



## **Peixonauta: Um Estudo de Caso Sobre o Mercado de Animação Brasileiro<sup>1</sup>**

Paula Ribeiro Alves FERREIRA<sup>2</sup>

João Carlos MASSAROLO<sup>3</sup>

Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, SP

### **Resumo**

A animação tem tido um enorme espaço nas mídias, sempre algo novo surge. Porém, quase sempre as notícias são relacionadas com produções de outros países. Esse trabalho, portanto, tem o intuito de trazer a animação brasileira para um plano de destaque, possibilitando apresentar os fatores que possibilitam o crescimento dessa área no país, mostrando que o país tem condições de fazer produções nos níveis internacionais e que pode ser um objeto extremamente amplo de estudo. Este projeto é focado na série animada *Peixonauta*, exibido no canal por assinatura *Discovery Kids* e tem como objeto de estudo apontar os fatores mercadológicos que contribuíram para o crescimento das produções de animação no país, principalmente aos voltados para o público infantil e quais as características diferenciais desse programa que permitiram a aceitação desse desenho pelas crianças consumidoras do programa.

**Palavras-chave:** animação; televisão; mercado; infantil; série; peixonauta

### **Introdução ao Problema**

Quando o assunto é animação, a primeira coisa a se pensar são nas produções realizadas nos Estados Unidos, principalmente pelos estúdios *Disney* e *Pixar*. Porém, a partir da década de 90, o Brasil começa a assumir um papel importante no mercado de animação. Se hoje vivemos no país um período de expansão da animação, isso se deve graças a fatores que vem sendo trazidos por gerações anteriores, principalmente das décadas de 1980 e 1990. Como exemplo, o filme *Cassiopéia* de 1996 com direção de Clóvis Vieira que foi um marco na animação brasileira já que foi a primeira totalmente feita por meio de computação gráfica. *Toy Story* (Estados Unidos) estreou primeiro, porém o *Cassiopéia* foi produzido anteriormente.

Dessa maneira, novos direcionamentos foram empregados no mercado de animação, fazendo aumentar o interesse por essa área em território nacional. Crescem o número de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Imagem e Som do DAC-UFSCar e Bolsita de Iniciação Científica pela FAPESP, email: [paula\\_raferreira@yahoo.com.br](mailto:paula_raferreira@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Orientador do projeto. Professor do Curso de Imagem e Som do DAC-UFSCar, email: [massarolo@terra.com.br](mailto:massarolo@terra.com.br)



produções, de festivais, das co-produções com outros países, e ainda de posições de destaque dos brasileiros, principalmente nos Estados Unidos, como é o caso de Carlos Saldanha que co-dirigiu *A Era do Gelo 1*, e dirigiu *A Era do Gelo 2 e 3*. Além disso, são reforçadas as leis de incentivo do audiovisual e é criada, em 2003, a Associação Brasileira de Cinema de Animação (ABCA).

Em abril de 2009, surge a primeira série brasileira de animação *Peixonauta*, fazendo enorme sucesso no canal *Discovery Kids*, desbancando desenhos mundialmente conhecidos como *Backyardigans*. A série foi pensada para crianças de 03 a 07 anos e trata de problemas ambientais em que um peixe que utiliza um escafandro para poder sair do rio, Peixonauta e seus amigos Zico, um macaco, e Marina, uma menina de 7 anos, têm que descobrir as causas desses problemas através de pistas que uma espécie de pérola ou bola colorida, que sai de uma ostra dentro do mar chamada de POP, mandam para eles. Nesse momento as crianças que estão assistindo são chamadas para ajudá-los a abrir a POP através de uma seqüência de ritmos feitas com as mãos e pés. O programa conta com 52 episódios de 11 minutos cada e teve sua concepção artística feita totalmente no Brasil pela produtora TV PinGuin em associação com a *Discovery Kids Latin America*.

### **Justificativa**

A animação no Brasil começou há vários anos com principal influência dos cartunistas. Teve como primeira animação exibida nos cinemas em 1917, *Kaiser* de Álvaro Marins. Após isso, porém, a animação no Brasil, foi utilizada quase que somente em campanhas publicitárias, por chamar atenção dos consumidores. Considerando então, que a animação fazia sucesso com as pessoas e ainda faz, pois com os comerciais destacavam o produto chamando a atenção do público formado não só por crianças, mas por adultos também.

Atualmente, podemos perceber o crescimento das produções de animações no Brasil, mas como objeto de pesquisa ela ainda é pouco estudada. Encontrando quase que somente livros produzidos em outras línguas e que falam quase que somente das animações feitas no exterior.

Essa pesquisa, portanto, tem o intuito de colaborar com os estudos de caráter nacional, tendo como foco o mercado e quais os fatores determinantes que têm contribuído para o aumento das produções de animação no país, analisando a série para a televisão



*Peixonauta* que faz enorme sucesso com as crianças e está sendo vendida para vários países.

### **Objetivos**

Esse projeto tem como objetivo maior estudar os fatores mercadológicos que possibilitaram o visível crescimento das produções de animação no Brasil, tendo como base a série de animação *Peixonauta*.

À partir disso, será possível estudar objetos mais específicos como a relação entre a produção da série *Peixonauta* com as leis de incentivo do audiovisual, a relação entre patrocinadores e se há a influência de *merchandising* e também quais foram as inovações que a série trouxe para o segmento infantil.

### **Plano de Trabalho**

Para a realização desse trabalho, decidi organizá-lo em 5 partes. A primeira parte consistiu em uma leitura e revisão da bibliografia pertinente ao tema e que serviu como base teórica. A segunda parte consiste em revisar e analisar todos os episódios de *Peixonauta*, fazendo resumos de todos os episódios, incluindo, estudos de personagem, desenvolvimento da trama, mudanças de rumos nas histórias, entre outros. Ainda nessa parte do plano de trabalho, serão feitas as comparações teóricas com a bibliografia utilizada. Na terceira parte será feito um levantamento de dados da série, de patrocinadores e de leis de incentivo do audiovisual que contribuíram para a produção. Na quarta parte, o trabalho consistirá em analisar todos os dados obtidos, incluindo bibliográficos e fílmicos, importantes na série *Peixonauta*. Por fim, a quinta parte consistirá na redação e revisão dos relatórios finais.

### **Cronograma**

Etapas	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
1	X	X										
2			X	X	X							
3						X	X					
4								X	X	X		
5											X	X



## **Materiais e Métodos**

Para a pesquisa pretende-se utilizar de bibliografia referente ao tema animação, televisão e mercado no Brasil. Será feito um resumo de todos os episódios como também, um estudo sobre a estrutura narrativa da série, a construção de personagens, as mudanças de rumos, situações, novos personagens. Além disso, será feito um levantamento das leis audiovisuais e como a série *Peixonauta* utilizou de tais recursos durante a produção. Será analisada a relação entre patrocinadores e a produção e verificar a existência de propaganda. Em seguida, será feita uma análise comparativa entre os dados obtidos e a série animada *Peixonauta*.

## **Forma de Análise dos Resultados**

A análise de resultados será feita de acordo com uma metodologia eficaz que possibilitará pensar quais foram e são os fatores fundamentais para o crescimento da animação no Brasil e como utilizadas as leis de incentivo e os patrocinadores durante a animação e, também, quais as inovações presentes, tendo como objeto principal de estudo para comparação dos dados, a série *Peixonauta*. Espera-se como resultado o aumento significativo das produções brasileiras de animação, principalmente na última década.

## **Referências bibliográficas**

LUCENA JÚNIOR, Alberto. **Arte da Animação** – Técnica e Estética Através da História. São Paulo, Editora SENAC, 2002.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo, Editora Senac, 2003.

POSSEBON, Samuel. **TV por Assinatura** – 20 anos de evolução. São Paulo, Save Produção, 2009.

PACHECO, Elza Dias (org.). **Televisão, criança, imaginário e educação: Dilemas e diálogos**. Campinas, Papirus, 1998.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre, Sulina, 2004.

HOINEFF, Nelson. **A Nova Televisão** – Desmassificação e o impasse das grandes redes. Rio de Janeiro, Comunicação Alternativa: Relume Dumará, 1996.

WERNECK, Daniel Leal. **Estratégias digitais para o cinema de animação independente**. Disponível em:  
[http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.do?select\\_action=&co\\_au](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.do?select_action=&co_autor=27207)  
[tor=27207](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.do?select_action=&co_autor=27207)



GOMES, Andréia Prieto. **História da Animação Brasileira**. Disponível em: <http://www.cenacine.com.br/wp-content/uploads/historia-da-animacao-brasileira1.pdf>

MIKEVIS, Dayanne. **“Peixonauta” passará até em árabe e já tem longa previsto**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u552042.shtml>

RODRIGUES, Lúcia Valentim. **Animação nacional conquista espaço na TV**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u593912.shtml>

RODRIGUES, Lúcia Valentim. **Animação "Peixonauta" picota sucesso da telinha em DVDs**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u708540.shtml>

MATTOS, Laura. **Primeira série de animação brasileira na TV, "Peixonauta" conquista mercado**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u721419.shtml>

BRASIL, Ministério da Cultura. **Uma política para a animação brasileira**.