

Arthur Felipe Fiel
Universidade Federal
Fluminense
Niterói, RJ, Brasil.

HISTÓRIA, POLÍTICAS E NARRATIVAS INFANTIS: ENTREVISTA COM BETH CARMONA

**Antonio Carlos (Tunico)
Amancio**
Universidade Federal
Fluminense
Niterói, RJ, Brasil.

HISTORY, POLITICS AND CHILDREN'S NARRATIVE: AN INTERVIEW WITH BETH CARMONA

RESUMO

Beth Carmona foi e ainda é uma das figuras mais relevantes no cenário da produção audiovisual infantil brasileira, em especial, no contexto televisivo. Considerando sua atuação e vasta experiência, foi objetivo desta entrevista trazer à tona sua percepção acerca de aspectos históricos, políticos e narrativos que atravessam o fomento à criação, produção e difusão de conteúdos audiovisuais para as crianças.

Palavras-chave: Conteúdo infantil; Audiovisual; História.

ABSTRACT

Beth Carmona was and still is one of the most relevant figures in the Brazilian children's audiovisual production scene, especially in the television context. Considering her performance and vast experience, the objective of this interview was to bring up her perception of historical, political and narrative aspects that go through the promotion of the creation, production and diffusion of audiovisual content for children.

Keywords: Children's content; Audiovisual; History.

Recebido: 14/03/2021 / Aprovado: 14/05/2021

Como citar: FIEL, Arthur Felipe. AMANCIO, Antonio Carlos. História, Políticas e Narrativas Infantis: entrevista com Beth Carmona. Revista GEMInIS, v. 12, n. 1, pp. 173-188, jan./abr. 2021

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 3.0 Internacional.

INTRODUÇÃO

Castelo Rá-Tim-Bum, Cocoricó, Glub Glub, Mundo da Lua, Um menino Muito Maluquinho, X-Tudo... Essas são algumas das atrações que passaram pelas cuidadosas mãos de nossa entrevistada, Beth Carmona, que por algum tempo chefiou o departamento de produção e programação da TV Cultura em seu melhor momento, quando tornou-se mundialmente reconhecida pela qualidade de sua programação televisiva. Além de todo um trabalho na coordenação dessa programação, Beth também atuou em alguns outros segmentos de mercado, como a TV Paga e também no campo de gestão de políticas públicas que abriram os olhos de realizadores e produtoras para a importância de se produzir conteúdo para crianças. Importância que atravessa o social, o cultural, o educativo e que também diz respeito à potência mercadológica desse nicho. Isso porque, na história do cinema brasileiro, esse grupo de espectadores foi responsável por uma enorme parcela da bilheteria e das idas aos cinemas nas décadas de setenta, oitenta e também no início dos difíceis anos noventa e dois mil para história do setor cinematográfico no Brasil. Para figurar como exemplo, basta citar aqui o indiscutível sucesso da franquia de filmes do grupo *Os Trapalhões*, que quase que rotineiramente, a cada lançamento meticulosamente calculado para ir às salas de cinema no período das férias escolares, batiam recordes históricos de audiência durante os anos setenta e oitenta¹. Com a chegada da década de noventa, esse posto de nobreza, em especial no cinema, foi passado à Xuxa Meneghel², a “rainha dos baixinhos”, que mesmo num dos mais árduos momentos da história do cinema brasileiro, com o fim da EmbraFilme, registrou o marco de mais de 4 milhões de espectadores em sala de cinema com a obra *Lua de Cristal* (Tizuka Yamazaki, 1990), a maior audiência da década³.

No tocante ao conteúdo cinematográfico direcionado ao público infantil, a publicação do cineasta e pesquisador João Batista Melo (2011) torna-se uma preciosa porta de entrada. Nesta publicação, o autor atravessa tópicos de extrema relevância para introduzir a temática do cinema infantil de seus primórdios ao momento contemporâneo, ofertando aos leitores uma rápida conceituação da infância, dos gêneros fílmicos no cinema destinado às crianças, das adaptações literárias em sua relação com as obras infantis e dos filmes nacionais que se dirigiram às crianças em diversos momentos do tempo. Inspirados nesta publicação, estes autores apresentaram ao Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual (PPGCine) da Universidade Federal Fluminense, a dissertação intitulada “*A Tela Encantada: infância e conteúdo infantil na TV do Brasil*”, na qual se

¹ Dados retirados dos relatórios do Observatório do Cinema e Audiovisual (OCA/ANCINE). Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br>

² Xuxa e o quarteto trapalhão protagonizaram juntos o filme *A Princesa Xuxa e os trapalhões* (José Alvarenga JR, 1989), mas, antes disso ela já havia realizado algumas outras obras, das quais se destaca o longa-metragem *Super Xuxa contra o baixo-astral* (Anna Penido e David Sonnenschein, 1988), como aponta João Batista Melo (2011).

³ Ver em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105.pdf>

apresenta um extenso mapeamento da história e trajetória do conteúdo infantil nos setenta anos da televisão brasileira, dentro de uma proposta que também considera seus aspectos políticos, sociais e econômicos. Diversas das informações acerca dos conteúdos infantis de nossa televisão, acionadas por nossa entrevistada ao longo desta entrevista, podem ser facilmente localizadas nesta publicação. Aqui, vale mencionar que, cientes da potência dos conteúdos infantis e da ainda mais estreita relação das crianças com as mídias e telas no mundo contemporâneo, surgem estudos do campo da comunicação nas mais diversas regiões do país que se dedicam a analisar os conteúdos infantis em seus múltiplos formatos e aspectos, sejam históricos, econômicos, territoriais e/ou estético-narrativos.

Neste sentido, a entrevista aqui apresentada pretende estabelecer um elo dialógico entre esses novos estudos e essa figura que transformou o mercado audiovisual nacional, no que diz respeito ao cinema e audiovisual infantil. Beth Carmona, além de toda atuação reconhecida na produção, programação e chefia de canais públicos e privados de nosso mercado, também se fez presente no fomento à produção de conteúdo infantil, na formação de roteiristas, produtores e realizadores interessados em produzir para este público. Para além disso, ela permanece agindo e promovendo conexões entre os conteúdos brasileiros com nossos vizinhos latino-americanos e com diversas outras partes do globo. Beth e seu grupo de colaboradores foram responsáveis pela criação do edital *Curta-Criança*, que impulsionou a produção de conteúdos para o público infantil e que, inclusive, formou um novo olhar atento e especializado às formas de escrever e contar histórias para as crianças. Hoje, Beth Carmona encabeça a coordenação do Festival *comKids* e é também a representante do pensamento latino-americano na Fundação *Prix Jeunesse*, responsável por uma das maiores premiações da televisão infantil em todo mundo, sendo, dessa forma, mundialmente reconhecida pelo seu trabalho e atuação no fomento à criação, produção e difusão dos conteúdos audiovisuais destinados às crianças.

ARTHUR FIEL (AF): Beth, há quase três décadas que você tem dedicado sua vida profissional à promoção, fomento, formação e difusão do conteúdo infantil brasileiro. Eu gostaria de começar essa entrevista indo um pouco mais a fundo nessa sua trajetória. Nos conte, por favor, como se deu o início de sua carreira no audiovisual e a partir de que momento você, de fato, passou a trabalhar diretamente com conteúdos infantis.

Beth Carmona (BC): Durante minha infância e adolescência assisti muita televisão. Gostava de desenhos animados, seriados e depois telenovela, variedades e jornais. Venho de uma família classe média, neta de imigrantes judeus vindos da Turquia nos anos 20. Sou a terceira filha

de quatro irmãos e meus pais nos criaram de forma muito simples e comedida. Estudei em escolas públicas a vida inteira. Sempre gostei de crianças. Aos 12 anos adorava brincar e cuidar de bebês e cheguei a animar festas infantis para ganhar algum dinheiro. Falo isso porque é interessante como a vida vai caminhando e nos apresenta oportunidades que vão costurando nosso perfil e interesses. Optei pelo vestibular para Comunicações. Entrei na primeira turma da ECA/USP, em 1973, e minha opção na época já era pelo curso de Rádio & TV. Durante os anos de faculdade comecei a trabalhar em Rádio, uma paixão. Nessa época fiz um curso no *Goethe Institut* de São Paulo sobre televisão infantil na Alemanha. Na época, o Drº. Walter Flemmer apresentou alguns conceitos de TV infantil que ficaram na minha cabeça. Foram distribuídas pequenas apostilas sobre as faixas etárias infantis e os gêneros de programa, ideias que até então nunca tinha ouvido falar. Terminei o curso de Rádio & TV, cursei Jornalismo e continuei trabalhando. Ao terminar a faculdade, tínhamos uma vaga garantida na TV Cultura, para fazer TV Educativa. Éramos poucos alunos e a USP e a Cultura tinham esse convênio. Mas como eu gostava de rádio comercial, recusei a vaga e trabalhei com Rádio AM e FM. Casei, tive dois filhos e a educação das crianças foi uma oportunidade de muita aprendizagem em teorias de Educação. Nesse momento, João Batista Torres, um colega, me chamou para trabalhar na Rádio Cultura e assim entro para a Fundação Padre Anchieta para ser produtora e redatora de rádio, em 1986. Algum tempo depois fui transferida da Rádio para a Televisão e passei a trabalhar como redatora e divulgadora no Departamento de Programação, o lugar certo para o bem da minha curiosidade. No DPTV fazíamos tudo, dizíamos que era o coração da emissora. Recebíamos os programas prontos, fazíamos os roteiros de exibição, as chamadas e toda promoção do canal, os boletins de divulgação para imprensa, enfim, a coordenação e a programação no ar, ao vivo e gravada. De redatora e divulgadora, por uma conjunção política interna muito complicada, fui chamada pelo Presidente a assumir a Programação como gerente, do dia para noite, no lugar de Gilberto Colzani, com quem trabalhava em grande sintonia. Nessa posição passei a coordenar toda a programação e produção de conteúdo.

AF: Aqui estamos nos referindo, precisamente, a que período?

BC: Algo entre 1987 e 1988. Era época de muito movimento nos estúdios e o *Rá-Tim-Bum* estava sendo gravado. Claro que os meus olhos e de toda a emissora estavam voltados para essa grande produção, um verdadeiro acontecimento que mexia com a TV inteira. Ao coordenar toda programação eu mantinha uma atenção muito especial com o Departamento Infantil. E a luzinha do Infantil, que já existia, foi ficando cada vez mais acesa e forte dentro de mim. Eram muitas horas de trabalho, muita dedicação e muita responsabilidade. Programas Educativos, Culturais, Musicais...

Havia muita produção e cada vez mais eu era a ponte entre toda Produção e a Presidência do canal. Num determinado momento, Roberto Muylaert, que me desafiava muito, me designa a assumir a Produção Executiva de *Mundo da Lua*, série que passava por uma grande crise. Larguei toda Programação nas mãos de Sirlene Reis e a equipe do DPTV por quase 10 meses e parti para a difícil missão. Produção das mais complicadas, com financiamento do SESI e que não podia dar errado. Uma ficção de 52 capítulos (eram 100, originalmente) com atores globais como Antônio Fagundes, Laura Cardoso e Gianfrancesco Guarnieri, e crianças, como o adorável Luciano Amaral, na época com 8 anos. Com texto de Flavio de Souza, formatação e edição de Anna Muylaert, argumentos meu e de Anna e direção de Roberto Vignati, vivemos uma grande aventura e, eu tive ali um dos mais completos aprendizados sobre narrativas seriadas e de como fazer televisão para crianças. Daí para a frente a minha carreira só cresceu dentro da TV Cultura e a programação infantil se fortaleceu como nunca, junto com minha paixão.

AF: Foi justamente nesse período que a programação infantil da TV Cultura se solidificou e passou a ser reconhecida, inclusive, internacionalmente, certo? Lembro de haver programas dirigidos a distintos segmentos do público infantil e com formatos bastante variados.

BC: Isso! Fizemos do pré-escolar ao juvenil. *Mundo da Lua*, *Castelo Rá-Tim-Bum*, *X-Tudo*, *Glub Glub*, *Cocoricó*, *Turma da Cultura*, *Matéria Prima*, com Serginho Groisman e depois Marcelo Rubens Paiva, *Dia Internacional da Criança*, um evento com a UNICEF, *Confissões de Adolescente*, com Euclides Marinho e Daniel Filho, sem contar toda a programação de variedades e de cultura da emissora. Conseguimos distribuir os programas para o Brasil inteiro, formando a Rede Cultura de Televisão. Muitas oportunidades surgiram, fizemos muita coisa com uma equipe dedicada, unida e bem dirigida. Com outros gerentes e assistentes diretos como Luiz Eduardo e Rosa Crescente, Sirlene Reis, Valdemar Jorge, Bia Rosenberg, Celso e Nádia Hatori, Marcelo Oka, Vera Roquete Pinto, Irineu Guerrini, Mequita Andrade e suas equipes passávamos horas e horas na TV. Foram momentos únicos que marcaram a programação infantil brasileira no mundo. Um posicionamento claro, programas de qualidade em sequência e uma programação bem amarrada assinalou até 12 pontos de audiência, um segundo lugar entre as abertas, perdendo só para a Globo. Foi um *case* de comunicação. Recebemos alguns prêmios e mais de uma vez fui convidada a explicar o sucesso da programação infantil da TV Pública brasileira. *Rá-Tim-Bum* e *Castelo* abriram portas para muita gente: animadores, músicos, cenógrafos, maquiadores puderam mostrar seu trabalho. Tenho tudo a ver com isso e agradeço demais a oportunidade. Gratidão e orgulho. Saí da TV Cultura em meados de 1997, momento difícil porque não sabia exatamente o que buscar depois de tanto trabalho e envolvimento. Uma etapa de ouro se

acabava. Mas tinha a certeza de que o infantil seria meu foco dali em diante. Assim, com um grupo de amigos, fundamos em 2000 a *ONG MidiaAtiva, Centro Brasileiro de Mídia para Crianças e Adolescentes*, que existe até hoje, para estudar e batalhar pelos temas da mídia e sua relação com as crianças.

AF: Ao longo dessa sua trajetória, e, em especial, após sua saída da TV Cultura, você também atuou no mercado de TV Paga, que possui um outro entendimento de dinâmica e estrutura de televisão. Como foi essa experiência?

BC: Pouco tempo depois de sair da TV Cultura fui convidada a assumir a Diretoria do *Discovery Kids* e *Animal Planet* para o grupo *Discovery International* em Miami. Mergulhei em cheio na *Pay TV*, outro pensamento, TV segmentada e outro formato de canal. Eles conheciam o meu trabalho e precisavam de alguém com o meu perfil para trabalhar a América Latina. Outro leque se abriu e meu olhar passou a se aprofundar na América Latina e numa cultura pela qual já era apaixonada. Os três anos dentro de um grupo global foram uma grande escola, me relacionando com os demais continentes e conhecendo muito de produção e programação infantil. Construímos no *Dkids* o posicionamento 100% pré-escolar, adotado até hoje. Fazíamos pesquisa em países como Argentina, Chile e Colômbia e produzimos no México. Passei a entender culturas infantis e o comportamento da audiência desses países. Numa empresa global convivi com profissionais de toda parte e de novo fui desafiada a me expressar com força e opinião em reuniões bastante complexas. De volta ao Brasil, em 2002, assumi a *Disney* em São Paulo, um canal por assinatura bem diferente dos demais. Uma máquina de Marketing e Programação. Em 2003, no começo do governo Lula e fui convidada para assumir a Presidência da TVE RJ, emissora federal, pela minha qualificação técnica e a experiência da TV Cultura. Respondia a Brasília e a Secretaria de Comunicação Social do Ministro Luiz Gushiken. Aqui, outra vez, agora com Rosa Crescente na Diretoria de Programação e Haroldo Borba na Administrativa, implantamos muitas melhorias, e dentre elas demos um gás na programação infantil, quando fizemos, entre outras, a produção da série *Um Menino Muito Maluquinho*, adaptação do livro de Ziraldo e também a série *Janela Janelinha*, em parceria com a EBU, *European Broadcasting Union*, trazendo curtinhas de crianças de muitos lugares do mundo para a TVE e sua rede de emissoras associadas. Aqui também desenhamos o *Curta Criança*. Dessa forma, fiquei especializada em produção e programação de conteúdos infanto-juvenis. Não paro de estudar e de me atualizar, em função da tecnologia e das mudanças ocorridas nesse século. Cada vez mais essa especialidade é necessária e me dedico muito a formar pessoas. Tenho dado consultorias, cursos e *master classes* no Brasil e no exterior e sou chamada para júri de festivais e editais infantis no mundo.

AF: Beth, num passado bastante recente, tivemos enormes discussões acerca dos conteúdos levados às telas por esses tão distintos modelos de televisão – o público/educativo e o privado/comercial. Muito dessa discussão se pautou no conceito e no ideal de “qualidade” da grade programação. Você acredita que ainda é válida ou rica uma discussão sobre o conceito de qualidade dos conteúdos infantis levados ao ar nesses modelos tão particulares de televisão?

BC: Esta é uma discussão delicada e complicada, principalmente no Brasil. A lei que estabeleceu a divisão das outorgas das TV Educativas e Culturais foi criada por aqui nos anos da ditadura militar e até hoje é a mesma⁴. Foi, de início, um pensamento que atendeu objetivos daquele governo. Havia o desejo de educar o país utilizando a TV. As dimensões continentais, a falta de escolas e professores e o analfabetismo combinavam com o ideal. O governo militar viu a TV como um meio estratégico para unir o Brasil num mesmo pensamento e envolvê-lo num clima de nacionalismo em defesa da sociedade e da família. Mas é preciso observar que faz tempo que a situação das Comunicações, do país, da educação e da tecnologia mudou e a Lei continua exatamente igual ao que era. Estamos esperando uma reforma das Comunicações que não sai. Essa relação político-jurídica complicada entre o Poder e os Meios de Comunicação, que reflete diretamente na gestão e sustentabilidade das emissoras, cria situações muito desequilibradas. Então, antes de tudo, estamos falando de modelos políticos e depois modelos de gestão e de negócio, e não exatamente podemos separar isso dos modelos de produção. Aconteceu no Brasil das emissoras educativas e culturais terem sido criadas, em princípio, como instituições sem fins lucrativos e com o objetivo de transmitir programas educacionais, aulas, conferências, palestras e debates. Foram proibidas, desde o início, de veicular publicidade. Com o tempo essa norma foi sendo relaxada e desafiada em várias direções. A Fundação Padre Anchieta, Centro Paulista de Rádios e TV Educativas, por exemplo, nasceu com a missão de promover atividades educativas e culturais pelos seus canais de radiodifusão. No início transmitia cursos e aulas, como a TVE do Rio de Janeiro e todas as outras educativas estaduais. No decorrer dos anos, a TV Cultura teve uma programação cultural considerada bastante elitista, mas aos poucos se popularizou e hoje opera uma grade de programação muito próxima das emissoras comerciais, em termos de gêneros e formatos de programa. São jornais, *talk shows*, séries de ficção, filmes, programas infantis, documentários e que já estão mediados por um pouco de publicidade, digo, comerciais. Claro, ainda podemos sentir alguma diferença nas intenções de programação de uma emissora educativa e de uma emissora comercial, cujo foco central é o

⁴ Trata-se do Decreto Lei nº 236, de 28 de dezembro de 1967. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decllei/1960-1969/decreto-lei-236-28-fevereiro-1967-376046-normaatualizada-pe.pdf>

entretenimento, mas daí a dizer que uma tem mais qualidade que a outra, só pela outorga recebida, fica bem difícil. A TV comercial, como a Globo, por exemplo, é mundialmente reconhecida pela seu próprio padrão de qualidade. Com isso, eu quero dizer que um conteúdo audiovisual pode ou não ter qualidade independentemente do canal de distribuição, e isso é cada vez mais uma verdade. Hoje, com tantos canais de distribuição e sistemas, a TV aberta, a *Pay TV*, a Internet, o Youtube, os serviços de *streaming*, temos um mar de conteúdos a nossa disposição. Isso é bom, e sou bem a favor da variedade e da quantidade, uma democratização dos meios. Tem de tudo para quase todos. Mas, ainda há espaço para se fazer muito nessa área. Agora, definir o que é qualidade, abre a nossa conversa para uma direção completamente diferente. Trata-se de um conceito complexo, que varia no tempo, no local e conforme o contexto. São muitas as variáveis de análise. No entanto, é interessante notar, por exemplo, que a série *Vila Sésamo* foi exibida pela TV Cultura e pela TV Globo e o mesmo aconteceu com o *Sítio do Pica Pau Amarelo*, na TVE e na TV Globo. Ambos os projetos foram fruto de parceria entre esses canais. Outro fato curioso é que quando *Mundo da Lua*, depois de atingir 12 pontos, foi exibido pela Globo, para nós foi uma verdadeira glória. Ter um conteúdo considerado educativo com bom número de audiência e disponível para uma TV com um alcance extraordinário é tudo o que se quer. E, além disso, atualmente, na *Pay TV*, encontramos produções infantis que perfeitamente se encaixam no espírito da TV educativa, como o *Show da Luna*, por exemplo. Hoje, para produzir para crianças, ninguém escapa da responsabilidade e todos tentam acertar, pelo menos.

AF: Agora, trazendo à discussão também o cenário político e social, nos fale um pouco sobre a ideia, criação e desenvolvimento do edital Curta-Criança.

BC: Bem, o edital do Curta Criança foi lançado em 2004, na época que estávamos na TVE Rio de Janeiro, emissora federal. Basicamente começou de uma primeira conversa com o então Secretário do Audiovisual, Orlando Senna, sobre a necessidade de se fomentar a produção infanto-juvenil, devido a sua importância na formação e desenvolvimento da infância e na formação de um olhar infantil apurado. Desde o primeiro momento ele deu força à ideia e então, em reuniões minhas com Rosa Crescente e João Batista, do MINC, escrevemos as bases do que seria o “*Curta Criança - histórias brasileiras para crianças brasileiras*”. A ideia foi lançar uma chamada para histórias de 15 minutos, vindas do Brasil inteiro, onde uma criança fosse a protagonista. A criança no centro, como a filosofia trazida para nós por um grande produtor holandês Jan-Willem Bult. No edital, os projetos passavam por um júri e as melhores ideias recebiam uma formação internacional de 4 a 5 dias, para que fossem aprimoradas. Isso nos dava a certeza que no final teríamos histórias infantis e não curtas adultos com crianças em cena. O dinheiro para realização de cada curta era pouco, mas a quantidade

de inscritos foi enorme desde os primeiros momentos. A coordenação ficou inteira nas mãos da TVE, que exibia os curtas e os primeiros resultados foram incríveis. Ver uma história com uma criança mineira, cearense ou baiana sendo exibida pelo Brasil inteiro era uma glória. Para o menino do sul era uma maravilha ver o menino do norte e do nordeste, e vice-versa. Lembro-me bem de uma delas, a história *Uma Jangada chamada Bruna*, onde crianças brincavam na praia de Iracema tendo ao fundo coqueiros e uma jangada própria do Ceará. Essa imagem era nova na tela e na vida de muitas crianças. Esse edital durou alguns anos com uma certa descontinuidade e terminou, acho, que em 2014. A cada edição 10 a 15 curtas eram produzidos. Devem existir mais de 80 curtas realizados pelo Curta Criança.

AF: Para além de fomentar a produção destinada ao público infantil, o Curta-Criança também se preocupou em capacitar roteiristas, diretores e produtores para se relacionarem melhor com esse público, como você mencionou. De onde veio a percepção sua e de seu grupo de colaboradores sobre a necessidade de uma formação específica para a produção de conteúdos infantis?

BC: A necessidade de formação mais dirigida para o infantil era necessária tão ontem como ainda é hoje. Com a nossa equipe de colaboradores da TVE tínhamos essa clareza e acho incrível como na Universidade ainda não exista uma cadeira ou disciplina específica para tratar do audiovisual infantil – dada a relevância dessas produções no contexto audiovisual global. Essa percepção, no meu caso, veio não só da experiência da TV Cultura, como da vivência profissional e internacional. A *Fundação Prix Jeunesse* há mais de 60 anos realiza formação, e posso dizer que em parte me atualizei e me formei em seus eventos. Países de TV Pública sólida, com grande oportunidade de produção infantil, melhoram suas abordagens e técnicas de conexão com as crianças a olhos vistos. Está constantemente evoluindo, discutindo e debatendo. É preciso experimentar, produzir, estudar, observar as crianças, além de toda a necessidade de bom manejo das técnicas audiovisuais apuradas de roteiro e direção. Durante participações em eventos internacionais como *Prix Jeunesse*, *World Summit on Media for Children*, *Prix Jeunesse Iberoamericano*, *comKids*, *La Matatena*, *Kidscreen*, *MIPJr*, *Japan Prize*, *Ojo de Pescado*, *Divercine* e outros, estamos sempre em formação, nos atualizando, nos aprofundando. Escrever, realizar para crianças e com crianças é algo muito sério e envolve estudo, uma abertura imaginativa grande e muita responsabilidade. Temos que nos formar e informar constantemente. Em todas as gestões sempre ofereci formação aos colaboradores, isso é fundamental.

AF: Ainda sobre o Curta-Criança, hoje percebemos que boa parte das autoras e autores, bem como das demais categorias profissionais que continuam produzindo para a infância ou que se lançam a produzir para esse público no atual cenário, deram seus primeiros passos dentro desse edital ou a partir dos frutos dele. Como que você enxerga essa “herança” do Curta-Criança para os profissionais e conteúdos que hoje se dirigem ao público infantil? Em síntese, quais os aprendizados que dali ficaram e, sob sua percepção, transformaram o mercado?

BC: Não sei bem se o Curta-Criança carrega esse mérito sozinho, mas a verdade é que o edital, além de ter sido importante para dar visibilidade ao conteúdo infantil, abriu os olhos de muitas produtoras para esse mercado. O AnimaTV, que veio depois do Curta-Criança, até o tomando como exemplo, foi um programa positivo para as produtoras de animação. No geral, o conteúdo infantil é pensado para o formato seriado e não projetado para uma hora e meia de duração. Isso acontece, mas é raro. E, bem, conseguir fechar uma série de 26 ou 52 episódios capitaliza e dá muita experiência a um produtor. Mas, por exemplo, no Curta Animação, que tinha pouquíssima verba, tivemos uma história curiosa. Abrimos com a ideia da Rosa Crescente, que era para a criação de personagens em 1 minuto. Na época o desafio lançado aos produtores foi “envie seu projeto com o tema “*Meu Melhor Amigo*” e anime 1 minuto dele”. Entre os selecionados estavam Andre Breitman e Andres Lieban da 2D Lab com a ideia do *Meu Amigãozão*, o elefante Golias e o garoto Yuri de 4 anos, uma ideia bem amarrada e um design bem atraente. A formação foi dada pelo grande produtor canadense Peter Moss, um amigo de outras jornadas, que veio ao Rio contente fazer a formação em 2005. André e Andres souberam aproveitar a oportunidade e entre conversas, parcerias e longa estrada, desenvolveram a série de animação em co-produção com o Canadá. Assim como *Meu Amigãozão*, outros desenvolvimentos aconteceram a partir dos muitos personagens ali criados.

AF: Então, ali, basicamente tínhamos um projeto que se estruturava numa via dupla: de um lado um grupo de gestores de políticas públicas atentos ao público infantil, que entediam a dinâmica do setor e possibilitaram encontros e discussões entre realizadores interessados nesse nicho, e, do outro lado, esses interessados (realizadores e produtores) que, a partir das trocas estabelecidas ali, encontraram diante de si a possibilidade de amadurecimento e continuidade de trabalhar e produzir conteúdos para o público infantil, certo?

BC: Exato!

AF: O *comKids*, por sua vez, é outro projeto de extrema relevância para realizadores, canais e produtores de conteúdo infantil. Nos fale um pouco mais sobre essa empreitada e seus objetivos.

BC: O *comkids* nasceu há 12 anos atrás como um selo dentro da ONG Midiativa, que foi formada por um grupo multidisciplinar atuante nas áreas de comunicação, cultura e educação, nascendo com a minha saída da TV Cultura. Com a ONG sentimos a necessidade de debater e de pensar alternativas para o consumo massivo de programas de televisão em um país onde essa mídia havia se estabelecido como uma das principais formas de comunicação. Passamos a atuar junto aos setores culturais com ênfase nos segmentos do audiovisual e educacionais, sempre pelo viés da formação de crianças e adolescentes, mediadas pelos criadores e profissionais do meio. As ações *comKids* vieram depois com a equipe mais jovem, a Vanessa Fort, Paula de Oliveira, Daniel Leite, Sandra Alves. Nos guiamos por pressupostos de responsabilidade social, desenvolvimento cultural, educacional e economia criativa. O portal⁵ nasceu com o propósito de informação, promoção e difusão de conhecimento sobre produções audiovisuais e digitais para crianças e adolescentes, nas línguas portuguesa e espanhola. Começamos a evidenciar temas relevantes para a cultura da infância, através de textos assinados por especialistas, debates, entrevistas e conteúdos audiovisuais. O Festival *comKids* tem um forte caráter formativo e se espelhou, no início, nos Festivais da Fundação *Prix Jeunesse*, com quem temos uma parceria há muitos anos. O Festival reúne produções audiovisuais voltadas ao público infanto-juvenil, crianças e adolescentes de 3 a 15 anos, originalmente feitas em português ou espanhol. O evento anual tem como objetivo estimular, valorizar e premiar a produção de conteúdos audiovisuais e interativos de qualidade. Reunimos o principal da produção feita às crianças e adolescentes no Brasil, na América Latina e na Península Ibérica. Dentro do evento temos as exposições competitivas de conteúdo, as mostras audiovisuais, dedicadas ao grande público, debates e workshops de formação profissional, além de ações de mercado. Sabemos também que as mídias interativas carregam um potencial grande para o desenvolvimento cognitivo, cultural e social da infância e da juventude. Nesse momento, também falamos dos conteúdos interativos, como *games*, *apps*, *IR*, *VR*, *e-book*, com experiências de formação para os produtores, criadores, roteiristas, desenvolvedores, designers e pesquisadores que organizam, criam e produzem para todas essas plataformas e para o *cross media*. Nos sustentamos com dificuldade e toda Diretoria e Conselho do Midiativa tem outros trabalhos paralelos. Por isso trabalhamos por projetos e os Festivais têm sido os nossos momentos de maior expressão. Temos tido constantes apoios do Sesc, da SPCine e do Goethe, que possibilitam essa realização.

⁵ comkids.com.br

AF: É perceptível que num evento como o *comKids* há trocas significativas entre agentes produtores e difusores de diversas partes do globo, em especial com os demais países da América Latina. Sob sua ótica, como essas trocas afetam e/ou atravessam a construção estética, temática e narrativa das produções que se dirigem às crianças?

BC: Essas trocas são a essência do *comKids* e servem como fonte de estudo, conhecimento e inspiração. São tantas as ideias, os formatos, as culturas e é justamente aí que se dá o aprendizado. Parte disso aprendi nos eventos da Fundação *Prix Jeunesse*, onde hoje represento a América Latina no *board* da instituição. Assistir horas e horas de conteúdos infantis, discutir e perceber a intenção de cada roteiro e de cada direção abre a cabeça. Muitos produtores, frequentadores assíduos de nossos eventos, se dizem transformados e desafiados a cada edição. Ideias e coproduções já surgiram dali. Critérios de análise são fornecidos para que a crítica se estabeleça. Devido a dose de subjetividade em termos estéticos ou narrativos, opiniões distintas são bem-vindas e aquecem as conversas no Festival. Além disso, a troca entre as culturas da América Latina fortalecem nosso setor e a nossa produção como grupo, num mercado dominado pela América do Norte e hoje também pela Ásia. Um dos primeiros casos, para exemplificar essa questão, foi a contratação de um conteúdo chileno de Alvaro Ceppi e equipe pela *Cartoon Network* América Latina. Barry Koch, um dos diretores internacionais do canal, estava no evento convidado por nós e se encantou com o humor da série. Bem, o mesmo Álvaro, anos depois com *Porto Papel*, realizou co-produção com Gloob (Brasil) e Pakapaka (Argentina) e *Mi Senal* (Colômbia). O criador Ricardo Makoto, animador paulista que frequenta os eventos, diz que as melhores ideias que já teve surgiram durante o *comKids*. Alguns pesquisadores da área de literacia midiática e educomunicação, como Marcia Alves, se encontraram dentro do nosso festival. O evento se comporta como um ponto de encontro e troca e isso é fundamental. Um grupo latino enorme de produtores se conecta e interage a partir dos *comKids*. Unimos mais de 10 países com um mesmo interesse. Argentina, Chile, Equador, Colômbia, Cuba, Brasil, Peru, Uruguai, Panamá, El Salvador, Costa Rica.

AF: Temas como morte, diversidades (de gêneros, de corpos, de etnias), sexualidade e demais tópicos considerados “tabus” são abordados de formas absolutamente distintas no Brasil e na América Latina quando comparados a conteúdos europeus, por exemplo. Eu gostaria que você comentasse um pouco sobre esses aspectos tão distintos nessas sociedades e narrativas.

BC: Culturas e comunidades distintas têm suas diferenças sociais, morais e éticas e isso está estampado também nas produções infanto-juvenis. Há países mais avançados e progressistas, que

educam suas crianças de forma muito aberta, sem tabus, como o caso do Países Nórdicos e por isso mesmo temos tanto a aprender com eles. Algumas questões que para nós são muito caras e difíceis, surgem nessas narrativas de forma muito natural e as soluções para elas são, por vezes, muito criativas. Na América Latina a TV é conservadora, ainda machista. Há países mais abertos que outros no continente, mas é incrível como estamos vendo transformações na sociedade e como as barreiras estão caindo. Temos que evoluir muito no quesito diversidade, tolerância e na produção de histórias que abordem esses temas para crianças, eles são muito necessários. Não são fáceis de escrever nem de produzi, muito menos de exibir, esses roteiros, essas narrativas, por isso a troca, o diálogo e o aprender com a experiência do outro, para crescer e evoluir, se faz necessário. Nossas crianças têm carências, sofrem, ficam tristes e angustiadas e isso tem que ser levado em conta também nas narrativas que dirigimos a elas. O mundo não é cor de rosa e as angústias, medos, incertezas, maldades e violências podem e precisam ser trabalhadas nas histórias infantis, assim como a superação e a resiliência.

AF: Durante um longo período, os conteúdos infantis de nosso país tiveram no centro de suas narrativas a figura de um adulto que se colocava como tio, amigo e/ou rainha dos “baixinhos” – no caso do Tio Maneco, dos Trapalhões e da Xuxa. Hoje, percebemos que a figura da criança está cada vez mais ocupando espaço central nas narrativas que lhe são direcionadas. São elas as protagonistas dessas novas histórias, sejam “reais” ou animadas. O que você acha que provocou tal mudança?

BC: Sem dúvida o protagonismo infantil nas histórias infantis tem sido o foco há alguns anos e isso é bem importante, pois dessa forma mostramos que a criança é capaz, tem voz, sofre, reage e sabe resolver um problema com criatividade e inteligência. Se o adulto fala por ela, ela não só não é escutada, como é impossibilitada de crescer. Do ponto de vista dos telespectadores, as histórias com a criança no foco ajudam no desenvolvimento e promovem vivências emocionais muito importantes. Talvez as mudanças sejam reflexo do que acontece ou vai ocorrendo na própria sociedade. O *Vila Sésamo* promoveu uma grande transformação na forma de fazer TV para crianças, baseado em teorias de educação e curriculum, como também acho que o Castelo Rá-Tim-Bum trouxe grandes contribuições para o imaginário infantil, com uma criatividade efervescente. Os desenhos animados, os quadrinhos, os games também vêm promovendo grandes mudanças nas narrativas audiovisuais, nas estéticas e na forma de contar histórias infantis. Isso é muito dinâmico. Hoje também conseguimos enxergar e entender a existência de muitas infâncias e há uma conscientização em curso sobre a representação na tela também no conteúdo infantil. Assim como a fantasia, o real

e o documental têm espaço nas histórias infantis e aprendemos que as crianças adoram ver outras crianças em ação. Mas gostaria de chamar a atenção para uma outra tendência, a das histórias Intergeracionais, onde adultos e crianças vivem experiências comuns e trocam dentro daquilo que é esperado nos seus papéis sociais. Avós com netos, pais com filhos e tios com sobrinhos, num tom de respeito e amizade. Isso tem acontecido com certa frequência nas séries infantis. Já o adulto imitando criança, ou falando errado ou de forma infantilizada para tentar se conectar com a criança já não cabe, a não ser numa comédia em forma de crítica. Aliás, já nos deparamos com alguns seriados infantis de comédia, que, ao contrário, mostram as crianças ridicularizando os adultos.

AF: Pensando agora na força e na potência dos conteúdos infantis para o cenário audiovisual, como você vê o mercado nacional neste momento e, dentro dele, que lugar ocupam os conteúdos audiovisuais destinados às crianças?

BC: No cenário internacional o mercado infanto-juvenil é gigante e vigoroso. Esta é uma indústria promissora e as feiras de conteúdos infantis são lotadas. Basta ver que a *Pay TV* chega a ter no Brasil 12 canais infantis de 24 horas que compram e produzem conteúdo infantil para alimentar suas grades de programação. No mercado brasileiro somos mais compradores que produtores. Nosso sistema de incentivo e promoção do produtor independente vinha sendo construído nos últimos anos, mas agora está praticamente parado. As produtoras de animação, inclusive as brasileiras, são as que tem melhor desempenho nesses tempos, pois a animação viaja melhor e sempre tem mercado, mas para ter capital e manter uma produtora viva e operante é difícil demais. Acho que hoje está claro o papel que conteúdos audiovisuais infantis ocupam nos canais, na internet e nos serviços de *streaming*. Eles são, inclusive, utilizados como ponto de atração para a venda de pacotes pelas operadoras. Outro dado significativo nisso é que a posse de *smart TVs* dobrou de 2018 para 2020. E as crianças são incansáveis consumidoras de vídeos. A Kantar Ibope divulgou recentemente⁶, neste mês de março/21, um estudo sobre o consumo de vídeo em 2020 e a diretora de Desenvolvimento de Negócios, Adriana Fávaro, disse que "nunca consumimos tanto conteúdo em vídeo como no ano que passou". Além da pandemia da Covid-19, também temos um crescimento de canais e ofertas, e uma contínua evolução tecnológica. O mercado infantil nacional precisa de incentivo, de fomento, para crescer. Há competência, criatividade, *know-how*, mas falta investimento e oportunidade. Aqui eu me refiro, em especial, à política pública. Nem o governo e nem a iniciativa privada perceberam a importância de investir na produção infanto-juvenil e com isso ter um retorno de natureza educativa, social e

⁶ Ver em: <https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>

econômica. Para isso precisamos que nossos grandes empresários tenham visão e compromisso com a infância, que invistam em educação e cultura para as crianças. Outro fator é o tempo, precisamos ser pacientes porque o processo de produção é demorado e necessita desse suporte financeiro. Mas em geral, se bem feito, vale muito a pena – para as crianças, para os realizadores, investidores e todos os demais envolvidos no processo produtivo.

AF: Encaminhando agora essa nossa conversa para sua conclusão, qual seu conselho para roteiristas, produtores e realizadores que queiram se dedicar à produção de conteúdos infantis?

BC: Produtores e criadores, atualizem-se! Observem, estudem e assistam os conteúdos disponíveis para perceber suas nuances, temáticas e forma como se conectam com as crianças. Atenção para os editais, façam parcerias, coproduções. Audiovisual se faz em equipe, por isso procurem os profissionais certos para cada projeto, se apoiem nos especialistas. Apostem no desenvolvimento das ideias e projetos. Aproximem-se dos profissionais que hoje estudam a infância, a escuta infantil, o comportamento infantil. Percebam que o mundo das crianças é amplo e a diversidade deve ser incluída. As outras artes, como a música, artes visuais e plásticas estão próximas da audiovisual e os profissionais de arte e educação tem um trabalho sólido e devem ser consultados. No mais, eventos e Festivais especializados devem ser acompanhados, sempre.

AF: Obrigado pelas palavras finais, pela entrevista e por dividir conosco essa sua tão particular trajetória e experiência, Beth!

BC: Eu que agradeço! Foi um prazer!

REFERÊNCIAS

ANCINE. **Filmes Brasileiros com Mais de 500.000 Espectadores entre 1970-2015**. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/2105.pdf>>. Acesso em 10 jan. 2021.

FIEL, Arthur. Notas sobre o conteúdo audiovisual infantil e novas formas de se produzir para crianças. IN: Marina Cavalcanti Tedesco; Márcio Brito Net. (Org.). **Outras pontes:** abordagens e objetos emergentes no cinema e audiovisual. 1.ed. Rio de Janeiro: NAU Editora, 2020, p. 203-224.

_____. **A Tela Encantada:** infância e conteúdo infantil na TV do Brasil. 2019. 208f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual) – Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

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

Informações sobre o Artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese: não se aplica.

Fontes de financiamento: Este texto não contou com o apoio de nenhuma agência de fomento.

Apresentação anterior: não se aplica.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: não se aplica.

ARTHUR FELIPE FIEL

Roteirista e Produtor Audiovisual. Doutorando em Comunicação (PPGCOM), Mestre em Cinema e Audiovisual (PPGCINE) pela Universidade Federal Fluminense – UFF. Tem como foco de suas pesquisas a história, economia e política dos conteúdos audiovisuais infantis, bem como suas transformações estético-narrativas. Interessasse também pelas políticas públicas e estudos do mercado audiovisual nacional.

E-mail: arthurfiel@id.uff.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1468-5958>

ANTONIO CARLOS (TUNICO) AMANCIO

Professor Emérito do Programa de Pós-Graduação em Cinema e Audiovisual (PPGCINE) e do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense. Doutor (1998) e Mestre (1990) em Comunicação pela Universidade de São Paulo. Publicou as obras O Brasil dos gringos: imagens no cinema e Artes e Manhãs da EMBRAFILME, além de diversos outros artigos em revistas nacionais e internacionais sobre aproximações e diálogos no cinema latino-americano.

E-mail: tunicoamancio@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8064-4652>