



Artigo – Dossiê Temático

Olhares para os públicos de cinema na América Latina

A trajetória e a relevância estratégica do público infantil para o desenvolvimento do cinema e audiovisual brasileiro**La trayectoria y la relevancia estratégica del público infantil para el desarrollo del cine y el audiovisual brasileño****The trajectory and strategic relevance of children's audiences for Brazilian cinema and audiovisual development**Arthur Fiel^IUniversidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-1468-5958>Pedro Alves^{II}Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-8157-9776>

Resumo: Este artigo examina a trajetória do público infantil e sua relação com o cinema e audiovisual brasileiro, evidenciando a relevância estratégica deste segmento para a sobrevivência e soberania da cinematografia nacional. Apesar da marginalização nos estudos acadêmicos, a análise revela que produções voltadas às crianças foram cruciais em períodos críticos, como a crise dos anos 1990, quando representaram 68% do público entre os filmes brasileiros mais assistidos após o desmonte da Embrafilme. O estudo mapeia desde as primeiras iniciativas vinculadas a ideia de um cinema educativo até a atual diversidade de obras em plataformas, demonstrando a importância da formação do público infantil para o desenvolvimento do setor. Discute-se ainda a importância de políticas públicas específicas, como as leis que versam sobre a inclusão do cinema nas escolas e as recentes legislações de cotas de tela, enquanto estratégias para cultivar novas gerações de espectadores brasileiros. Por fim, o artigo conclui que o investimento na formação de público, bem como no desenvolvimento de obras dedicadas ao cinema e audiovisual infantil representa um elemento estratégico para a soberania cultural brasileira e para garantir a continuidade e diversidade da produção nacional frente aos desafios que se impõem ao setor audiovisual.

Palavras-chave: Público Infantil; Cinema Brasileiro; Cinema Infantil; Audiovisual Infantil.





Resumen: Este artículo examina la trayectoria del público infantil y su relación con el cine y el audiovisual brasileño, evidenciando la relevancia estratégica de este segmento para la supervivencia y soberanía de la cinematografía nacional. A pesar de su marginación en los estudios académicos, el análisis revela que las producciones dirigidas a la infancia fueron cruciales en períodos críticos, como durante la crisis de los años 90, cuando representaron el 68% del público entre las películas brasileñas más vistas tras el desmantelamiento de Embrafilme. El estudio mapea desde las primeras iniciativas vinculadas a la idea de un cine educativo hasta la actual diversidad de obras en plataformas, demostrando la importancia de la formación del público infantil para el desarrollo del sector. Asimismo, se discute la importancia de políticas públicas específicas, como las leyes que promueven la inclusión del cine en las escuelas y las recientes legislaciones sobre cuotas de pantalla, concebidas como estrategias para cultivar nuevas generaciones de espectadores brasileños. Finalmente, el artículo concluye que la inversión en la formación de públicos, así como en el desarrollo de obras dedicadas al cine y audiovisual infantil, representa un elemento estratégico para la soberanía cultural brasileña y para garantizar la continuidad y diversidad de la producción nacional frente a los desafíos que se imponen al sector audiovisual.

Palabras clave: Público infantil; Cine brasileño; Cine infantil; Audiovisual infantil.

Abstract: This article examines the trajectory of the children's audience and its relationship with Brazilian cinema and audiovisuals, highlighting the strategic relevance of this segment for the survival and sovereignty of national cinematography. Despite being marginalized in academic studies, the analysis reveals that productions aimed at children were crucial in critical periods, such as the 1990s crisis, when they accounted for 68% of the audience among the most-watched Brazilian films after the dismantling of Embrafilme. The study maps from the earliest initiatives linked to the idea of educational cinema to the current diversity of works on platforms, demonstrating the importance of children's audience formation for the sector's development. It also discusses the importance of specific public policies, such as laws addressing the inclusion of cinema in schools and recent screen quota legislation, as strategies to cultivate new generations of Brazilian spectators. Finally, the article concludes that investment in audience formation, as well as in the development of works dedicated to children's cinema and audiovisuals, represents a strategic element for Brazilian cultural sovereignty and for ensuring the continuity and diversity of national production in the face of the challenges facing the audiovisual sector.

Keywords: Children's Audience; Brazilian Cinema; Children's Cinema; Children's Audiovisual.

Introdução

O cenário acadêmico brasileiro de estudos cinematográficos e audiovisuais tem sido historicamente marcado por uma significativa lacuna: a escassa atenção dedicada ao cinema infantil nacional. Apesar de sua incontestável relevância comercial, cultural e social ao longo da história do audiovisual brasileiro, este segmento permaneceu relegado às margens da produção científica, raramente ocupando posição central nas análises, publicações e eventos acadêmicos dedicados à cinematografia do país. Esta marginalização acadêmica contrasta fortemente com os dados empíricos de bilheteria e impacto de público, que demonstram como o cinema voltado ao público infantil constituiu, em diversos momentos históricos, um dos mais vitais pilares de sustentação do mercado cinematográfico brasileiro.

A histórica invisibilidade do cinema infantil nos estudos acadêmicos reflete, em grande medida, uma hierarquização de valores estéticos e temáticos que privilegiou determinadas correntes cinematográficas em detrimento de produções consideradas



“menores” por seu caráter comercial ou público-alvo específico. Nesse contexto, filmes de sucesso comercial como os produzidos pelo grupo *Os Trapalhões* ou protagonizados pela apresentadora Xuxa, que frequentemente alcançavam milhões de espectadores nas salas de cinema brasileiras, foram sistematicamente desconsiderados como objetos de análise rigorosa, enquanto produções de menor alcance público, mas alinhadas a determinados cânones estéticos, recebiam extensa atenção crítica e acadêmica.

Este descompasso entre relevância mercadológica e valorização acadêmica não apenas limitou a compreensão do cenário cinematográfico brasileiro em sua totalidade, como também negligenciou aspectos fundamentais sobre a formação de público, os processos de identificação cultural e as estratégias de sobrevivência do cinema e audiovisual nacional. Como evidenciam os dados apresentados neste estudo, durante a chamada “crise do cinema brasileiro” nos anos 1990, período em que a produção nacional enfrentou seu momento mais crítico após o desmonte da Embrafilme, foram justamente as produções infantis que sustentaram significativa parcela do público nas salas de cinema, fenômeno que permaneceu largamente ignorado pela historiografia canônica do cinema brasileiro.

Este artigo insere-se em um movimento de revisão e revalorização, propondo-se a analisar as trajetórias históricas do cinema infantil brasileiro, suas transformações conceituais, estéticas e mercadológicas, bem como seus desafios contemporâneos frente às novas plataformas e hábitos de consumo. Ao examinar criticamente a evolução deste segmento e público-alvo crucial para o audiovisual nacional, buscamos não apenas preencher uma lacuna historiográfica persistente, mas também contribuir para a legitimação acadêmica de um campo de estudos que, apesar de sua inegável importância social, cultural e econômica, permanece subrepresentado na produção científica brasileira sobre cinema e audiovisual.

Trajetórias do cinema infantil brasileiro: um breve panorama histórico

Para compreendermos as trajetórias do cinema infantil brasileiro, faz-se necessário, primeiramente, delimitar o que caracteriza obras cinematográficas classificadas como infantis. Diversos pesquisadores (Mallan; Bradford, 2011; Brown, 2017, 2019) já se dedicaram à complexa tarefa de conceituar esse gênero, identificando elementos recorrentes em tais produções. Em consonância com Altman (2000) e Mittell (2004), entendemos que os gêneros cinematográficos não constituem categorias



estáticas, mas construções culturais que evoluem historicamente, respondendo às dinâmicas entre indústria, realizadores e público.

No caso específico do cinema infantil, cuja particularidade reside em ser definido por seu público-alvo, podemos compreendê-lo não como um conjunto de características textuais fixas, mas como uma formação cultural negociada por meio da própria concepção de infância em voga. Esta especificidade demanda uma articulação teórica cuidadosa entre os processos de produção e consumo, uma vez que a definição do que constitui “cinema infantil” emerge justamente da interação entre as intenções produtivas (filmes feitos para crianças) e as práticas de recepção (filmes efetivamente consumidos por crianças).

Uma distinção fundamental para esta análise encontra-se na diferenciação entre filme infantil e filme familiar. Bazalgette e Staples (1995) caracterizam filmes familiares como produções hollywoodianas de caráter comercial que visam maximizar a audiência por meio de um elenco infantil idealizado. Em contrapartida, os filmes infantis configuram-se como produções não comerciais, realizadas em países com suporte governamental ao setor audiovisual, direcionadas especificamente ao espectador infantil e seus interesses. Brown complementa essa perspectiva ao destacar estratégias frequentemente empregadas pelos filmes familiares para ampliar seu público-alvo, inicialmente infantil, como “a adição de temas, alusões, subenredos, celebridades adultas e um humor mais sofisticado (por exemplo, trocadilhos ou ironias)” (Brown, 2019, p. 226, tradução nossa)¹.

Ressalta-se que essas duas conceituações se entrelaçam e se retroalimentam em seus próprios desenvolvimentos. No entanto, mesmo na contemporaneidade, a relação entre conteúdo infantil e seu caráter educativo permanece arraigada no senso comum. Nesse contexto, Brown e Babington (2015, p. 4, tradução nossa) destacam “a tensão entre pedagogia e prazer que está implícita em todos os filmes infantis”². Para além dessas duas visões sobre o conteúdo infantil, evidencia-se o caráter de exclusão; isto é, conteúdo infantil seria compreendido como todo aquele que não se classifica como adulto.

É importante estabelecermos ainda uma distinção entre “filmes com crianças” e “filmes para crianças”, diferenciação que será fundamental para compreender o panorama da produção brasileira. Enquanto os primeiros apresentam protagonistas infantis, mas não necessariamente se dirigem a esses espectadores — podendo ser

¹ No original: “*the addition of themes, allusions, subplots, adult stars, and more sophisticated humor (e.g., wordplay or innuendo)*”.

² No original: “[...] *the tension between pedagogy and pleasure which is implicit in all films for children*”.



consideradas como “narrativas iniciáticas” (Lopes, 2008) —, os segundos são concebidos especificamente tendo as crianças como público-alvo. Tal distinção, embora possa parecer sutil, tem implicações diretas nas estratégias narrativas, estéticas e de distribuição dessas obras.

Em sua gênese, a relação entre o público infantil e o cinema no Brasil foi historicamente marcada por um caráter de exclusão por meio de restrições e regulamentações. Conforme aponta Schwarzman (2004, p. 112-113), “Em 1927, um decreto, que ficou conhecido como ‘Código de Menores’, impediu a entrada de crianças de até cinco anos em qualquer exibição, as de quatorze anos desacompanhadas, e tirou das salas [de cinema] às 20 horas todos os menores”. Tal regulamentação evidencia a preocupação das autoridades com a influência do cinema sobre os jovens desde seus primórdios, fundamentada principalmente em princípios morais, ao mesmo tempo em que ressalta a necessidade de um tipo de produção que pudesse ser considerada adequada ao público infantil.

Nesse contexto, destaca-se o trabalho realizado por Humberto Mauro junto ao Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), criado em 1936. Embora não produzisse filmes explicitamente classificados como “infantis” ou “familiares”, o diretor desenvolveu uma significativa produção de curtas-metragens educativos que, utilizados nas escolas, estabeleceram um dos primeiros vínculos sistemáticos entre o audiovisual brasileiro e o público infantil. Tal vínculo já era reconhecido no cenário midiático nacional, como evidencia uma publicação do *Jornal do Brasil*, em 1938, na qual se destacava que “o cinema pode ser, realmente, um elemento precioso para a instrução dos pequeninos” (O Cinema, 1938, p. 5).

Observa-se que as primeiras produções cinematográficas voltadas especificamente para o público infantil no Brasil emergiram de forma tímida nas décadas de 1950 e 1960. Nesse período, destacaram-se filmes como *O saci* (Rodolfo Nanni, 1951), baseado na obra de Monteiro Lobato, representando uma das primeiras iniciativas de adaptação da literatura infantil brasileira para as telas, e *Pluft, o fantasminha* (Romain Lesage, 1962), inspirado na peça teatral infantil homônima de Maria Clara Machado. A década de 1960 inaugurou novos horizontes para o cinema nacional com o surgimento do Cinema Novo, movimento que, apesar de ter revolucionado a linguagem cinematográfica brasileira, não priorizou produções destinadas ao público infantil. Nesse contexto, evidencia-se uma recorrência de obras com crianças, mas não necessariamente para crianças, tanto em longas-metragens como *Vidas secas* (Nelson Pereira dos Santos, 1963) e *Menino de engenho* (Walter Lima



Jr., 1965), quanto em curtas-metragens como *Couro de gato* (Joaquim Pedro de Andrade, 1960) e *Menino da calça branca* (Sérgio Ricardo, 1961).

Durante as décadas de 1970 e 1980, o cinema infantil brasileiro vivenciou um de seus períodos mais prósperos, impulsionado principalmente pelo fenômeno *Os Trapalhões*. O quarteto formado por Renato Aragão, Dedé Santana, Mussum e Zacarias produziu mais de 40 filmes entre as décadas de 1960 e 1990, muitos deles figurando entre as maiores bilheterias da história do cinema nacional. Como exemplo, *O Trapalhão nas minas do Rei Salomão* (J. B. Tanko, 1977) e *Os Saltimbancos Trapalhões* (J. B. Tanko, 1981) alcançaram mais de 5 milhões de espectadores cada³.

Neste mesmo período, outras importantes produções também se dedicaram ao público infantil, como a série de filmes do personagem *Tio Maneco* (Flávio Migliaccio)⁴; adaptações literárias ou teatrais como *O meu pé de laranja lima* (Aurélio Teixeira, 1970), *O detetive Bolacha contra o gênio do crime* (Tito Teijido, 1973), *O picapau amarelo* (Geraldo Sarno, 1973) e *O cavalinho azul* (Eduardo Scorel, 1984); além de roteiros originais como *Dani, um cachorro muito vivo* (Frank Dawe, 1979) e *A dança dos bonecos* (Hélcio Ratton, 1986).

A década de 1980 também foi marcada pela aproximação entre cinema infantil e televisão, especialmente com a ascensão de figuras midiáticas como Xuxa Meneghel, que transitou das telinhas para as telonas por meio de filmes como *Super Xuxa contra baixo astral* (Anna Penido, David Sonneschein, 1988) e *A princesa Xuxa e os Trapalhões* (José Alvarenga Jr., 1989). Esta sinergia entre diferentes mídias mostrou-se estratégica para o cinema infantil, uma vez que aproveitava a popularidade de programas já estabelecidos na televisão, como *Balão mágico* (1983-1986) e, posteriormente, *TV Colosso* (1993-1997), para atrair o público às salas de exibição em obras como *Fofão e a nave sem rumo* (Adriano Stuart, 1989) e *Super-Colosso: a gincana da TV Colosso* (Luiz Ferré, 1995).

Paradoxalmente, essa mesma televisão também se configurava como uma forte concorrente do cinema, oferecendo programação infantil gratuita e cotidiana (Fiel, 2019). Esta tensão entre colaboração e concorrência caracterizaria a relação entre as duas mídias ao longo das décadas seguintes, evidenciando a complexidade do ecossistema

³ Também merecem menção as produções de Amácio Mazzaropi que, embora não fossem exclusivamente infantis, conquistaram as famílias brasileiras com seu humor simples e direto, com enfoque no Brasil rural.

⁴ São eles: *As aventuras do tio Maneco* (Flávio Migliaccio, 1971), *O caçador de fantasma* (Flávio Migliaccio, 1975) e *Maneco, o supertio* (Flávio Migliaccio, 1978).



mediático brasileiro e suas implicações para a produção cinematográfica destinada ao público infantil.

Ainda que em menor escala comparada a outros países, a animação brasileira também conquistou seu espaço no cinema nacional, embora seja importante ressaltar que uma obra animada não deve ser, necessariamente, associada à ideia de uma obra infantil nem ao consumo deste público-alvo. Produções como *Sinfonia amazônica* (Anélio Latini Filho, 1953), considerada a primeira animação de longa-metragem brasileira, e *Presente de Natal* (Álvaro Henrique Gonçalves, 1971) demonstravam o potencial criativo dos animadores nacionais, mesmo com recursos técnicos limitados. A partir da década de 1980, observa-se uma maior recorrência de animações efetivamente destinadas às crianças (ainda em número significativamente inferior ao dos *live-actions*), majoritariamente representadas pelas produções da *Turma da Mônica*⁵.

Como observado anteriormente, as adaptações da literatura infantil brasileira constituíram uma importante tendência do cinema para crianças no país. Além das obras de Monteiro Lobato já mencionadas, autores como Ziraldo tiveram seus personagens transpostos às telas, como em *O menino maluquinho* (Helvécio Ratton, 1994), que se tornaria uma referência do gênero. Estas adaptações não apenas atraíam um público já familiarizado com as histórias, mas também contribuíam para a valorização da cultura literária nacional junto às novas gerações. Em sua obra *Lanterna mágica: infância e cinema infantil* (2011), pioneira para os estudos do cinema infantil no país, o pesquisador João Batista Melo ressalta:

Parte da história do cinema infantil brasileiro foi escrita a partir da literatura. Mesmo quando a base estava em textos teatrais ou em projetos originais, havia por trás a influência de uma herança literária, explícita ou não. Em alguns filmes nacionais, a excessiva busca de uma aproximação com o texto original cerceou maiores voos às adaptações. Ao passo que, em outros, foi justamente a liberdade que permitiu que

⁵ Embora tenham realizado filmes em *live-action* como *Mônica e Cebolinha – no Mundo de Romeu e Julieta* (José Amâncio, 1979) e *A rádio do Chico Bento* (Dactoir Danialetto Júnior, 1989), os personagens da Turma da Mônica também protagonizaram, durante a década de 1980, as animações *As aventuras da Turma da Mônica* (Maurício de Sousa, 1982), *A princesa e o robô* (Maurício de Sousa, 1984), *As novas aventuras da Turma da Mônica* (Maurício de Sousa, 1986), *Turma da Mônica em: o Bicho-Papão* (Maurício de Sousa, 1987) e *Turma da Mônica e a Estrelinha Mágica* (Maurício de Sousa, 1988); assim como o híbrido entre animação e *live-action* *Mônica e a Sereia do Rio* (Maurício de Sousa, Walter Hugo Khouri, 1987).



o filme ganhasse um voo com personalidade própria (Melo, 2011, p. 119).

Podemos apenas conjecturar a razão dessa aproximação entre literatura e cinema infantis no país, mas uma dessas causas possivelmente relaciona-se à compreensão de que a literatura é uma arte educativa, não sendo apenas vista como um mero entretenimento e/ou uma arte escapista como o cinema e, posteriormente, a televisão foram encarados. Somada à compreensão de que o “filme infantil” tem a necessidade de ser pedagógico, começa a formar-se um quadro mais nítido de quais fontes os realizadores do cinema infantil brasileiro buscavam suas inspirações. Essa compreensão pedagógica também é notada por Melo (2011, p. 92) ao pontuar que “enquanto na Inglaterra o foco estava no entretenimento (*Children's Entertainment Film*)⁶, no Brasil ele foi colocado na educação (Instituto Nacional de Cinema Educativo)”.

De toda maneira, esta vertente educativa dos filmes de Humberto Mauro e do INCE, com seu caráter explicitamente pedagógico, não possuía exibições comerciais como foco prioritário, mas desempenhou papel fundamental na formação de um público infantil mais conectado à cultura brasileira. Mauro, como podemos observar em *O João de barro* (1956) e *A velha a fiar* (1964), utilizava elementos culturais nacionais para construir uma representação da infância brasileira da época em consonância com ideais idílicos. Essa tradição de conectar o cinema infantil brasileiro à identidade cultural nacional encontrou continuidade em produções posteriores. Um outro pragmático exemplo disso é o caso do filme *O menino maluquinho* (Helvécio Raton, 1995). Neste filme, o autor bebe na fonte da literatura, ao basear-se na já conhecida obra do cartunista Ziraldo, e leva às telas a vivência de uma infância que, apesar de demarcada territorialmente no estado de Minas Gerais, traz à tona aspectos do ser criança presentes em diversas partes do Brasil, como as brincadeiras em conjunto na rua, na escola, os pés descalços, o brincar de soltar pipa, entre outros aspectos e características.

O final da década de 1980 e início dos anos 1990 marcou um ponto de inflexão para o cinema brasileiro em geral e, conseqüentemente, para o segmento infantil. Apesar do notável sucesso comercial que os filmes infantis vinham alcançando, com produções que frequentemente superavam a marca de milhões de espectadores nas salas de cinema, o setor não ficaria imune às profundas transformações políticas e econômicas que se avizinhavam. As produções de *Os Trapalhões*, os filmes de Xuxa e

⁶ Para mais informações sobre a *Children's Entertainment Film* e seu criador, consultar *J. Arthur Rank and Children's Entertainment Films*. Disponível em: <https://goingtothepictures.org.uk/childrens-entertainment-films-and-the-childrens-film-foundation/>. Acesso em: 03 mar. 2025.



outras obras voltadas ao público infantil haviam demonstrado o potencial comercial deste segmento, mas a viabilidade dessas produções dependia significativamente do sistema de apoio estatal consolidado pela Embrafilme. O desmonte dessa estrutura, que será analisado na próxima seção, representaria não apenas uma ruptura no modelo de produção e distribuição cinematográfica nacional, mas também uma reconfiguração do próprio conceito de cinema infantil brasileiro, revelando, paradoxalmente, a importância deste segmento para a sobrevivência do cinema nacional durante um dos seus períodos mais críticos.

A extinção da Embrafilme e o mito da retomada

Durante as décadas de 1970 e 1980, o cinema brasileiro experimentou um período de relativa estabilidade e sucesso no mercado interno, impulsionado por políticas públicas que incentivaram a produção e distribuição de filmes nacionais. Nesse cenário, a Empresa Brasileira de Filmes S/A (Embrafilme) desempenhou um papel crucial ao garantir que as obras nacionais tivessem espaço nas salas de exibição do país (Amancio, 2007).

A tabela abaixo, retirada da publicação de Amancio (2000, p. 77) apresenta um quadro através do qual podemos perceber, em números percentuais, o público total dos filmes estrangeiros e nacionais em relação ao ano anterior entre 1974 e 1979.

Tabela 1: Número e percentual de espectadores nas salas de exibição.

Ano	Nacional	%	Estrangeiro	%	Total	%
1974	30.665.515	-	170.625.487	-	201.291.002	-
1975	48.859.308	59	226.521.138	32	275.380.446	36
1976	52.046.653	6	198.484.198	-12	250.530.851	-9
1977	50.937.987	-2	157.398.105	-20	208.336.002	-16
1978	61.854.842	21	149.802.182	-4	211.657.024	1
1979	55.836.885	-9	136.071.432	-9	191.908.317	-9

Fonte: Amancio (2000).

Para Renato de Campos (2005, p. 159), no período analisado nos é possível notar “um relativo sucesso de mercado, uma boa presença do filme brasileiro nas salas de exibição, e a consolidação da presença do Estado como agente interventor da

política, legislação e mercado cinematográfico”. Junto da tabela acima, a citação de Campos nos permite inferir o impacto das políticas públicas daquele momento também no comportamento do público consumidor do cinema brasileiro.

A competição entre os filmes nacionais, determinada pela concorrência maior do filme internacional, fez-se entre práticas capitalistas mais civilizadas e outras mais selvagens. As primeiras procuravam diversificar os gêneros dos filmes, alcançar padrões técnicos e artísticos mais apurados, atingir o público por um equilíbrio ideal entre as suas várias faixas socioculturais, em linguagem mercadológica, as faixas de A a C; em resumo, procuravam fazer um mercado, estável, médio, tradicional. As segundas trabalhavam com um único gênero de filme, de padrão técnico artístico estandardizado, para atender à produção rápida, barata e em quantidade, de um produto que encontrava plena aceitação popular, principalmente junto às faixas B e C; em resumo, tratava-se de operar no mercado com imediatismo, aproveitando ao máximo as potencialidades da relação produto/mercado, antes que elas pudessem se esgotar (Vilella, 1979, p. 113).

A “fórmula” apresentada acima, continuaria frequente até meados da década de 1980, quando o cinema nacional ainda detinha uma considerável fatia do mercado interno. Algo que, segundo a pesquisadora Anita Simis (2016), naquele mesmo período, passou por uma mudança, quando nota-se uma nítida ruptura da produção cinematográfica brasileira, que passaria de caráter de cinema popular e/ou popularesco para um cinema, técnica e esteticamente, mais elitizado. Além disso, também é preciso levarmos em conta o processo de decadência no número de salas, que cairia de 3.276 (três mil duzentas e setenta e seis), em 1975, para 1.428 (um mil quatrocentos e vinte e oito) em 1985, e 1.033 (um mil e trinta e três) em 1995 (Ancine, 2023).

É também Simis (2010) quem nos apresenta alguns dados sobre a presença de obras nacionais de longa-metragem nas salas de cinema na década de 1980, como também no período posterior ao fim da Embrafilme, nas décadas seguintes, vide recorte apresentado na tabela abaixo.


Tabela 2 – Longas nacionais lançados comercialmente entre 1980 e 2000.

ANO	Total de filmes nacionais lançados
1980	103
1981	80
1982	85
1983	85
1984	92
1985	87
1986	112
1987	82
1988	90
1989	Não temos dados
1990	7 ou 13
1991	8
1992	3
1993	4 ou 2
1994	6 ou 10
1995	13
1996	18
1997	21
1998	23
1999	28
2000	22

Fonte: Simis (2010, p. 149).

Com base na tabela acima, podemos ver o forte impacto sofrido pelo cinema brasileiro no que diz respeito à sua presença em nosso parque exibidor. A partir disso, o que nos interessa discutir aqui são os números de filmes e espectadores brasileiros alcançados a partir dos anos de 1990 e, em especial, o pouco interesse ou atenção dados ao público infantil durante este crítico período da história do cinema brasileiro.

Para tanto, é válido evidenciarmos que a chegada de Fernando Collor à Presidência da República, em 1990, deu início a um projeto de redução da presença e participação do Estado em diversos setores da economia do país, dentre eles, o setor da cultura e, conseqüentemente, a atividade cinematográfica. Em um dos seus primeiros atos após a posse, Collor assinou o Decreto nº 99.192, de 21 de março de 1990, que, de uma só vez, dissolveu 11 entidades estatais, dentre elas a Embrafilme, causando uma nítida redução na produção, distribuição e exibição de filmes nacionais nas salas do país, em especial perante a atuação na empresa também no segmento da distribuição (Amancio, 2007).

Foi nesse contexto de desmonte e necessidade de reestruturação que surgiram a Lei 8.313/1991 (Lei Rouanet) e a Lei 8.685/1993 (Lei do Audiovisual) como pilares essenciais para a sustentação e o desenvolvimento da cultura e da atividade cinematográfica nacional. Num primeiro momento, a Lei Rouanet, ao instituir um sistema de incentivo fiscal, permitiu que empresas e pessoas físicas direcionassem parte do Imposto de Renda devido a projetos culturais, incluindo produções cinematográficas. Por sua vez, a Lei do Audiovisual criou um mecanismo de incentivo fiscal específico para o setor audiovisual, possibilitando a dedução de parte do Imposto de Renda devido por empresas que investissem em produções cinematográficas brasileiras independentes. Ambas as leis foram fundamentais para a chamada "Retomada do Cinema Brasileiro", na década de 1990, possibilitando a produção de filmes que conquistaram reconhecimento nacional e internacional.

Ainda em torno disso, é certo dizer que por um considerável período de tempo, pairou no imaginário da classe cinematográfica brasileira a ideia de que o longa *Carlota Joaquina – a princesa do Brasil* (Carla Camurati, 1995) seria a obra símbolo do que ficou entendido como o "cinema da Retomada", momento no qual realizadores do país voltaram a produzir filmes dando início e/ou continuidade a um novo ciclo de produção após um período de "terra arrasada" (Autran, 2010, p. 118).

A ideia de um "mito de origem" como este é criticada e revisitada pelo professor e pesquisador Marcelo Ikeda (2022), na obra *Revisão crítica do Cinema da Retomada*. Para o autor, após o desmonte sofrido pelo setor havia um sentimento de que "cada novo filme era o guardião da necessidade de existência do cinema nacional" (Ikeda, 2022, p. 51). Mas, a "eleição" de *Carlota Joaquina* como esse mito de origem de um cinema da retomada, ocorreu principalmente pelo inesperado sucesso do filme. Para Ikeda (2022, p. 52), "era o princípio de que o cinema brasileiro voltasse a dialogar com um público mais amplo". No entanto, é curioso notar que um outro filme recém lançado nos cinemas em 1995 e, efetivamente realizado a partir de recursos oriundos das leis emergenciais daquele período, em específico a Lei Rouanet, não costuma ser reconhecido como um fruto direto da retomada, trata-se do filme *O menino maluquinho* (Hélcio Ratton, 1995), que, segundo a imprensa atingiu cerca de 600⁷ a 800 mil espectadores⁸ nas salas de cinema, dado não computado na listagem realizada pelo Observatório Brasileiro do Cinema e Audiovisual (OCA) da ANCINE.

⁷ Informação disponível em: <https://vermelho.org.br/2017/11/24/o-maluquinho-vai-ao-cinema/>

⁸ Informação disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/entretenimento/sucesso-de-bilheteria-em-1995-filme-de-helvecio-ratton-se-mantem-encantador-1.298948>.



De toda forma, contrariando o então imaginário setorial, ainda persistente, nos cabe aqui evidenciar um dado já público, mas, até então, pouco debatido entre pesquisadores e agentes do próprio mercado: o público infantil como presença contínua e importante para a manutenção da ida às salas de cinema, mesmo, mas não somente, num período de escassez de lançamentos nacionais, como ocorrido na década de 1990. Para tanto, e, buscando ampliar os dados retirados da tabela acima, tomemos por base o trabalho de Melo (2011) para alguns relevantes apontamentos.

Das 7 ou 13 obras lançadas nas salas brasileiras no ano de 1990, conforme levantamento de Simis (2010), três delas tinham as crianças (e suas famílias) como público-alvo, sendo, inclusive, uma delas a maior bilheteria de toda década, como veremos a seguir; em 1991 das oito obras lançadas, uma delas fora dedicada ao público infantil; em 1992 e 1994, não há registros de lançamentos para este público, algo que volta a ser notado nos anos de 1993 e 1995 com um lançamento cada; em 1996, 1997 e 1998 com dois lançamentos cada ano; e, por fim, 1999, com o lançamento de três filmes dedicados ao público infantil (Melo, 2011). No total, ao longo de toda década de 1990, podemos somar a quantidade de 15 filmes de longa-metragem lançados nas salas de cinema tendo como alvo o público infantil/infantojuvenil. Destes, como podemos notar na tabela a seguir, dez estão posicionados como filmes mais vistos da década, ultrapassando a quantidade de 500 mil espectadores nas salas, o que torna evidente o impacto do público infantil no consumo de obras brasileiras.

Tabela 3: Filmes da década de 1990 com mais de 500 mil espectadores

Título da obra	Direção	Ano de Lançamento	Público
<i>Lua de cristal</i>	Tizuka Yamazaki	1990	4.178.165
<i>Uma escola atrapalhada</i>	Antonio Rangel	1990	2.571.095
<i>Xuxa quebra</i>	Tizuka Yamazaki	1999	2.074.461
<i>Sonho de verão</i>	Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes	1990	1.700.00
<i>Simão, o fantasma Trapalhão</i>	Paulo Aragão	1998	1.658.136
<i>Central do Brasil</i>	Walter Salles	1998	1.593.967
<i>O noviço rebelde</i>	Tizuka Yamazaki	1997	1.501.035
<i>Carlota Joaquina, princesa do Brasil</i>	Carla Camurati	1995	1.286.000
<i>O mistério de Robin Hood</i>	José Alvarenga Jr.	1990	1.269.658
<i>Os Trapalhões e a árvore da juventude</i>	José Alvarenga Jr.	1991	1.174.274



<i>O quatrilho</i>	Fábio Barreto	1995	1.117.754
<i>Orfeu</i>	Cacá Diegues	1999	961.961
Zoando na TV	José Alvarenga Jr.	1999	911.394
<i>O Trapalhão e a luz azul</i>	Paulo Aragão e Alexandre Boury	1999	771.831
<i>Castelo Rá-Tim-Bum, o filme</i>	Cao Hamburger	1999	725.329
<i>Guerra de Canudos</i>	Sérgio Rezende	1997	655.016
<i>Tieta do Agreste</i>	Cacá Diegues	1996	511.954

Fonte: OCA/ANCINE (2024).

Juntas, as 17 obras apresentadas acima somam mais de 24,631 milhões de pessoas alcançadas nas salas de cinema do país. Deste número, as dez obras destacadas em negrito são aquelas classificadas por Melo (2011) como destinadas ao público infantil/infantojuvenil. Para compreendermos melhor o impacto e relevância do segmento infantil para a manutenção da ida às salas, em especial na década de 1990, observemos a tabela abaixo.

Tabela 4: Análise de obras mais de 500 mil espectadores na década de 1990.

Descrição	Quantidade	Público alcançado (milhões)	% do Público analisado
Número total de obras	17	24,631	100%
Obras destinadas ao público infantil/infantojuvenil	10	16,835	68,34%
Obras destinadas ao público em geral	7	7,796	31,66%

Fonte: Elaborada pelos autores (2025) com base em dados disponibilizados pelo OCA/ANCINE (2024).

A respeito da Tabela 4, acima, devemos ainda considerar os números apresentados por Simis (2010) e expostos na Tabela 2, que apontam para um total de 131 ou 139 obras brasileiras lançadas nas salas do país durante a década de 1990. Diante dessa totalidade, o recorte das 17 obras analisadas corresponde a aproximadamente 12,98%, num cenário de 131 obras, e 12,23%, num cenário de 139 obras brasileiras lançadas em sala. Por sua vez, o número de obras destinadas ao público infantil/infantojuvenil não se modifica, sendo que, como evidenciado, das 15



obras infantis produzidas em toda década de 1990, 10 delas estão posicionadas como as mais vistas nas salas de cinema do país, o que evidencia a potência do público infantil em relação ao movimento de ida às salas de cinema no Brasil.

Novas telas, novos públicos: o audiovisual infantil brasileiro no século XXI

O início do século XXI marcou uma profunda transformação no panorama audiovisual mundial, com impactos significativos na produção, distribuição e consumo de conteúdos infantis no Brasil. Se durante a década anterior, figuras como *Os Trapalhões* e *Xuxa* sustentaram praticamente sozinhos a presença do cinema nacional nas salas, neste momento, novas possibilidades surgiram em um cenário caracterizado pelo fortalecimento dos mecanismos de incentivo e pela diversificação das plataformas de exibição. Esse novo panorama possibilitou não apenas uma pluralidade de produções, mas também uma ampliação dos canais de distribuição, transformando significativamente a relação das crianças brasileiras com o conteúdo audiovisual nacional.

A década de 2000 testemunhou uma gradual recuperação do segmento infantil. Filmes como *Tainá - uma aventura na Amazônia* (Tânia Lamarca, Sérgio Bloch, 2000) e *Xuxa e os duendes* (Paulo Sérgio de Almeida, Rogério Gomes, Márcio Vito, 2001) mantiveram viva a tradição do gênero nas salas de exibição. Esta revitalização intensificou-se com a criação da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), em 2001, e a implementação de uma série de mecanismos de fomento específicos para o setor audiovisual, como o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), instituído pela Lei 11.437/2006. Tais políticas públicas permitiram um aumento significativo no número de produções infantis, bem como uma maior diversidade temática e estética.

O sucesso de bilheteria de obras como *Xuxa abracadabra* (Moacyr Góes, 2003), com mais de 2 milhões de espectadores, e *Didi, o cupido Trapalhão* (Paulo Aragão, Alexandre Boury, 2003), com expressivos 1,7 milhão de espectadores, demonstrou que o público infantil continuava sendo um segmento relevante do mercado cinematográfico brasileiro, reafirmando a relevância de figuras televisivas nas produções cinematográficas para crianças — cenário que se transformaria no decorrer da década⁹.

⁹ Os últimos filmes do personagem Didi (Renato Aragão) foram *O guerreiro Didi* e *a ninja Lili* (Marcos Figueiredo, 2008) e *Os Saltimbancos Trapalhões: rumo a Hollywood* (João Daniel Tikhomiroff, 2017), o segundo marcando o reencontro com Dedé (Dedé Santana). Já as últimas produções de Xuxa foram *Xuxa em o mistério de Feiurinha* (Tizuka Yamasaki, 2009) e *Uma fada veio me visitar* (Vivianne Jundi,

Impulsionado por linhas de financiamento específicas e pelo desenvolvimento tecnológico que tornou os processos de produção mais acessíveis, o Brasil viu surgir uma nova geração de animadores e estúdios dedicados ao público infantil. *O menino e o mundo* (Alê Abreu, 2013) representa um marco deste movimento, tendo sido indicado ao Oscar de Melhor Animação em 2016 e conquistado dezenas de prêmios em festivais internacionais. Neste contexto, destacam-se também *Minhocas* (Paolo Conti, Arthur Nunes, 2013) do Animaking, *Historietas assombradas: o filme* (Victor-Hugo Borges, 2017) do Copa Studio, e *Peixonauta: o filme* (Kiko Mistrorigo, Célia Catunda, Rodrigo Eba, 2018) da TV PinGuim. Outras animações significativas deste período incluem *Até que a Sbornia nos separe* (Otto Guerra, Ennio Torresan, 2013), baseada em uma peça teatral; *As aventuras do Avião Vermelho* (Frederico Pinto, José Maia, 2014), adaptação da obra de Érico Veríssimo; e *Tito e os pássaros* (Gustavo Steinberg, Gabriel Bitar, André Catoto, 2018).

Anos após suas primeiras empreitadas em *live-action*, os personagens de Mauricio de Sousa finalmente retornaram às salas de cinema em produções com atores reais em *Turma da Mônica: laços* (Daniel Rezende, 2019) e *Turma da Mônica: lições* (Daniel Rezende, 2021), sendo a continuação da primeira obra e se destacando como a maior bilheteria nacional após a pandemia¹⁰, superada apenas por *Minha irmã e eu* (Susana Garcia, 2023). Essas adaptações renovaram o interesse pelos personagens clássicos no audiovisual em narrativas que combinavam nostalgia e aventura.

Paralelamente às transformações nos processos produtivos, as plataformas de distribuição e exibição também passaram por uma revolução sem precedentes. O modelo centrado exclusivamente nas salas de cinema, na televisão aberta e no *home video* cedeu espaço a um ecossistema multiplataforma, no qual *streaming*, TV por assinatura, videogames e redes sociais disputam a atenção do público infantil. A chegada de canais infantis na TV por assinatura como *Cartoon Network* (1993), *Discovery Kids* (1996), *Nickelodeon* (1996) e, posteriormente, *TV Rá-Tim-Bum* (2004) e *Gloob* (2012), assim como a Lei 12.485/2011 (popularmente conhecida como Lei da TV paga), ampliou consideravelmente as janelas de exibição para o conteúdo nacional.

A internacionalização das produções brasileiras representa outro fenômeno significativo deste período. Séries como *Peixonauta* (2009-2018), *O show da Luna!* (2014-Atualmente) e *Irmão do Jorel* (2014-Atualmente) conquistaram não apenas o

2023).

¹⁰ *Turma da Mônica - Lições* é maior bilheteria nacional após a pandemia. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/turma-da-monicalicoes-maior-bilheteria-nacional-apos-pandemia-25354161>. Acesso: 04 mar. 2025.



mercado interno, mas também obtiveram distribuição internacional, sendo exibidas em dezenas de países e plataformas globais. Este fenômeno inédito na história do audiovisual infantil brasileiro possibilitou a competição com produções estrangeiras, tradicionalmente dominantes no mercado brasileiro. Tal conquista deve-se tanto à qualidade das produções quanto às estratégias de coprodução internacional e à participação em mercados e festivais especializados.

O *Video on Demand* (VoD), como o *YouTube* e outras plataformas de *streaming*, tem desempenhado papel crucial contemporaneamente na ampliação do acesso ao conteúdo infantil brasileiro também. Plataformas como *Netflix*, *Prime Video* e *Disney+* têm investido em produções nacionais, seja por meio de aquisições ou mesmo produções originais. Este movimento não apenas diversificou as possibilidades de financiamento para os produtores brasileiros, mas também criou novas formas de consumo audiovisual para o público infantil, que cada vez mais migra das telas tradicionais para dispositivos móveis, dando origem a fenômenos como a *Galinha Pintadinha* (Holzbach, 2018).

Outro exemplo significativo dessa nova dinâmica é a série *Detetives do prédio azul* (DPA), originalmente exibida no canal *Gloob*, que ganhou versões cinematográficas¹¹ e posteriormente foi disponibilizada em plataformas de *streaming*, maximizando seu alcance e longevidade. Esta trajetória multiplataforma tem se tornado cada vez mais comum para as produções infantis brasileiras, potencializando sua visibilidade e rentabilidade, fazendo com o que o público infantil seja tratado, por vezes, como um público consumidor multiplataforma, enchendo salas de cinema e rendendo também incontáveis visualizações nas demais plataformas e/ou janelas audiovisuais.

Paralelamente, observa-se uma diversificação nos gêneros e formatos das produções infantis. Se antes predominavam as comédias e adaptações literárias, agora verifica-se o surgimento de documentários infantis, filmes de aventura, fantasias, musicais e, até mesmo, obras que flertam com o horror e o suspense (Silva, 2023), adequados ao público infantojuvenil. Esta ampliação do leque de possibilidades narrativas demonstra o amadurecimento do setor, que passa a compreender a criança como um espectador complexo e multifacetado.

Nesse contexto, os curtas-metragens constituem um território de extraordinária riqueza criativa e diversidade estética, muitas vezes negligenciado nas análises do setor. O formato curto, longe de representar uma limitação, tem se estabelecido como um

¹¹ O seriado possui três adaptações cinematográficas até o momento do artigo: *D. P. A. - o filme* (André Pellenz, 2017), *D. P. A. 2 - o mistério italiano* (Vivianne Jundi, 2018) e *D. P. A. 3 - uma aventura no fim do mundo* (Mauro Lima, 2022).

campo privilegiado de experimentação e inovação, onde realizadores podem explorar linguagens, técnicas e temáticas com maior liberdade criativa e menores restrições orçamentárias.

A variedade técnica e temática dos curtas infantis brasileiros é particularmente notável. Produções como o curta-metragem baiano *Doido Lelé* (Ceci Alves, 2009), que se passa em um programa de calouros da década de 1950; *Bá* (Leandro Tadashi, 2015), que acompanha a relação de um menino com a sua “Bá” (de Batchan, avó em japonês); e *O véu de Armani* (Renata Diniz, 2019), protagonizado por uma garotinha paquistanesa que mora no Brasil, refletem uma diversidade não apenas na criatividade dos realizadores brasileiros, mas também na riqueza de narrativas diversas para o público infantil. Do ponto de vista temático, os curtas infantis brasileiros têm se destacado pela abordagem de questões complexas com sensibilidade e profundidade adequadas ao público infantil, reconhecendo a criança como espectadora capaz de reflexão crítica sobre sua realidade social e cultural.

A importância dos curtas-metragens infantis para o Brasil transcende sua qualidade artística e manifesta-se em múltiplas dimensões. Primeiramente, estes filmes frequentemente representam o primeiro contato sistemático de muitas crianças brasileiras com produções audiovisuais que refletem sua própria realidade cultural, linguística e social, funcionando como contraponto essencial à hegemonia do conteúdo estrangeiro. Esta função é particularmente relevante em um país com dimensões continentais e profunda diversidade regional, onde os curtas permitem que crianças de diferentes regiões possam se reconhecer e identificar a pluralidade cultural do Brasil nas telas.

Os festivais especializados têm sido fundamentais para a circulação e valorização desses curtas-metragens. Iniciativas como a *Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis*, iniciada em 2002; o *Festival Internacional de Cinema Infantil (FICI)*, criado em 2003; e o *Festival Pequeno Cineasta*, fundado em 2010, representam mais que simples exposições: configuram-se como verdadeiros núcleos de formação de público, reflexão crítica e valorização da produção nacional (Fiel, Alves, Bicchieri, 2022). Esses eventos não apenas exibem produções, mas também promovem oficinas, debates e atividades formativas, reconhecendo a criança como espectadora participativa.

As transformações tecnológicas e sociais também se refletiram nos temas e abordagens das produções comerciais infantis brasileiras contemporâneas. Filmes como *Tainá* e suas sequências não apenas abordam temáticas ambientais, mas também valorizam a cultura indígena e apresentam uma protagonista feminina (Fiel, Santos,



Cardoso D'Abreu, 2023). Esta tendência reflete uma compreensão mais ampla da infância brasileira em sua pluralidade, rompendo com representações estereotipadas e homogeneizantes que predominaram em períodos anteriores. Tal movimento não apenas enriquece o repertório audiovisual disponível para as crianças brasileiras, mas também contribui para a formação de identidades mais inclusivas e conscientes da diversidade sociocultural do país.

Apesar dos avanços significativos, o cinema e audiovisual infantil brasileiro ainda enfrenta desafios consideráveis, especialmente no que diz respeito à formação de público e à alfabetização audiovisual. A concorrência com produções estrangeiras, principalmente norte-americanas, continua intensa, seja nas salas de cinema ou até mesmo nas plataformas digitais, onde algoritmos de recomendação frequentemente privilegiam conteúdos internacionais. Neste contexto, legislações recentes como a Lei 14.815/24, que estabelece cotas para conteúdos brasileiros, incluindo produções infantis, nas plataformas de *streaming*, buscam equilibrar essa disparidade e garantir espaço para a produção nacional, algo que discutiremos em nossa próxima seção.

O público infantil como alavanca estratégica para o futuro do audiovisual brasileiro

Como vimos até aqui, o cinema brasileiro, assim como os demais cinemas mundiais, está diante de uma série de desafios e oportunidades que exigem reflexão e ação estratégica, em especial, frente à dominação e imperialismo hollywoodiano perante os cinemas nacionais. Neste sentido, em especial, diante da forte penetração dos *streamings* na vida cotidiana das populações e nos modos de consumir audiovisual, diversos países têm pautado ou já se empenhado na regulação e regulamentação dos serviços de *Video on Demand (VoD)* – pauta ainda em debate no Brasil. Essa questão, no entanto, atravessa e é afetada por uma série de dinâmicas e fatores políticos e mercadológicos, como destacado por Bahia, Butcher e Tinen (2023, p. 113):

Ainda sem regulação no país, o streaming traz novos desafios para os agentes do setor, para a pesquisa no campo da economia política do cinema e do audiovisual e para a geopolítica do conhecimento. Este processo gera consequências importantes para o audiovisual brasileiro,



com a imposição de um agressivo modelo de produção, como: perda de propriedade intelectual das produtoras brasileiras; retorno à concentração em grandes produtoras, em especial no eixo RJ e SP; contratos secretos que determinam exclusividade e cessão de direitos; organização de equipes no modelo padrão de salas de roteiro, entre outros.

Neste cenário, globalizado e competitivo, a sobrevivência e o florescimento do setor dependem ainda da capacidade de inovação, da diversificação de públicos e da valorização de sua identidade cultural, além de uma contínua e acirrada luta política que busque o aumento da produção nacional sem deixar de lado o principal e mais potente elemento para o desenvolvimento do setor: as políticas de acesso aos conteúdos nacionais e a formação de público. É, em especial, nesse sentido que, no caso brasileiro, é preciso atentar para as crianças enquanto um público-alvo estratégico para a construção de uma soberania imaginativa, como também para o desenvolvimento do cinema e audiovisual nacional. Isto porque, mesmo diante de um cenário de intensa convergência (Mittel, 2008), as produções audiovisuais brasileiras voltadas para o público infantil têm consistentemente se destacado nas bilheterias e métricas de audiência, com especial destaque às franquias e narrativas seriadas e transmidiáticas. Exemplos notáveis incluem os dois filmes derivados do *remake* da novela *Carrossel*¹², lançados em 2015 e 2016, e a trilogia baseada na série infantil *Detetives do Prédio Azul*, produzida originalmente para o *Gloob*¹³, cada um atraindo aproximadamente 2,5 milhões de espectadores (Ancine, 2023). Além disso, as adaptações em *live-action* da *Turma da Mônica*, já citadas neste trabalho, presentes nas salas e, posteriormente em plataformas de *streamings*, conquistaram tanto o atual público infantil, como os adultos nostálgicos que consumiram aquelas narrativas no formato de desenho animado ou como histórias em quadrinhos, décadas anteriores.

Em uma pesquisa dedicada a compreender as mudanças de paradigmas no consumo de filmes na era do *streaming* na Malásia, as pesquisadoras Jayabarathi Manimaran e Maizurah Khathu Abdul Hamid (2024) apontam uma série de fatores que influenciam na escolha pela assinaturas das plataformas em detrimento das salas de cinema, um dos aspectos mais notáveis, ao compararmos com o Brasil, além do grande

¹² Produzida e veiculada originalmente pela emissora SBT na TV aberta.

¹³ Canal pago, pertencente à programadora Globosat no mercado de TV por assinatura.



catálogo de obras disponíveis para consumo em quaisquer telas e espaços acessíveis, é a alta precificação dos ingressos nas salas de cinemas convencionais, que tanto lá como aqui estão majoritariamente localizadas em *shoppings centers*. Em outro momento, as autoras, agora se dedicando a pensarem em formas de interação e coexistência entre ambas as práticas, sugerem que

A indústria cinematográfica precisa trabalhar em conjunto com as plataformas de OTT¹⁴ para coordenar o lançamento de novos filmes simultaneamente em ambas as plataformas (salas e *streamings*) e negociar a distribuição de receita de modo igualitário entre as indústrias (Manimaran; Khathu, 2024, p. 50, tradução nossa)¹⁵.

O apontamento das autoras vai ao encontro de uma ação já recorrente e praticada, principalmente, pelas *majors* em diversos mercados, especialmente, após a pandemia da Covid-19. No contexto brasileiro, no entanto, podemos observar que, para muito além da divisão de receitas entre as indústrias envolvidas na produção e consumo de cinema e audiovisual, quando se trata do público infantil, é preciso que tanto agentes públicos quanto privados reconheçam a necessidade de estabelecer uma relação de reconhecimento e identificação, não se tratando apenas de olhar para as crianças de modo a explorar um público-alvo rentável, mas de considerá-las estratégicas para a continuidade e desenvolvimento do cinema e audiovisual nacional em termos econômicos, políticos, sociais e estético-narrativos.

É por tal peculiaridade que mecanismos legislativos como a Lei 13.006/2014, a Lei 14.814/2024 e a Lei 14.815/2024, que versam sobre a inclusão do cinema brasileiro no currículo escolar, a renovação da cota de tela para produções nacionais nas salas de cinema e nos canais de TVs por assinatura, respectivamente, quando aliadas ao lançamento de uma plataforma de *streaming* público de abrangência nacional com produções brasileiras torna-se uma relevante ação política integrada para o desenvolvimento do cinema e disponibilização dos conteúdos à população. Nesse sentido, nos cabe reforçar que o desenvolvimento da plataforma de *streaming* pública

¹⁴ *Over-the-top* é uma das nomenclaturas atribuídas aos serviços de mídia que realizam a distribuição de conteúdos pela internet através de uma plataforma. Essa nomenclatura é abarcada pelo termo *streaming*.

¹⁵ No original: *Cinema industry has to work more closely with the OTT platforms to coordinate the release of new movies simultaneously in both platforms and negotiate the distribution of revenue equally among both industries.*

do Brasil, intitulada *Tela Brasil*¹⁶, prevista para ser lançada ainda em 2025, tem como um de seus objetivos o atendimento à demanda mínima de duas horas de exibição de cinema nacional no Ensino Básico, acrescentado pela já citada Lei 13.006/2014 no § 8º do Art. 26 da Lei das Diretrizes Básicas da Educação (Lei 9.392/1996).

Com isso, é importante destacarmos que a formação de público para o cinema brasileiro é uma tarefa contínua, que, dentre outras coisas, diz respeito à formação de uma soberania imaginativa sobre si e sobre os outros que, junto a nós, se fazem em nosso território, comunidade e nação. Assim, a urgente retomada de conexão e busca por comunicação do cinema brasileiro, em suas diversas facetas, com público infantil, deve reconhecer, em primeira instância, o direito das crianças brasileiras à produção cultural a elas direcionadas. Com isso, também torna-se crucial a ampliação de políticas de fomento, promoção e circulação de obras nacionais dirigidas ao público infantil, como também aos espaços de difusão e interação social inter-relacionadas e mediadas pelo cinema nacional.

Considerações Finais

Ao longo deste estudo, examinamos a trajetória do público do cinema e audiovisual infantil brasileiro com o objetivo de evidenciar sua importância para a cinematografia nacional, mesmo em períodos de crise. Para superar essa marginalização à qual foi elencada o público e o cinema infantil, é fundamental o estabelecimento de um diálogo mais profundo entre as diferentes esferas envolvidas no ecossistema audiovisual, da produção à pesquisa, reconhecendo que o cinema infantil não é apenas um produto de entretenimento, mas uma ferramenta poderosa para a formação de sujeitos, identidades e de público para o cinema nacional.

Portanto, é fundamental que essa discussão não se restrinja apenas ao reconhecimento do passado, mas também inspire ações concretas em nosso presente, capazes de assegurar que o cinema e o audiovisual infantil ocupem o lugar de destaque que merecem na cinematografia nacional e nos espaços de discussão e desenvolvimento de políticas para o setor audiovisual. Assim, o investimento em produções infantis de qualidade, a promoção da diversidade e a valorização da cultura

¹⁶ Informação disponível em: https://www.estadao.com.br/cultura/cinema/tela-brasil-plataforma-publica-de-streaming-esta-em-fase-de-testes-e-estreia-deve-ser-em-escolas/?srsltid=AfmBOoqtGPvgUZ_GYYVGSpmz9wruzmpww4rUACLdfy_pj-KMaWYjzwo. Acesso em: 19 jun. 2025.



audiovisual brasileira tornam-se pilares essenciais para garantir que o cinema nacional aprimore suas estratégias de alcance e comunicação, buscando atingir crianças das mais diversas regiões do país, contribuindo para a construção de um futuro mais rico e plural tanto para o povo brasileiro como para o próprio setor audiovisual.

Diante disso, compreendemos que o próprio futuro do cinema e audiovisual brasileiro depende de um esforço conjunto entre realizadores, produtores, pesquisadores e formuladores de políticas públicas para garantir a continuidade da produção, a formação de público e a valorização da cultura audiovisual nacional. Nesse cenário, o apagamento da importância e potência do público infantil para o cinema nacional não pode ser mantido, sendo urgente reconhecê-lo e estudá-lo com a devida atenção e com o cuidado necessário. Assim, é essencial que o cinema brasileiro busque reconhecer, formar e abraçar o público infantil, não apenas como um nicho de mercado, mas como um elemento estratégico para a manutenção de sua soberania cultural, bem como para o desenvolvimento de seu ecossistema audiovisual.

Referências

ALTMAN, Rick. **Film/Genre**. Londres: British Film Institute, 2000.

AMANCIO, Tunico. **Artes e manhas da Embrafilme**: Cinema Estatal Brasileiro em sua Época de Ouro (1977-1981). Niterói: EdUFF, 2000.

AMANCIO, Tunico. Pacto cinema-Estado: os anos da Embrafilme. **ALCEU**, v.8, n. 15, p. 173-184, jul./dez., 2007. Disponível em: https://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Amancio.pdf. Acesso em: 19 jun. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Evolução do Número de Salas de Exibição – 1971 a 2023**. Brasília, DF, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oaca/cinema/arquivos-pdf/evolucao-do-numero-de-salas-de-exibicao-1971-a-2023.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Listagem de filmes brasileiros com mais de 500.000 espectadores – 1970 a 2024**. Brasília, DF, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oaca/cinema/arquivos-pdf/listagem-de-filmes-brasileiros-com-mais-de-500-000-espectadores-1970-a-2024.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2025.

AUTRAN, Arthur. A noção de “ciclo regional” na historiografia do cinema brasileiro. **ALCEU**, v. 10, n. 20, p. 116-125, jan./jun., 2010. Disponível em: https://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Autran.pdf. Acesso em: 19 jun. 2025.

BAHIA, Lia; BUTCHER, Pedro; TINEN, Pedro. O setor audiovisual e os serviços de streaming: da necessidade de repensar a regulação e as políticas públicas. **Revista**



Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura, São Cristovão, v. 24, n. 3, p. 101–116, 2023. Disponível em: <https://ufs.emnuvens.com.br/epitic/article/view/17814/13667>. Acesso em: 19 jun. 2025.

BAZALGETTE, Cary; STAPLES, Terry. Unshrinking the kids: Children's cinema and the family film. *In*: BAZALGETTE, Cary; BUCKINGHAM, David (eds.). **In front of the children**: Screen entertainment and young audiences. Londres: British Film Institute, 1995.

BERNARDET, Jean-Claude. **Historiografia clássica do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Annablume, 1995.

BROWN, Noel. Change and continuity in contemporary children's cinema. *In*: HERMANSSON, Casie Hermansson; ZEPERNICK, Janet (Orgs.). **The Palgrave handbook of children's film and television**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2019.

BROWN, Noel. **The children's film: genre, nation, and narrative**. Nova York: Columbia University Press, 2017.

BROWN, Noel; BABBINGTON, Bruce (eds.). **Family Films in Global Cinema: the world beyond Disney**. Londres e Nova York: IB Tauris, 2015.

CAMPOS, Renato de. Cinema Brasileiro na Época da Embrafilme: penetração de mercado através da ação do Estado. **Revista Brasileira Multidisciplinar**, v. 9, n. 1, p. 157-165, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.25061/2527-2675/ReBraM/2005.v9i1.292>. Acesso em: 19 jun. 2025.

FIEL, Arthur Felipe de Oliveira. A tela encantada: infância e conteúdo infantil na TV do Brasil. 2019. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal Fluminense, 2019.

FIEL, Arthur Felipe; ALVES, Pedro; BICHIERI, Lorena. Carrossel encantado: apontamentos iniciais para um mapeamento das mostras e festivais de cinema infantil distribuídos pelo Brasil. **Rebeca - Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual**, v. 11, n. 1, p. 120-145, 2022. DOI: 10.22475/rebeca.v11n1.797.

FIEL, A. F.; SANTOS, A.; CARDOSO D'ABREU, P. . Aproximações entre infâncias, indígenas mulheres e feminismos no filme *Tainá* (2000). **Mídia e Cotidiano**, v. 17, n. 3, p. 232-251, 2023. DOI: 10.22409/rmc.v17i3.54636.

HOLZBACH, Ariane Diniz. Para pequenos grandes espectadores: a produção televisiva brasileira direcionada a crianças pequenas a partir do caso da Galinha Pintadinha. **E-Compós**, v. 21, n. 2, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.1390>. Acesso em: 19 jun. 2025.

IKEDA, Marcelo. **Revisão crítica do cinema da retomada**. Porto Alegre: Sulina, 2022.

LOPES, José de Sousa Miguel. O cinema da infância. **Revista Txt: Leituras Transdisciplinares de Telas e Textos**, v. 4, n. 7, p.22-35, 2008.

MALLAN, Kerry; BRADFORD, Clare (eds.). **Contemporary children's literature and film: engaging with theory**. Londres: Palgrave Macmillan, 2011.

MANIMARAN, Jayabarthi; HAMID, Maizurah Khathu Abdul. Switching paradigms:



transformative changes in film consumption patterns in the streaming era. **Forum Komunikasi**, v. 19, n. 2, p. 41-54, 2024. Disponível em: https://forumkomunikasi.uitm.edu.my/images/FK19vol2-latest/FKVOL19_2_2024_03_Film.pdf. Acesso em: 19 jun. 2025.

MELO, João Batista. **Lanterna mágica: infância e cinema infantil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

MITTELL, Jason. **Genre and television: from cop shows to cartoons in American culture**. Nova York: Routledge, 2004.

MITTELL, Jason. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

NAGIB, Lúcia. **O cinema da retomada: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90**. São Paulo: Editora 34, 2002.

O CINEMA e a infância. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, n. 00096, p. 5, 27 abr. 1938.

SCHVARZMAN, Sheila. **Humberto Mauro e as imagens do Brasil**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

SILVA, Pedro Henrique Alves. **“Atenção, cuidado! Vocês vão se assustar”**: o terror infanto-juvenil na franquia Goosebumps. 2023. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023.

SIMIS, Anita. Cinema e política cinematográfica. **Economia da Arte e da Cultura**. São Paulo: Itaú Cultural, p. 137-164, 2010.

SIMIS, Anita. A crise dos anos 1980 e a exibição cinematográfica. **EPTIC**, São Cristóvão, v. 18, n. 2, p. 188-199, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/epctic/article/view/5223>. Acesso em: 19 jun. 2025.

VILLELA, Sérgio Renato Victor. **Cinema Brasileiro: capital e Estado (três notas breves sobre o cinema brasileiro)**. Pesquisa CNDA/Funarte, Rio de Janeiro, 1979.



^I Arthur Fiel

Doutor em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), coordenadora do Observatório do Cinema e do Audiovisual Capixaba (OCAC) na mesma instituição.

E-mail: arthur.fiel@ufes.br

^{II} Pedro Alves

Doutorando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). Integra o Grupo de Pesquisa em Animação (AnimaMídia/UFF) e o Núcleo de Pesquisa em Televisão e Novas Mídias (TeleVisões/UFF).

E-mail: pedro_alves@id.uff.br

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa:

Não se aplica.

Fontes de financiamento:

Não se aplica.

Considerações éticas:

Não se aplica.

Declaração de conflitos de interesse:

Não se aplica.

Apresentação anterior:

Não se aplica.

Informações sobre coautoria

Concepção e desenho do estudo:

Arthur Fiel

Aquisição, análise ou interpretação dos dados:

Arthur Fiel e Pedro Alves

Redação do manuscrito:

Arthur Fiel e Pedro Alves

Artigo recebido em: 04/03/2025 e aprovado em 08/06/2025.