

PAINEL: POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

8º FÓRUM PENSAR A INFÂNCIA - 14º FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA INFANTIL
Setembro de 2016

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE

ROSANA ALCÂNTARA

DIRETORA

POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

- 1. O Direito ao Audiovisual**
- 2. O Público Infantil**
- 3. A ANCINE e o Público Infantil**
- 4. O FSA e o Público Infantil**
- 5. A Relevância Crescente da Animação**
- 6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)**
- 7. Perspectivas**

POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

- 1. O Direito ao Audiovisual**
2. O Público Infantil
3. A ANCINE e o Público Infantil
4. O FSA e o Público Infantil
5. A Relevância Crescente da Animação
6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)
7. Perspectivas

O DIREITO AO AUDIOVISUAL



- A criança tem **direito** a informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento. *(ECA, Art. 71)*
- Para a ANCINE, mais do que um estímulo para a **formação de público**, a aproximação entre o audiovisual brasileiro e o público infantil se impõe como direito, como forma de assegurar que as crianças tenham **acesso** a produções e manifestações estéticas que reflitam nossa **cultura** e sua **diversidade**.



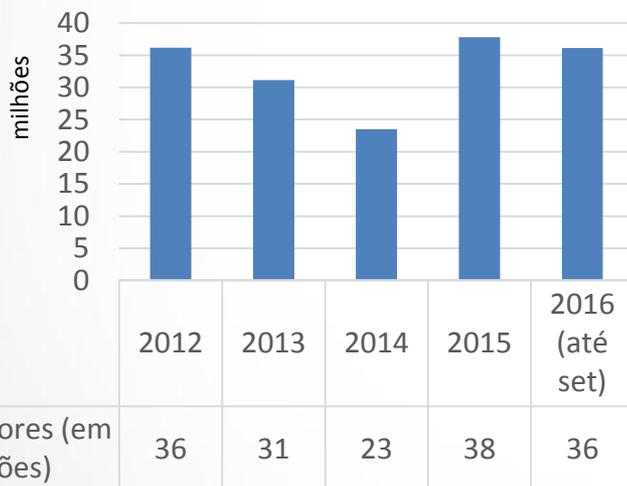
POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

1. O Direito ao Audiovisual
- 2. O Público Infantil**
3. A ANCINE e o Público Infantil
4. O FSA e o Público Infantil
5. A Relevância Crescente da Animação
6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)
7. Perspectivas

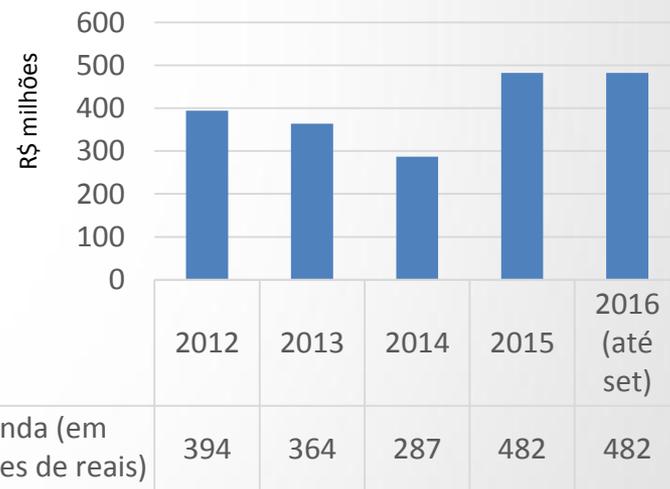
O PÚBLICO INFANTIL

- Em 2016, os longas-metragens voltados para o público infantil já levaram mais de 36 milhões de espectadores aos cinemas, gerando uma renda total superior a R\$ 480 milhões.

Espectadores de obras voltadas ao público infantil*



Renda de obras voltadas ao público infantil*

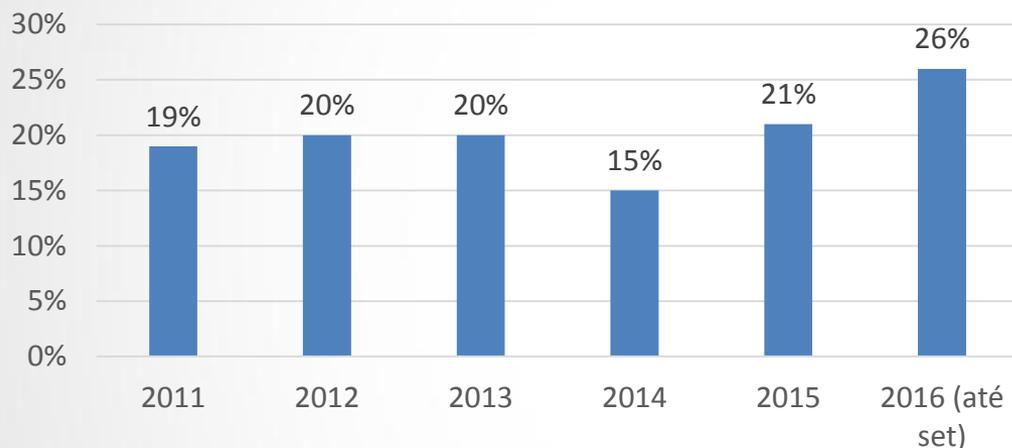


(*) estimativa considerando os filmes de classificação indicativa livre, nacionais e internacionais.

Fonte: Filme B.

O CINEMA E O PÚBLICO INFANTIL

Market-share de público de filmes infantis*
no País



- Desde a década de 70, **57** filmes destinados ao público infantil figuram entre os títulos nacionais com **mais de 500 mil espectadores** nas salas de exibição.

(*) estimativa considerando os filmes de classificação indicativa livre, nacionais e internacionais.
Fontes: ANCINE – Superintendência de Análise de Mercado e Filme B.

Fonte: ANCINE – Superintendência de Análise de Mercado.

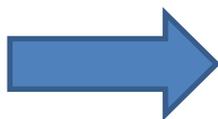
O PÚBLICO INFANTIL

2 obras infantis entre os 20 filmes brasileiros mais assistidos nos cinemas em 2016

▪ Carrossel 2: O sumiço de Maria Joaquina

Público: 2.516.841

Renda: R\$ 28.521.578



2º lugar no ranking
de público em 2016

Produção captou R\$ 2.250.000 com recursos incentivados.

Projeto de distribuição captou R\$ 750 mil via Funcine.

*Ocupa atualmente o **6º lugar no ranking geral de obras infantis.***



▪ O escaravelho do diabo

Público: 81.057

Renda: R\$ 1.017.917



15º lugar no ranking
de público em 2016

Projeto de desenvolvimento captou R\$ 195 mil com recursos incentivados.

Projeto de produção captou R\$ 2,5 milhões com recursos incentivados.

FSA investiu R\$ 500 mil na produção da obra.



POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

1. O Direito ao Audiovisual
2. O Público Infantil
- 3. A ANCINE e o Público Infantil**
4. O FSA e o Público Infantil
5. A Relevância Crescente da Animação
6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)
7. Perspectivas

A ANCINE E O PÚBLICO INFANTIL

- Possibilidade de uso dos mecanismos vigentes de fomento direto e indireto na produção de obras voltadas para o público infantil
 - ✓ Lei do Audiovisual
 - ✓ Artigo 39 da MP. 2228-1/2001
 - ✓ FUNCINES
 - ✓ Editais do Fundo Setorial do Audiovisual - FSA

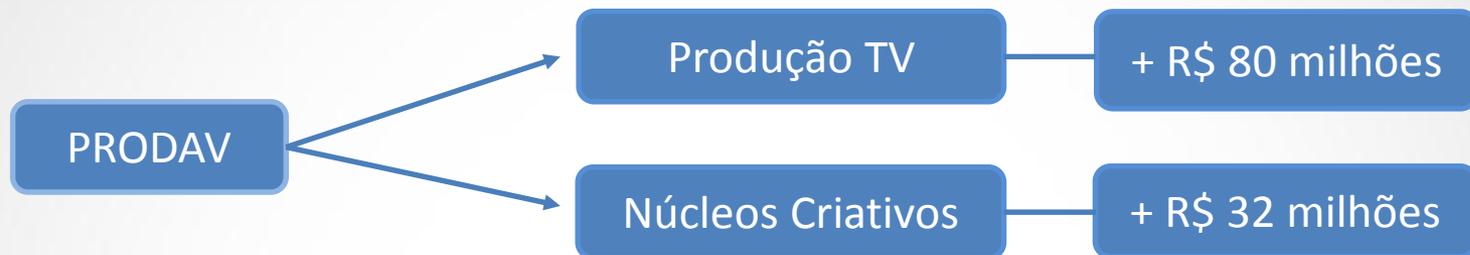
Atenção para que nos editais seja assegurada a participação de projetos voltados para as crianças, sobretudo projetos de **animação**

- Adaptação do horário nobre para cumprimento de cota de conteúdo brasileiro em canais infantis (Lei nº 12.485/11 e IN nº 100/12)

POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

1. O Direito ao Audiovisual
2. O Público Infantil
3. A ANCINE e o Público Infantil
- 4. O FSA e o Público Infantil**
5. A Relevância Crescente da Animação
6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)
7. Perspectivas

O FSA E O PÚBLICO INFANTIL

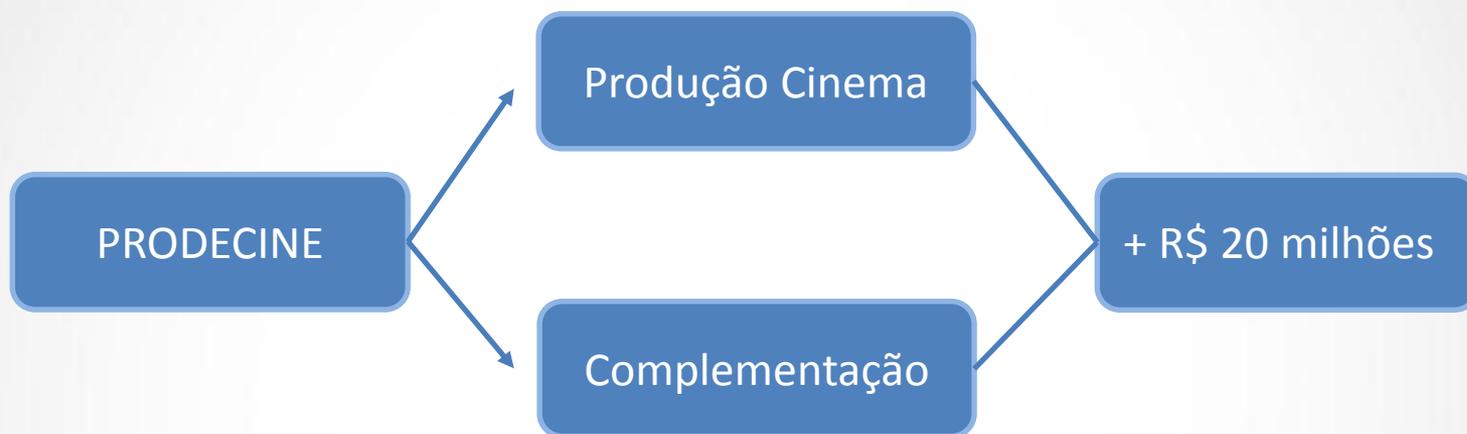


- Após a realização de **3 chamadas**, observa-se que **48%** dos recursos foram direcionados para núcleos com carteiras de projetos voltados para crianças
- **Regionalização**: R\$ 16,7 milhões para núcleos na **BA, DF, GO, MG, MS, PA, PE, PR, RS e SC**



Edital 2016 para núcleos criativos investirá **R\$ 14 milhões** na estruturação de no mínimo **14 núcleos**

O FSA E O PÚBLICO INFANTIL



Novidade em 2016: por meio do Edital Longa BO Infanto-Juvenil, o FSA investirá R\$ 11.250.000,00 na seleção de 9 projetos de longas-metragens direcionados ao público infantil (0 a 12 anos).

O FSA E O PÚBLICO INFANTIL

▪ Linhas PRODAV – exemplos de projetos contemplados:

- Historietas assombradas (R\$ 2.800.000 nas 2 temporadas)
 - Série + projeto de longa também captaram mais de R\$ 1 milhão com recursos incentivados
 - Projeto da 3ª temporada já foi aprovado pela Ancine
- Meu amigãozão (R\$ 4.500.000 nas 2 temporadas)
 - Série + projeto de longa também captaram R\$ 3.260.000 com recursos incentivados

▪ Linhas PRODECINE – exemplos de projetos contemplados:

- As aventuras do pequeno Colombo (R\$ 1.500.000)
 - Projeto também captou R\$ 2.350.000 com recursos incentivados
- Pluft, o fantasminha (R\$ 3.000.000)
 - Projeto também captou R\$ 3.940.000 com recursos incentivados

▪ Arranjos Regionais – exemplos de projetos contemplados:

- Francisco só quer saber de jogar bola – BA (R\$ 1.600.000)
- O escaravelho do diabo – SP (R\$ 500.000)
 - Projeto também captou R\$ 2.695.000 com recursos incentivados



O FSA E O PÚBLICO INFANTIL

TVs Públicas

Próximas chamadas: Dez/2016

- ✓ **Regionalização da produção:** chamadas realizadas em 2014 e 2015 selecionaram 30 propostas da Região Norte, 27 da Região Nordeste, 29 da Região Centro-Oeste, 34 da Região Sudeste e 29 da Região Sul, contemplando mais de 80 produtoras independentes
- ✓ Para o público infantil, foram selecionadas 55 propostas, totalizando um investimento de mais de R\$ 38 milhões

O FSA E O PÚBLICO INFANTIL

- **Exemplos de propostas dos editais para o público infantil (2015):**

Propostas visam contribuir para o desenvolvimento da apreciação estética e para a formação humana das crianças

- Série de animação direcionada ao público infantil pré-escolar (0 a 3 anos) que explora experiências estéticas da primeira infância relacionadas ao contato com os sons, as cores, as texturas, as formas etc.

Resultado: 1 projeto do AM (R\$ 770.000) + 1 projeto do RS (R\$ 770.000)

- Série de animação com elementos documentais, direcionada ao público infantil pré-escolar (4 a 6 anos), que explora visões de mundo e expectativas para o futuro, contemplando a diversidade étnica.

Resultado: 1 projeto do PA (R\$ 770.000) + 1 projeto de GO (R\$ 770.000)

O FSA E O PÚBLICO INFANTIL

- **Exemplos de propostas dos editais para o público infantil (2015):**
 - Série direcionada ao público infantil pré-escolar (4 a 6 anos), que explora a desobediência poética e a mudança de comportamento da criança diante do olhar e presença do adulto, contemplando a diversidade social e de gênero.
Resultado: 1 projeto de PE (R\$ 770.000), + 1 projeto do RJ (R\$ 770.000)
 - Série de ficção que explora o desenvolvimento da inteligência emocional da criança a partir de rituais de passagem, por meio de adaptação de obras literárias brasileiras.
Resultado: 1 projeto do MS (R\$ 770.000) + 1 projeto de SC (R\$ 770.000)

POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

1. O Direito ao Audiovisual
2. O Público Infantil
3. A ANCINE e o Público Infantil
4. O FSA e o Público Infantil
- 5. A Relevância Crescente da Animação**
6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)
7. Perspectivas

A RELEVÂNCIA CRESCENTE DA ANIMAÇÃO

- Entre os 20 títulos com maior bilheteria no Brasil em 2015, 5 são obras de animação
- Ao todo, esses títulos geraram um público de 22.818.100 espectadores, e renda de R\$ 296,4 milhões
- Produção de animação nacional cresce e alcança grande sucesso de audiência na televisão
- Desafio para a distribuição em salas de cinema: apesar do êxito em premiações e festivais internacionais, além da excelente repercussão crítica, não há obras de animação entre os 20 títulos brasileiros com maior bilheteria no ano passado

A RELEVÂNCIA CRESCENTE DA ANIMAÇÃO

CPBs emitidos para obras seriadas do tipo animação



Fonte: Ancine - Superintendência de Registro.

CPBs emitidos para obras não seriadas do tipo animação



Fonte: Ancine - Superintendência de Registro.

+ Produção

+ Audiência

+ Reconhecimento

A RELEVÂNCIA CRESCENTE DA ANIMAÇÃO

A animação brasileira está em evidência, obtendo grande audiência na TV...

O SHOW DA LUNA (Discovery Kids)

Exibida em **74 países**

Investimento FSA: R\$ 1.900.000

MEU AMIGÃOZÃO (Discovery Kids)

Exibida em **40 países**

Investimento FSA: R\$ 4.500.000 (série)

+ R\$ 2.500.000 (filme)

IRMÃO DO JOREL (Cartoon Network)



PEIXONAUTA (Discovery Kids)

Exibida em **90 países**

Investimento FSA: R\$ 800 mil no filme

HISTORIETAS ASSOMBRADAS (Cartoon Network)

Exibida em **17 países**

Investimento FSA: R\$ 2.800.000 (série) + R\$ 3 milhões (filme)

OSMAR, A PRIMEIRA FATIA DO PÃO DE FORMA (Gloob)

Investimento FSA: R\$ 2 milhões (série) + R\$ 1 milhão (filme)

... e também grande sucesso em festivais e premiações

UMA HISTÓRIA DE AMOR E FÚRIA (2013) – R\$ 400 mil FSA + R\$ 2 milhões em recursos incentivados
Festival Internacional de Animação (Annecy, França)

Melhor Longa: Prêmio do Júri

Festival Internacional do Novo Cinema Latino-americano (Havana, Cuba)

GUIDA (2014-2015)

Chicago Children - Festival de Cinema Infantil de Chicago (EUA)

Festival Internacional de Animação (Annecy, França)

Melhor Curta: Prêmio do Júri

Menção especial da Federação Internacional de Críticos de Cinema (Fipresci)

O MENINO E O MUNDO (2014) – R\$ 400 mil do FSA + R\$ 1.540.000 em recursos incentivados
Festival Internacional de Animação (Annecy, França)

Melhor Longa: Prêmio do Júri. / Melhor Longa - Prêmio da Audiência

Annie Awards

Melhor Longa de Animação Independente

Festival Internacional de Cinema de Munique (Alemanha)

One Future Prize - Menção Honrosa

Grande Prêmio do Cinema Brasileiro

Indicação a Melhor Roteiro Original (além de premiado como animação e longa infantil)

A RELEVÂNCIA CRESCENTE DA ANIMAÇÃO

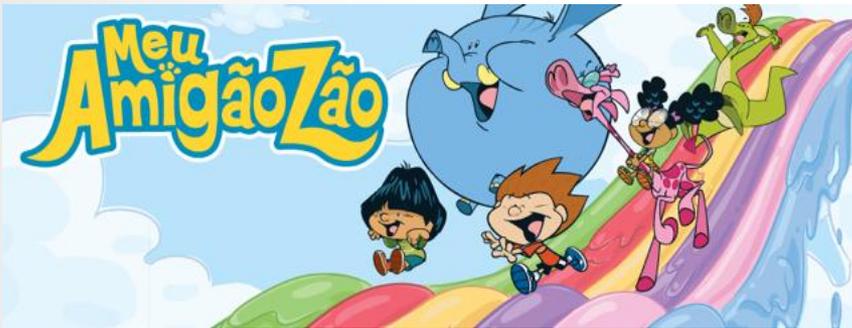
A Ancine apoia a participação de animações em festivais e premiações internacionais

Filmes apoiados em 2016	Metragem	Tipo de apoio	Festival/Premiação
O menino e o mundo	Longa	Apoio financeiro	Oscar
Caminho dos Gigantes	Curta	Apoio financeiro	Festival de Annecy Chicago Children's Festival
Edifício Tatuapé Mahal	Curta	Confecção e envio de cópia; apoio financeiro	Festival de Toulouse Festival de Tampere
Say I am only seventeen	Curta	Apoio financeiro	Festival de Tampere
Tango	Curta	Apoio financeiro	Chicago Children's Festival

Perspectivas Para a Animação

- FSA já investiu um total de R\$ 109 milhões na animação brasileira

Continuidade dos investimentos em produções de sucesso



Continuidade da aposta em novos projetos

As aventuras de Fujiwara Manchester

Investimento FSA: (R\$ 1.350.000)

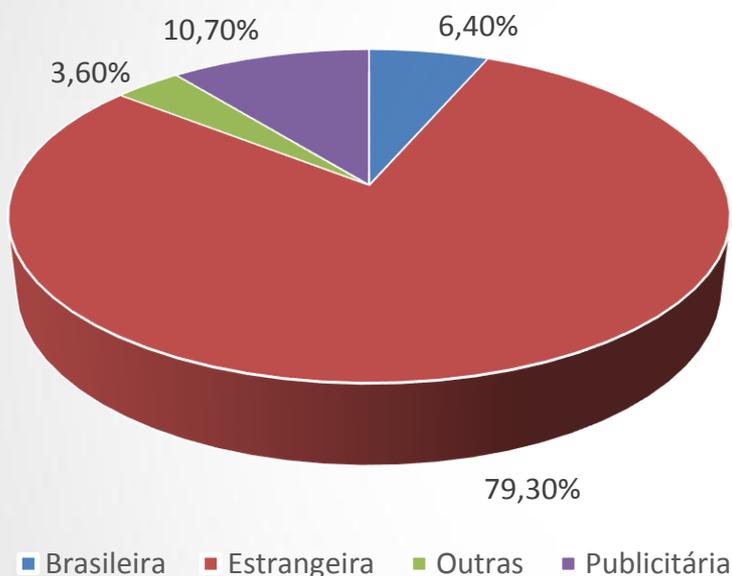
Episódio piloto está na programação do Anima Mundi 2016 (Out/Nov)

POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

1. O Direito ao Audiovisual
2. O Público Infantil
3. A Ancine e o Público Infantil
4. O FSA e o Público Infantil
5. A Relevância Crescente da Animação
- 6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)**
7. Perspectivas

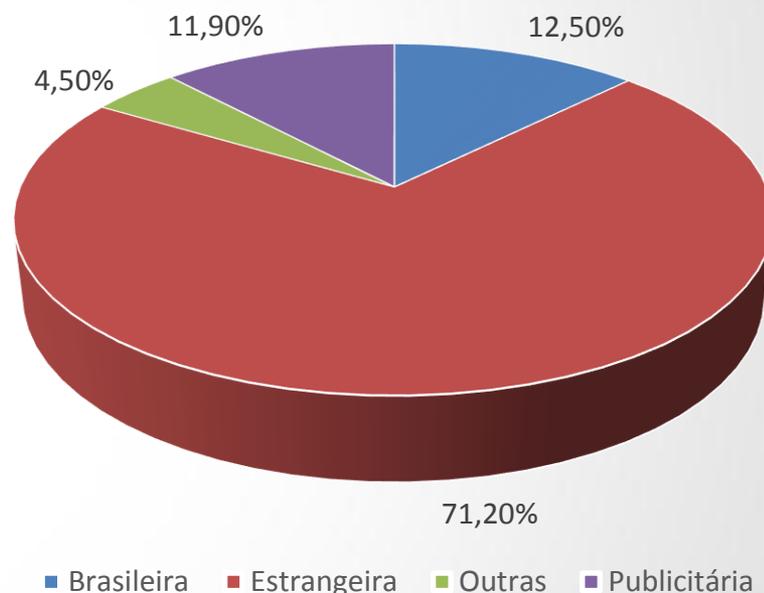
EFEITOS DA LEI 12.485/11 (LEI DA TV PAGA)

Percentual de horas de programação em canais infantis de espaço qualificado - 2015



Média semanal de **10:48 horas** de conteúdo brasileiro, por canal infantil

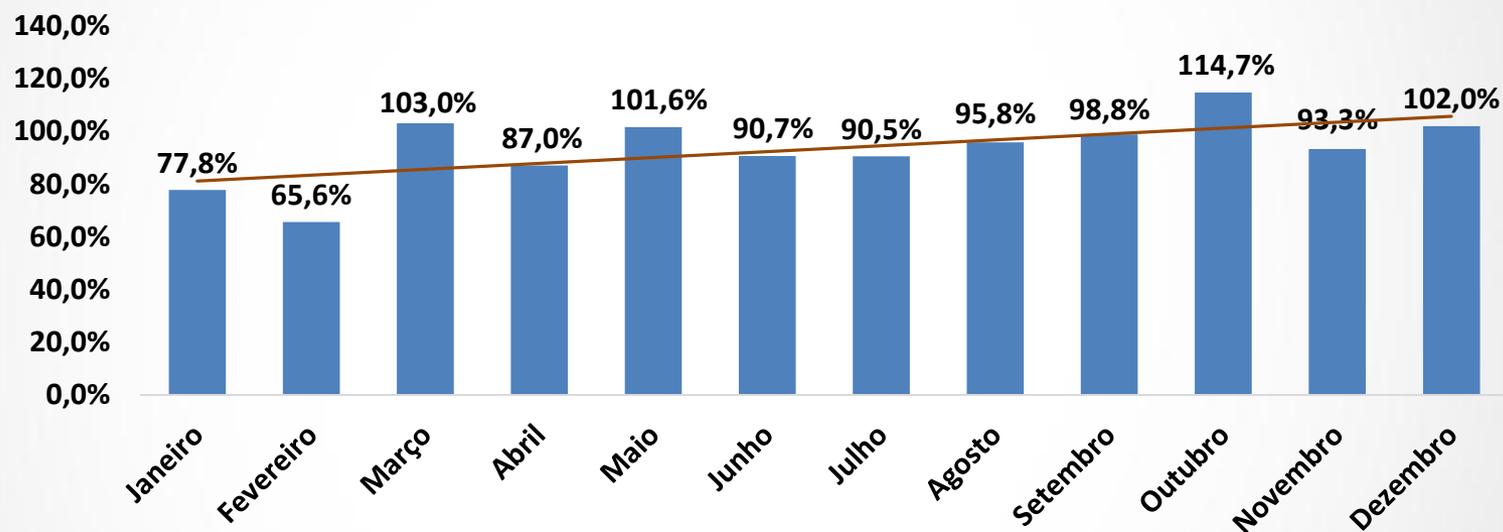
Percentual de horas de programação em canais infantis de espaço qualificado no horário nobre - 2015



Média semanal de **6:12 horas** de conteúdo brasileiro no horário nobre, por canal infantil

EFEITOS DA LEI 12.485/11 (LEI DA TV PAGA)

Tempo de programação que ultrapassa a cota legal de conteúdo brasileiro – 2015
Média percentual por canal e por mês (infantis)



9 canais infantis de espaço qualificado

3:30 de programação brasileira por semana, no horário nobre

Em 2015, a média percentual de tempo de programação que ultrapassa a obrigação legal de conteúdo brasileiro foi de 93,4%

EFEITOS DA LEI 12.485/11 (LEI DA TV PAGA)

MAIOR VEICULAÇÃO DE OBRAS BRASILEIRAS INDEPENDENTES

CANAL	GRUPO ECONÔMICO	SOMA DE OBRA BRASILEIRA INDEPENDENTE
GNT	Globo	1230:40:55
DISCOVERY KIDS	Discovery	1024:29:45
GLOOB	Globo	797:41:54
MTV	Viacom	574:36:28
CARTOON NETWORK	Time Warner	563:09:09

CANAL	GRUPO ECONÔMICO	SOMA DE OBRA BRASILEIRA INDEPENDENTE NO HN
DISCOVERY KIDS	Discovery	534:51:45
GNT	Globo	484:38:27
DISNEY JUNIOR	Disney	324:14:06
MTV	Viacom	308:32:27
TRU TV	Time Warner	304:14:49

POLÍTICAS CULTURAIS PARA A INFÂNCIA

1. O Direito ao Audiovisual
2. O Público Infantil
3. A Ancine e o Público Infantil
4. O FSA e o Público Infantil
5. A Relevância Crescente da Animação
6. Os Efeitos da Lei 12.485/11 (Lei da TV Paga)
- 7. Perspectivas**

PERSPECTIVAS

- Continuidade das políticas de fomento ao audiovisual que incluem as obras direcionadas ao público infantil
- Capacitação e qualificação na cadeia produtiva de animação
- Regulação do VoD estimulará o acesso a conteúdos brasileiros voltados para as crianças: **sinergia entre as janelas**
- Linhas voltadas para o financiamento de jogos eletrônicos e desenvolvimento de estudo relativo à inclusão deste segmento e de sua cadeia produtiva no espectro da legislação do setor audiovisual
- Instrução Normativa nº 128/16: acessibilidade auditiva e visual nas salas de cinema

+ Democratização



+ Acessibilidade

Obrigada!

rosana.alcantara@ancine.gov.br

www.ancine.gov.br