

## Iniciativas para o desenvolvimento da indústria de animação na União Europeia

### Initiatives for the development of the animation industry in the European Union

#### RESUMO

**Georgia Jahnke Galvão**  
[georgijahnke@gmail.com](mailto:georgijahnke@gmail.com)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

**Elisângela Lobo Schirigatti**  
[elisangelal@utfpr.edu.br](mailto:elisangelal@utfpr.edu.br)  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil

**Recebido:** 19 ago. 2020.

**Aprovado:** 01 out. 2020.

**Direito autoral:** Este trabalho está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



Com uma indústria de animação relativamente recente, o Brasil encontra como grandes questões a viabilização financeira de suas produções e a competição de um mercado historicamente dominado por grandes estúdios internacionais. Frente a tais desafios, os programas de incentivo à animação desempenham um papel de grande valia ao impulsionar essa indústria. O conhecimento sobre as ações dos grandes players de mercado pode servir de inspiração para a determinação das iniciativas internas. Sendo assim, o presente artigo visa realizar uma análise das iniciativas direcionadas para a indústria de animação nos principais polos produtivos da União Europeia. A pesquisa é de natureza qualitativa e foi conduzida através da exploração das referências bibliográficas e documentais. Como base, foram utilizados artigos sobre o tema e material online disponibilizado pelas instituições e órgãos envolvidos com os incentivos encontrados. Tais iniciativas se dão de múltiplas formas, indo de organizações financiadas pela iniciativa pública a parcerias entre governo, universidade e indústria. Os resultados demonstram o papel dos incentivos e parcerias no crescimento das indústrias locais, seja estimulando o desenvolvimento das habilidades humanas em animação, criando e moldando identidades e culturas nacionais, atraindo investimentos para as indústrias locais ou criando redes de colaboração entre profissionais, empresas e instituições.

**PALAVRAS-CHAVE:** design de animação. indústria criativa. mercado de animação.

#### ABSTRACT

With a relatively recent animation industry, Brazil finds the financial viability of its productions and the competition of a market historically dominated by large international studios as major issues. In the face of such challenges, animation incentive programs play a valuable role in boosting this industry. Knowledge about the actions of the major market players can serve as inspiration for determining internal initiatives. In view of this, this article aims to carry out an analysis of the initiatives directed to the animation industry in the main productive centers of the European Union. The research has a qualitative nature and was conducted by exploring bibliographic and documentary references. As a basis, articles on the topic and online material made available by the institutions and bodies



involved with the incentives of this industry were used. Such initiatives take place in multiple ways, ranging from organizations financed by the public initiative to partnerships between government, industry and universities. The results demonstrate the role of incentives and partnerships in the growth of local industries, whether by stimulating the development of human skills in animation, creating and shaping national identities and cultures, attracting investment to local industries or creating communities and collaborations between professionals, companies and institutions.

**KEYWORDS:** animation design. creative industry. animation market.

## INTRODUÇÃO

De acordo com o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes do Reino Unido (DCMS), as indústrias criativas podem ser definidas como tendo sua origem na criatividade individual, habilidade e talento, e incluem potencial para riqueza e criação de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual (DCMS, 2001). Dentro da indústria criativa encontra-se o mercado do audiovisual, do qual fazem parte as produções de animação (UNCTAD, 2010).

As produções de animação se diferenciam da captação da ação viva por causarem, através de sequências de imagens construídas por quadros individuais, o efeito de ilusão de movimento (COLOMBIA, 2009). Além de produções voltadas para a publicidade, cinema e televisão, o mercado de animação também oferece oportunidades dentro da área de games, aplicativos, e-books e da computação gráfica (SEBRAE, 2014). O processo produtivo é composto por uma série de etapas que se diferenciam de acordo com a técnica adotada (WINDER; DOWLABATI, 2011) que contam com a participação de diferentes profissionais, destacando-se o animador como principal profissional do processo. Em síntese, o processo produtivo está dividido em pré-produção, produção e pós-produção (SCHIRIGATTI; AVRICHIR, 2019).

Yoon e Malescki (2009) destacam que, entre 1930 e 1980, a produção de animação era dividida em produções artesanais, priorizando o valor artístico das obras, e produções globalizadas de Hollywood, voltadas para cinema e televisão, feitas em larga escala e com maior estrutura financeira. No entanto, a indústria de animação mundiais passou por mudanças significativas, especialmente na virada do último século, com a introdução do uso do CGI (Computer Graphic Imagery), que favoreceu a capacitação e evolução de muitos centros de produção (YOON, 2015).

Com a globalização da produção de animação, temos uma indústria mundial que, em 2018, foi avaliada em US\$ 259 bilhões (STATITSA, 2019), e que tem como maiores mercados o Japão, Reino Unido, Alemanha, França, Estados Unidos e Canadá (TSCHANG; GOLDSTEIN, 2005), os dois últimos também sendo principais produtores. Com a concorrência dessas grandes produções, países que não têm tradição na produção de animação, como é o caso do Brasil, podem encontrar dificuldades em concretizar suas obras e inseri-las no mercado mundial.

É nesse contexto que incentivos, fomentos, organizações e colaborações se fazem relevantes. Tais incentivos podem contemplar diversas instâncias do processo produtivo de uma obra, desde o desenvolvimento do roteiro até etapas de distribuição. Os incentivos também podem ser voltados para fomentar a indústria local através da qualificação de profissionais, como é o caso do polonês “*Film Education Operational Programme*”, programa governamental que tem verba destinada para cobrir custos de graduações, pós-graduações, escolas vocacionais e outros treinamentos profissionais da área do audiovisual (POLISH FILM INSTITUTE, 2020). É importante ressaltar que, embora seja algo difícil de mensurar, observam-se retornos em países que investiram no setor. Na União Europeia, nos primeiros 14 anos em que o programa *Cartoon Movie* foi implementado, o volume de produções de animação no continente foi multiplicado por 5, enquanto a audiência foi multiplicada por 10 (PUMARES, et al., 2015). O *Cartoon Movie* é o subprograma voltado para animação do *Creative*

*Europe's MEDIA*, organização que, desde sua implementação em 1991, promove ferramentas para a circulação dos projetos pelo continente e promove coproduções internacionais (PUMARES, et al., 2015). O *Creative Europe's MEDIA* é um dos dois programas de incentivo ao audiovisual em âmbito Europeu, assim como o *Eurimages*, fundo do *Council of Europe* para suporte a produção, distribuição, exibição e promoção de obras audiovisuais estabelecido em 1989 (COUNCIL OF EUROPE PORTAL, 2020).

Apesar da animação brasileira possuir uma história de 100 anos, a indústria nacional deste setor é relativamente jovem (GATTI JÚNIOR; GONÇALVES; BARBOSA, 2014). A falta de recursos para a concretização dos projetos e a competitividade com países com tradição em animação e maior acesso a suportes financeiros para as produções (GATTI JÚNIOR; GONÇALVES; BARBOSA, 2014) são realidades que sempre foram enfrentadas pelo setor (MORENO, 1978). Contudo, o mapeamento de projetos e incentivos que os países pesquisados canalizam para suas indústrias de animação pode servir como base para reflexão sobre as atuais políticas e incentivos no Brasil, bem como ter um viés inspirador para sua indústria local. Diante deste contexto, o objetivo deste artigo é identificar as iniciativas que os principais polos de animação da União Europeia adotaram ou estão adotando para promover o setor de animação.

## MATERIAL E MÉTODOS

A pesquisa é de natureza qualitativa e exploratória (CRESWELL; CRESWELL, 2018) e foi conduzida através da exploração dos dados secundários apresentados em referências bibliográficas e documentais. Como base, foram utilizados artigos sobre o tema e material online disponibilizado pelas instituições e órgãos envolvidos com os incentivos da indústria de animação. Envolveu a busca de iniciativas aplicadas em diversos países produtores de animação. A busca envolveu o acesso às bases de dados da SciELO, Scopus, Web Science, Google Scholar e Spell, entre outras. A procura nestas bases ocorreu entre dezembro de 2019 e junho de 2020, com o uso das palavras-chave “animation”, “animation Industry”, “animation funding” e “animation incentives”.

Para facilitar a visualização e análise, o conteúdo encontrado foi organizado de acordo com Zubelli (2017). As iniciativas foram distribuídas em três categorias: produção, distribuição e qualificação. O primeiro grupo abrange iniciativas relacionadas com as fases do processo produtivo (pré-produção, produção e pós-produção). O segundo diz respeito a aspectos que contribuem com a distribuição e exibição das obras. Por fim, a terceira categoria reúne os incentivos que se propõe a fomentar a qualificação de profissionais da área, visando treinamento e educação em qualquer nível ou tipo (incluindo ensino superior, cursos técnicos ou sequenciais, congressos, palestras, entre outros).

As informações encontradas durante o estudo foram estruturadas em um quadro. Devido ao seu tamanho final e a limitação de espaço na estruturação do artigo, apenas parte do conteúdo do quadro será referenciado, somente a título de ilustração. Sendo assim, as principais iniciativas encontradas serão destacadas na forma de texto.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados indicaram 50 iniciativas de animação em 16 países da União Europeia, sendo eles Alemanha, Bélgica, Croácia, Polônia, Espanha, Dinamarca, Bulgária, França, Irlanda, Estônia, Finlândia, Holanda, Itália, Portugal, Lituânia e Suécia. Além dos incentivos específicos de cada país, foram mapeados 6 incentivos que englobam toda a União Europeia. O quadro a seguir ilustra como as informações foram organizadas (Quadro 1).

Quadro 1 – Exemplo do quadro de iniciativas atuais para a promoção e/ou regulação da indústria de animação.

Foco da Iniciativa	País	Política de promoção e regulação	Esboços e objetivos
Produção	Suécia	<i>Swedish Film Institute Funding</i>	Financiamento feito pelo governo sueco voltado para diversas etapas da produção de filmes. Também inclui um financiamento feito para obras coproduzidas com estrangeiros.
Distribuição e exibição	Bulgária	<i>The Film Industry Act</i>	Suporte financeiro governamental que cobre até 50% dos orçamentos para distribuição e promoção de filmes búlgaros. Também realiza suporte para distribuição de filmes feitos em coprodução com outros países europeus.
Qualificação	Polônia	<i>Polish Film Institute: Film Education Operational Programme</i>	Contempla verba de até 5 milhões poloneses destinados para capacitação na área do audiovisual, como graduações e pós-graduações, escolas vocacionais e treinamentos profissionais.

Fonte: As autoras (2020).

Dentre as iniciativas pesquisadas, foram encontrados incentivos voltados para a produção, distribuição e qualificação na indústria de animação. Observou-se que a maioria dos programas de fomento contemplam as etapas de produção de animação, que incluem áreas de projeto, desenvolvimento de scripts e roteiros e pós-produção. É relevante apontar que, embora dentre os incentivos existam programas de suporte financeiro específicos para animação, a maioria é voltada para o audiovisual em geral, englobando animações. Também é válido pontuar que, para decidir a elegibilidade das produções que irão receber suporte, muitos países se valem da realização de testes culturais para verificação do alinhamento das propostas com o foco do incentivo.

O resultado do mapeamento realizado evidenciou que as iniciativas que envolvem suporte financeiro são uma prática comum nos países pesquisados. Tal apoio financeiro pode ser de origem governamental ou privada, direta ou advinda de fundos financeiros específicos do audiovisual ou promovidos por meio do envolvimento de diversas instituições e companhias que investem em audiovisual no país, denominadas sociedades de financiamento.

Outras maneiras de incentivo se dão por meio da oferta de um fundo retroativo, que se baseia em um sistema de pontuação pautado na venda de ingressos e no sucesso em festivais e premiações relevantes; Através de taxas de crédito fiscais com redução da tributação para produções; E principalmente na forma de empréstimos reembolsáveis. Um outro tipo de financiamento que pode ser ressaltado prevê o envolvimento de empresas privadas no financiamento de projetos e o oferecimento, por parte do governo, de abrigo fiscal para os investidores.

Esses suportes ajudam a financiar a produção de longas-metragens, curtas e filmes de média duração, e podem contemplar coproduções e produções estrangeiras, dentro de condições específicas. Muitas vezes, o suporte econômico é direcionado para produções de audiovisual que investem seu orçamento em trabalhos de talentos regionais e com preferência para conteúdos ligados à cultura local do país. A preferência de apoio é para filmes criativos, que tenham um mínimo de duração e que se mostrem promissores em festivais e premiações. Os investimentos são destinados para projetos de filmes e coproduções internacionais e que buscam dar visibilidade a produções com temática voltada ao público infantil, focando em roteiros originais, com apelo comercial, com potencial de audiência ou que sejam artisticamente inovadores.

Além do suporte financeiro, alguns governos promovem a regulamentação para etapas da produção de filmes produzidos, incentivando a cooperação com associações profissionais da área e com organizações sem fins lucrativos da indústria do audiovisual do próprio país.

No quesito distribuição, podemos citar as iniciativas de suporte para estreia mundial de longas metragens em determinados festivais; Suporte de distribuição e promoção de produções em cinemas do país e ao redor do mundo; Desenvolvimento de legendas e descrições de áudio, bem como suporte para empresas distribuidoras de filmes.

As iniciativas na área de qualificação contemplam bolsas de estudos estrangeiras, preveem a modernização e a digitalização do cinema e possuem programas diversos de financiamento para produções de audiovisual. Também podem incluir investimentos direcionados para festivais de filmes, material impresso e digital sobre essas produções e restauração digital de obras. Além disso, existem as iniciativas voltadas para treinamento, com verba destinada para capacitação na área do audiovisual, como graduações e pós-graduações, escolas vocacionais e treinamentos profissionais. Por fim, existem incentivos que apoiam cineastas e escritores a lançarem seus primeiros trabalhos de longas-metragens, documentários, híbridos, séries e projetos Cross-media.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo inicial se preocupou em conceber uma visão generalista das iniciativas, sem se preocupar em abranger o contexto sociocultural dos países. Os resultados revelaram o domínio do incentivo financeiro ao setor de animação e seus diferentes formatos e naturezas, tais como: abrigo fiscal, reembolso, crédito tributário, financiamento direto (este não necessariamente reembolsável).

Mostrou também um forte esforço na promoção do crescimento da indústria audiovisual através de etapas da produção.

Outro ponto interessante evidenciado foi a existência de programas de qualificação e a atuação de organizações sem fins lucrativos que visam criar uma comunidade dentro da indústria de animação, promovendo debates e conexões com investidores. Pode-se perceber que a ação do Estado como contribuinte e apoiadora do audiovisual é antiga, e não necessariamente voltada apenas para produções que tragam benefícios econômicos relevantes para a economia local. Os testes culturais garantem que os incentivos fiscais serão usados para promover cultura e estimular a criatividade, não só aplicações comerciais.

Por fim, algumas limitações do estudo estão ligadas ao fato de ter sido uma pesquisa qualitativa, requerendo, para um melhor entendimento da situação, pesquisas mais aprofundadas sobre o contexto sociocultural dos países e suas particularidades.

## REFERÊNCIAS

CRESWELL, J., W.; CRESWELL, J. D. **Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018.

COLOMBIA. **Cartilla de conceptos audiovisuales**. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2009, ISBN: 978-958-8250-78-6, *online*. Disponível em: <https://www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia/publicaciones/Documents/Cartilla%20de%20Conceptos%20Audiovisuales.pdf>. Acesso em: 07 jun. 2020.

COUNCIL OF EUROPE. **About Eurimages** – European Cinema Support Fund. Strasburgo: Council of Europe Portal, 2020, *online*. Disponível em: <https://www.coe.int/en/web/eurimages/about>. Acesso em: 13 ago. 2020.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORTS (DCMS). **Creative Industries Mapping Document**. Londres: DCMS, 2001. Disponível em: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf). Acesso em: 08 ago. 2020.

GATTI JUNIOR, W.; GONÇALVES, M.A.; BARBOSA, A.F.P.L. **Um estudo exploratório sobre a indústria brasileira de animação para TV**. Revista eletrônica de administração, Porto Alegre, v. 78, n. 2, p. 461-495, 2014.

MORENO, A. **A experiência brasileira no cinema de animação**. Rio de Janeiro: Artenova, Embrafilme, 1978.

NATIONAL FILM CENTRE EXECUTIVE AGENCY. **Film Industry Act**. Sofia: National Film Centre Executive Agency, 2004, *online*. Disponível em: <https://www.film-makers.bg.org/en/ubfm/film-industry-act.html>. Acesso em: 15 jun. 2020.

POLISH FILM INSTITUTE. **Operational Programmes**. Varsóvia: Polish Film Institute, 2020, *online*. Disponível em: <https://pisf.pl/en/operational-programmes/>. Acesso em 03 jul. 2020.

PUMARES, M.J.; SIMONE, P.; KEVIN, D.; MILLA, J.T. **Mapping the Animation Industry in Europe**. Strasbourg: European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasburgo, 2015.

SCHIRIGATTI, E.L.; AVRICHIR, I. **Processo de produção de uma animação: uma abordagem teórica**. Diálogo com a Economia Criativa, Rio de Janeiro, v. 4, n. 11, p. 32-55, mai/ago. 2019.

SEBRAE. **O crescente Mercado da animação no Brasil**. Boletim Economia Criativa, 2014.

SWEDISH FILM INSTITUTE. **Funding from the Swedish Film Institute**. Estocolmo: Swedish Film Institute, 2015, *online*. Disponível em: <https://www.filminstitutet.se/en/funding/funding-from-the-swedish-film-institute/funding-for-producing-swedish-film/>. Acesso em: 13 ago. 2020.

STATISTA. **Size of the animation Market worldwide from 2017 to 2020 (in billion U.S dollars)**. Statista, 2019, *online*. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/817601/worldwide-animation-market-size/>. Acesso em: 07 jun 2020.

TSCHANG, F.T.; GOLDSTEIN, A. **The Outsourcing of “Creative” Work and the Limits of Capability: The case of the Philippines’ Animation Industry**. IEE Transactions on Engineering Management, *online*, v. 57, n. 1, p. 132-143, fev. 2010. DOI: <https://doi.org/10.1109/TEM.2009.2028325>

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (Unctad). **Creative Economy Report 2010 - Creative Economy: A feasible Development Option**. UN, 2010. ISBN: 978-0-9816619-0-2. Disponível em: [https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf). Acesso em: 07 jun. 2020.

WINDER, C.; DOWLABATI, Z. **Producing Animation**. 2. ed. Oxford: Taylor & Francis Ltd, 2011.

YOON, H. **Globalization of the Animation Industry: multi-scalar linkages of six animation production centers.** International Journal of Cultural Policy, *online*, v. 23, n. 5, p. 634-651, set. 2015.

YOON, H.; MALECKI, E.J. **Cartoon planet: worlds of production and global production networks in the animation industry.** Industrial and Corporate Change, Oxford University Press, Oxford, v. 19, n. 1, p. 239-271, fev. 2010.

ZUBELLI, L. M. R. A. **Uma Visão Sistêmica das Políticas Públicas ao Setor Audiovisual Brasileiro.** Instituto de Economia da UFRJ, 2017, Tese de Doutorado.