras coproduções com foco em exibição internacional, acabou demonstrando relativo destaque no exterior. Como a série foi uma coprodução do “Copa estúdio” - responsável pela parte referente a animação - e do “Cartoon Network” - responsável pelo financiamento da produção -, ficou a cargo do principal investidor a distribuição tanto nacional quanto internacional da obra, tendo o canal focado sua exibição no cenário latino.

CONCLUSÃO

Quando comparamos a estrutura primária das produções, identificamos que ambas as séries têm suas peculiaridades e pertencem ao todo da produção de séries animadas nacionais. Analisando os programas em relação ao tempo de tela, observamos que “Irmão do Jorel” e “O Show da Luna” apresentam basicamente a mesma dimensão, tanto em relação ao número de episódios por temporada quanto pela duração de cada episódio, com pequenas variações de 1 minuto entre a média de 12 minutos referentes a cada episódio. No entanto, o valor disponibilizado para a produção de cada série é extremamente discrepante: segundo os valores divulgados pela ANCINE e já discutidos neste trabalho, existe uma diferença de cerca de 2,2 milhões de reais entre os valores de produção de cada uma dessas séries. Essa diferença é refletida nas escolhas de design de ambas as obras, não apontando que a escolha de público-alvo tenha tido impacto direto nas escolhas visuais que as séries apresentam. Por ter uma movimentação mais simplificada e uma estratégia narrativa que facilita a produção em linha, o “Show da Luna” consegue viabilizar sua produção mesmo dispondo apenas da metade do valor médio por episódio que a série animada “Irmão do Jorel” utilizava para sua produção.

Considerando a qualidade da animação das séries analisadas, o modelo pelo qual os programas foram concebidos se adéqua melhor a um cenário de restrição econômica, ao passo que o uso de animação com fluidez mais complexa não vem sendo uma demanda do público-alvo nacional. Compreender os processos de animação e as nuances que eles apresentam, como número de quadros por segundo e a complexidade na movimentação, não vem a ser um exercício simples para nenhum público que não seja aficionado pela área — muito embora

conseguir enxergar a diferenciação de estilos referentes à técnica não seja algo ineficaz, como distinguir uma animação feita com digital 3D de uma feita em digital 2D. Outra correlação dessa escolha de produção se deve ao público-alvo geral das animações, que se encaixa prioritariamente na faixa infantil, levando em consideração que quanto mais jovem o público, menos apego ele tem com a fluidez e o realismo presentes nas produções audiovisuais animadas.

Fazendo a análise do caminho de distribuição e objetivos nas produções das séries, podemos observar mais uma vez uma enorme discrepância em relação aos seus modelos de criação. Embora “Irmão do Jorel” apresente boa repercussão na América Latina, sua idealização se deu primariamente como um produto para o mercado nacional, bem evidenciado principalmente pelos desdobramentos das funções narrativas da série, que necessitam de um referencial do imaginário popular brasileiro para a compreensão. Já “O Show da Luna” se apresenta de uma forma mais orgânica para diferentes públicos infantis de idades similares, conciliando um conteúdo de fácil vinculação e de boa recepção tanto pelo público infantil quanto pelo público mais velho que acompanha o tipo de conteúdo que seus filhos assistem.

“O Show da Luna” foi concebido como um programa para exibição internacional, enquanto a série “Irmão do Jorel” foi criada com uma forma mais intimista de produção para a TV, muito refletida no conteúdo que remete ao histórico de vida do criador da série. Essa diferenciação de modelos interfere diretamente nos meios de vinculação do produto, não necessariamente sendo medida para o nível de sucesso que a produção pode atingir.

Tomando como compilação geral deste trabalho, em última análise referente a todo o conteúdo discutido, exponho que fazer animações visando o mercado de séries sempre se demonstrou como um processo muito custoso na história do país, muito embora esse cenário venha mudando com o passar dos anos graças ao aumento do número de produções nacionais, aos valores financeiros envolvidos e ao retorno que elas movimentam. No entanto, novamente deve ser frisado que, na demora em consolidar a indústria, acabamos por voltar nossa produção em séries animadas para formatos economicamente mais enxutos com o intuito de viabilizar as produções, que, sem esse tipo de estratégia, não seriam concretizadas, ao preço de criar vícios de linguagem na indústria nacional, como a adequação do modelo da técnica de animação usada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, José Salmo Dansa. **DO DESENHO DE CRIANÇA À ILUSTRAÇÃO INFANTIL**, Gramado – RS: PUC Rio, 2014.

ALVARENGA, Darlan. **Sucesso na TV e 'made in Brazil', Luna é o fenômeno infantil da vez**, São Paulo: G1, 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2016/02/sucesso-na-tv-e-made-brazil-luna-e-o-fenomeno-infantil-da-vez.html>. Acesso: 19/11/2019.

ANCINE. **Fomento - O que é**. 20-. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/fomento/o-que-e>. Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **Irmão do Jorel – Animação**. Processo 01580.010940/2013-19, ANCINE / SIF - Sistema Integrado das Áreas Finalísticas, 2013a. Disponível em: <http://sad.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do;jsessionid=1810EF9F9FC66733583C507CD5E8A7F4?method=detalharProjeto&numSalic=130199>
Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **IRMÃO DO JOREL - 4ª TEMPORADA – ANIMAÇÃO**. Processo 01416.003474/2018-21, ANCINE / SIF - Sistema Integrado das Áreas Finalísticas, 2018a. Disponível em: <http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do;jsessionid=5368859497267D10C2CCA5235CB84A20?method=detalharProjeto&numSalic=180236>.
Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **Lei da TV Paga**, 201-a. Disponível em: <https://ancine.gov.br/pt-br/conteudo/lei-da-tv-paga>. Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **Manual das empresas que operam os benefícios fiscais do Art. 39 da MP 2.228-1/01 e Arts. 3º e 3ºA da Lei 8.685/931**, 201-b. Disponível em: https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/manuais/Manual_art39.pdf. Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **Nova Lei da TV Paga estimula concorrência e liberdade de escolha**, 2012. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/nova-lei-da-tv-paga-estimula-concorr-ncia-e-liberdade-de-escolha>. Acesso: 02/11/2019.

ANCINE. **O Show de Luna (Segunda Temporada) (Ex - Luna Chamando! (Segunda Temporada)) – ANIMAÇÃO**. Processo: 01580.043516/2013-51, ANCINE / SIF - Sistema Integrado das Áreas Finalísticas, 2013b. Disponível em: <http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do;jsessionid=A66DD97662817A0521F7D0F10DE096E4?method=detalharProjeto&numSalic=140019> Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **O Show da Luna! Quinta Temporada**. Processo: 01416.005325/2018-05, ANCINE / SIF - Sistema Integrado das Áreas Finalísticas, 2018b. Disponível em: <http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do;jsessionid=EFE35AF4C8163198B9E69418828FB0D5?method=detalharProjeto&numSalic=180310>. Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **O Show da Luna! (Terceira Temporada) – ANIMAÇÃO**, Processo: 01580.078738/2015-56, ANCINE / SIF - Sistema Integrado das Áreas Finalísticas, 2015. Disponível em: <http://sif.ancine.gov.br/projetosaudiovisuais/ConsultaProjetosAudiovisuais.do;jsessionid=018C5EBB0C50336E07060DDA49C589D4?method=detalharProjeto&numSalic=150682>. Acesso: 27/10/2019.

ANCINE. **O valor de 5% para Contrapartida / Recursos Próprios do Proponente, tem que ser obrigatoriamente em dinheiro ou a proponente pode incluir nestes 5% serviços de algum tipo?** 201-c. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/conteudo/o-valor-de-5-para-contrapartida-recursos-pr-prios-do-proponente-tem-que-ser>. Acesso: 02/11/2019.

ANCINE. **Série brasileira de animação é líder de audiência infantil na TV paga**, 2013c. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/s-rie-brasileira-de-anima-o-l-der-de-audi-ncia-infantil-na-tv-paga>. Acesso: 02/11/2019.

ANDRADE, Filipe. **O QUE É UM STORYBOARD?** 2016. Disponível em: <https://www.racecomunicacao.com.br/blog/o-que-e-um-storyboard/>. Acesso: 27/10/2019.

ANIMAÇÃO NO BRASIL. **90 anos da animação brasileira**, 2008. Disponível em: <http://brasilaanimacao.blogspot.com.br/>. Acesso: 22/07/2019.

ANIMAÇÃO S.A. **História do Cinema de Animação – Importantes Invenções Técnicas (10ª Parte)**. 2015. Disponível em: <http://animacao.blogspot.com/2015/05/historia-do-cinema-de-animacao.html>. Acesso: 27/10/2019.

ARIKAWA, Monalisa Arikawa. **A evolução da animação**, Observatório da Imprensa, 2013. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorioacademico/_ed746_a_evolucao_da_animacao/. Acesso: 15/10/2019.

BNDES. **Animação: técnicas e processo | Infográfico**. 2016. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/conhecimento/noticias/noticia/processo-animacao>. Acesso: 27/10/2019.

BNDES. BNDES calcula em R\$ 4 bilhões mercado de animação no Brasil. 2018a. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/imprensa/noticias/conteudo/bndes-calcula-em-r-4-bilhoes-mercado-de-animacao-no-brasil>. Acesso: 27/10/2019.

BNDES. BNDES consolida apoio à animação brasileira no 42º Festival de Annecy. 2018b. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/imprensa/noticias/conteudo/bndes-consolida-apoio-a-animacao-brasileira-no-42-festival-de-annecy>. Acesso: 27/10/2019.

BOLSHAW, Claudia. Histórico Brasileiro Quantidade de filmes de animação produzidos (até 2004), Rio de Janeiro: ABCA, entre 2004 e 2010. Disponível em: <http://www.abca.org.br/historico-anim-brasileira/>. Acesso: 27/10/2019.

BOX OFFICE MOJO. Treasure Planet. IMDb, 2002. Disponível em: <https://www.boxofficemojo.com/release/r12759296513/>. Acesso: 27/10/2019.

BRETHÉ, Simon Pedro. ANIMAÇÃO DIGITAL 2D: SIMULANDO O FAZER TRADICIONAL ATRAVÉS DA FERRAMENTA DO COMPUTADOR, Belo Horizonte: UFMG, 2010.

COLEN, Matheus. O que é o Fundo Setorial do Audiovisual? FSA Editais. Origina Conteúdo, 201-. Disponível em: <https://originaconteudo.com.br/2017/02/09/o-que-e-o-fundo-setorial-do-audiovisual-fsa-editais/>. Acesso: 27/10/2019.

CONVERGETV. Comkids Green 2012 - Entrevista com Célia Catunda, criadora do Peixonauta. 2012. (6m26s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OuU95DJ0jjo>. Acesso: 17/09/2019.

CULTURA. **Condecine entra em vigor e indústria do cinema se reúne.** ESTADÃO 2002. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/cinema,condecine-entra-em-vigor-e-industria-do-cinema-se-reune,20020604p780?req=arteelazer/2002/not20020604p780.html>. Acesso: 27/10/2019.

DOMINGO, Juliana. **Por que a animação brasileira está em alta no mundo.** 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/06/15/Por-que-a-anima%C3%A7%C3%A3o-brasileira-est%C3%A1-em-alta-no-mundo>. Acesso: 27/10/2019.

DEMONTIÊ, Por Francisco. **Animação Digital.** 2010. Disponível em: <http://www.dsc.ufcg.edu.br/~pet/jornal/maio2010/materias/carreira.html>. Acesso: 27/10/2019.

Didox. **Uma Breve História da Animação na TV.** Veja, 2016. Disponível em: <https://pre.veja.abril.com.br/blog/temporadas/uma-breve-historia-da-animacao-na-tv/>. Acesso: 27/10/2019.

DUARTE, Pedro. **Qual a diferença entre dublagem e voz original?** Jovem Nerd, 2019. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/qual-a-diferenca-entre-dublagem-e-voz-original/>. Acesso: 27/10/2019.

EBERHARDT, Ana Luiza. **O Grande Boom da Animação Brasileira.** Render Blog, 2014. Disponível em: <https://blog.render.com.br/animacao/o-grande-boom-da-animacao-brasileira/>. Acesso: 02/11/2019.

EHRlich, David/ MARTINS DA ROCHA, Carlos Alberto. **Análise Comparativa da Animação Brasileira: Estudo das Características Estilísticas a Partir da Produção.** Cascavel: INTERCOM, 2018.

EQUIPE UHQ. **Lançamento da revista Quase 2.** UNIVERSO HQ, 2003. Disponível em: <http://www.universohq.com/noticias/lançamento-da-revista-quase-2/>. Acesso: 02/11/2019.

EXPRESSO DA NOTÍCIA. **TV Brasil divulga normas para licenciamento de obras audiovisuais,** Jusbrasil, 2009. Disponível em: <https://expresso-noticia.jusbrasil.com.br/noticias/1841559/tv-brasil-divulga-normas-para-licenciamento-de-obras-audiovisuais> Acesso: 21/11/2019.

FARIA, Cristiane Aparecida Gomes. **DESIGN DA ANIMAÇÃO NO BRASIL: Um Censo Demográfico,** Minas Gerais: UEMG, 2015.

FERREIRA, Marianne de Lazari. **Desenvolvimento Visual de Cenário para Animação: A Floresta no conto de Chapeuzinho Vermelho,** Brasília: FAC, 2017.

FSA. **Introdução.** Fundo Setorial Do Audiovisual, 200-. Disponível em: <https://fsa.ancine.gov.br/?q=o-que-e-fsa/introducao>. Acesso: 21/11/2019.

GAMA, Marina Moreira. **A inserção dos países em desenvolvimento no mercado global de animação.** Revista do BNDES| n. 42, p.93-144, 2014. Disponível em: <https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/5249/1/RB%2042%20A%20inser%C3%A7%C3%A3o%20dos%20pa%C3%ADses%20em%20desenvolvimento%20em%20mercado%20global.pdf>. Acesso: 21/11/2019.

GIANNINI, Alessandro. **Caso de sucesso na TV, Peixonauta estreia no cinema com aventura inédita.** O Globo Cultura, 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/caso-de-sucesso-na-tv-peixonauta-estreia-no-cinema-com-aventura-inedita-22335561>. Acesso: 21/11/2019.

GILBER, Raquel. **Animação Cut-Out**. Paraná: Tendências Digitais, 2018. Disponível em: <https://medium.com/tend%C3%Aancias-digitais/anima%C3%A7%C3%A3o-cut-out-como-alternativa-de-produ%C3%A7%C3%A3o-mais-r%C3%A1pida-e10bd24894db>. Acesso: 02/11/2019.

GOMES, Andréia Prieto. **HISTÓRIA DA ANIMAÇÃO BRASILEIRA**. UERJ, Cena Universitária, 2008.

GUIMARÃES, Giovanna Belico Cária; GINO Maurício Silva. **Histórico e desenvolvimento do stop-motion e dos personagens articulados no cinema de animação**. Revista extensão em debate, 201-. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/extensaoemdebate/article/view/1173>. Acesso: 21/11/2019.

HARNIK, Bruno. **Fenômeno Phi e a percepção de movimento**. Alura, 2016. Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/fenomeno-phi-e-a-percepcao-de-movimento>. Acesso: 27/10/2019

ISRAEL, Daniela; CONTE, Daniel. **O Cinema de Animação Nacional: O trânsito entre experiências cinematográficas, séries para televisão e a expectativa dos consumidores brasileiros**, Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

JADE, Líria. **Cinema de animação cresce no país, mas sofre com falta de capacitação**. Brasília: Repórter da Agência Brasil, 2017. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/cultura/noticia/2017-07/cinema-de-animacao-cresce-no-pais-mas-sofre-com-falta-de-capacitacao>. Acesso: 02/11/2019.

JUNIOR, Wilian Gatti; GONÇALVES, Marilson Alves; BARBOSA, Ana Paula Franco Paes Leme. **Um estudo exploratório sobre a indústria brasileira de animação para a TV**. READ | Porto Alegre – Edição 78 - N° 2– p. 461-495, 2014.

LEDIO, Andreia. **Exposição mostra os bastidores dos 25 anos de animação da Pixar.** FOLHA de S.Paulo, 2010. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folhinha/822607-exposicao-mostra-os-bastidores-dos-25-anos-de-animacao-da-pixar.shtml?mobile>. Acesso: 27/10/2019.

LULLY DE VERDADE. **Tudo Sobre Leis de Incentivo e Fundo Setorial do Audiovisual - Lully de Verdade 279.** 2016. (28m36s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ynzxrYgwTC4>. Acesso: 03/11/2019.

MACHADO, Marta Corrêa. **Gestão de pessoas na indústria criativa: o caso dos estúdios de animação brasileiros.** Florianópolis: FGV, 2017.

MAGALHÃES, Marcos. **Técnicas de animação para professores e alunos - Anima Escola.** Rio de Janeiro: IDEIA | 2ª Edição, 2015.

MARCO. **Guia: Animação boa x Animação ruim, como diferenciar.** INTOXICAÇÃO ALIMENTAR, 2014. Disponível em: <http://www.intoxianime.com/2014/04/guia-animacao-boa-x-animacao-ruim-como.html>. Acesso: 02/11/2019.

MALTIN, Leonard. **Of Mice and Magic: A History of American Animated Cartoons.** New York: Penguin Group, 1987.

MICROSOFT SUPPORT. **Understanding Frames Per Second (FPS).** Microsoft 201-. Disponível em: <https://support.microsoft.com/en-us/help/269068/understanding-frames-per-second-fps>. Acesso: 27/10/2019.

MORIA. **Treasure Planet (2002).** 2002. Disponível em: <http://www.moriareviews.com/sciencefiction/treasure-planet-2002.htm>. Acesso: 27/10/2019.

MOTA, Joane. **Um Pouco Sobre a Animação no Leste Europeu...**, Sergipe: Blog Animação UFS, 2007. Disponível em: <http://midiadigitalufs.blogspot.com/2007/06/animao-no-leste-europeu.html>. Acesso: 02/11/2019.

NERDMALDITO. **A má qualidade da animação japonesa (Vamos falar sobre fps em animes)**. 2018. Disponível em: <https://www.nerdmaldito.com/2018/05/a-ma-qualidade-da-animacao-japonesa.html>. Acesso: 27/10/2019.

NIKOLIC, Mira. **WHAT SALARY CAN I EXPECT TO EARN IN ANIMATION?** Digital Art And Animation Insider, 2016. Disponível em: <https://cogswell.edu/blog/what-animation-salary-can-i-expect/>. Acesso: 27/10/2019.

NYKO, Diego; ZENDRON, Patrícia. **O MERCADO CONSUMIDOR DE ANIMAÇÃO NO BRASIL**. Rio de Janeiro: BNDES, v.25, n 49, p.7-27. 2019. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/17020/3/PRArt_Mercado%20consumidor%20de%20animacao%20no%20Brasil_compl_BD.pdf. Acesso: 02/11/2019.

O GLOBO. **'Super Drags' será a primeira animação original da Netflix produzida no Brasil**. O Globo Cultura, 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/super-drags-sera-primeira-animacao-original-da-netflix-produzida-no-brasil-22735704>. Acesso: 18/11/2019.

O SHOW DA LUNA! **Videos**. YouTube. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/OShowDaLuna/videos>. Acesso: 18/11/2019.

PADIGLIONE, Cristina. **Conheça a animação brasileira exportada para 96 países que viou parceira da ONU**, São Paulo: Folha de S.Paulo, 2018. Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/animacao-brasileira-show-da-luna-faz-parceria-com-onu-em-favor-da-sustabilidade/>. Acesso: 20/11/2019.

PIPOCA & NANQUIM. **Como funciona um estúdio de ANIMAÇÕES (ft. Leo Finocchi) | Pipoca e Nanquim #322**. 2018. (30m38s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ehWPm231HNA>. Acesso: 27/10/2019.

PLANO NACIONAL DE CULTURA. **Brasil lança maior número de animações em 22 anos**, 2018. Disponível em: <http://pnc.cultura.gov.br/2018/02/16/brasil-lanca-maior-numero-de-animacoes-em-22-anos/>. Acesso: 27/10/2019.

PORTAL.COMUNIQUE-SE. **Cinema de animação cresce no país, mas sofre com falta de capacitação**. 2017. Disponível em: <https://portal.comunique-se.com.br/animacao-cresce-sofre-falta-capacitacao/>. Acesso: 27/10/2019.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **LEI Nº 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996**. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso: 27/10/2019.

REVISTA DE CINEMA. **ANIMAÇÃO SE EXPANDE E DESCENTRALIZA PRODUÇÃO**. 2015. Disponível em: <http://revistadecinema.com.br/2015/12/animacao-se-expande-e-descentraliza-producao/>. Acesso: 27/10/2019.

SEBRAEMERCADOS. **O crescente mercado da animação no Brasil**, 2014. Disponível em: http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/10/2014_08_14_BO_Julho_EC_Animacao_pdf.pdf. Acesso: 02/11/2019.

SILVA, Cíntia Cristina da. **Como é feito um desenho animado?** Mundo Estranho, 2011. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-e-feito-um-desenho-animado/> Acesso: 02/11/2019.

SOUZA, Nielsen. **IRMÃO DE JOREL: CARTOON NETWORK ANUNCIA PRIMEIRA SÉRIE DE ANIMAÇÃO FEITA NA AMÉRICA LATINA.** ANMTV, 2012. Disponível em: <http://anmtv.xpg.com.br/irmao-de-jorel-cartoon-network-anuncia-primeira-serie-de-animacao-feita-na-america-latina/>. Acesso: 27/10/2019.

TELAVIVA. **Série nacional de animação estreia na TV dos Estados Unidos.** 2014. Disponível em: <https://telaviva.com.br/18/08/2014/serie-nacional-de-animacao-estreia-na-tv-dos-estados-unidos/>. Acesso: 27/10/2019.

TEREPINS, Fanny Michaan. **PERFIL DO MERCADO INFANTIL: INSTRUMENTO PARA A ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING.** São Paulo: EAESPIFGV, 1993.

TONKA3D. **Conceitos sobre Animação e Animatic.** 201-. Disponível em: <http://www.tonka3d.com.br/blog/conceitos-sobre-animacao-e-animatic/> Acesso: 27/10/2019.

TRALDI, Rebeca; ZUANON, Rachel. **Stop Motion - do artesanal ao digital.** São Paulo, Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação Ano 6 - Edição 2, 2013.

TV BRASIL. **Ver tv analisa o crescimento das animações brasileiras.** 2015. (54m29s) Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cCgqVthsYVs>. Acesso: 18/11/2019.

UNIVESPE TV. **Lições de animação: animação no brasil.** 2012. (51m36s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Wqk1B6oln7k>. Acesso: 17/11/2019.

UOL JOVEM. **HQ Cia - Drogeria de Quadrinhos.** Uol Mais, 2008. (12m00s). Disponível em: <https://mais.uol.com.br/view/b3i42civ52xb/hq-cia--drogeria-de-quadrinhos-04026CCCC133E6?types=A&>. Acesso: 27/10/2019.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. **Fábrica de Personagens: A Escrita dos Desenhos Animados de Hanna-Barbera,** São Paulo: Intercom, 2011.

WHYTE, Alexandra. **Netflix takes hold of eOne's Cupcake & Dino.** Kidscreen, 2017. Disponível em: <http://kidscreen.com/2017/10/10/netflix-takes-hold-of-eones-cupcake-dino/>. Acesso: 27/10/2019.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Animação direta.** Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Anima%C3%A7%C3%A3o_direta. Acesso: 27/10/2019.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Animação tradicional.** Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Anima%C3%A7%C3%A3o_tradicional. Acesso: 27/10/2019.

Sem referencia

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Discovery Kids.** Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Discovery_Kids. Acesso: 27/10/2019. **Sem referencia**

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Hanna-Barbera.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hanna-Barbera>. Acesso: 27/10/2019.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Lista de produções da Hanna-Barbera.** Disponível em:

https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_produ%C3%A7%C3%B5es_da_Hanna-Barbera.

Acesso: 27/10/2019.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **The Ruff and Reddy Show.** Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Ruff_and_Reddy_Show. Acesso: 27/10/2019.

WIKIPÉDIA, A ENCICLOPÉDIA LIVRE. **Turma da Mônica (série animada).** Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Turma_da_M%C3%B4nica_\(s%C3%A9rie_animada\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Turma_da_M%C3%B4nica_(s%C3%A9rie_animada)).

Acesso: 27/10/2019.

WIKIPEDIA, THE FREE ENCYCLOPEDIA. **Animation.** Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Animation>. Acesso: 27/10/2019.

WORTMANN, Maria Lúcia Castagna; RIPOLL, Daniela; POSSAMAI, Laís. **Educação ambiental corporativa para crianças: analisando a animação Peixonauta do Discovery Kids.** PERSPECTIVA, Florianópolis, v. 30, n. 2, 371-394, 2012.

ZERO HORA. **Discovery Kids ganha primeiro desenho brasileiro.** 2008. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20100830004854/http://zerohora.clicrbs.com.br:80/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&newsID=a1812196.xml>. Acesso: 27/10/2019.

