

Entrevista Prensario

Assunto: MIPCOM e MIPJR

Porta-voz: **Mary Morita, gerente executiva do Brazilian Content**, programa internacional da Brasil Audiovisual Independente (BRAVI), criado em 2004 e realizado em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Momento Brazilian Content

Assumi recentemente, no dia 1º de agosto, o cargo de gerente executiva do Brazilian Content, após a saída de Rachel do Valle. Após ficar oito meses fora, volto para esta casa, onde estive desde 2011 como coordenadora internacional, para dar continuidade ao trabalho sério que a instituição faz pela promoção dos produtores brasileiros em parceria com a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos).

Do ponto de vista dos resultados, ano a ano temos registrado crescimento em valores de exportações das empresas associadas ao programa e, só no ano passado, o aumento foi de 35% sobre 2017. Estamos otimistas em relação ao desempenho deste ano, pois são muitos os indicativos de que fecharemos 2019 com bons resultados.

Em sua 16ª participação no MIPCOM, o Brazilian Content levará uma delegação composta por 32 empresas, representadas por 46 profissionais, número que sempre pode crescer. No MIPJR, o número é de 15 empresas e 16 empresários. É uma quantidade representativa e nossas expectativas são enormes neste ano.

É importante ressaltar que o perfil das empresas brasileiras neste ano é mais maduro: apenas 3 das 31 empresas já confirmadas nunca estiveram no evento. Na nossa avaliação, isso reflete um investimento consciente das produtoras com experiência internacional: o MIPCOM é um evento em que é necessário marcar presença anualmente, seja para manutenção de contatos ou abertura de novos mercados. No ano passado, logo após o evento, foram fechados negócios na ordem de US\$ 40 milhões a serem concretizados nos 12 meses subsequentes. Estamos trabalhando com previsão de resultados semelhante aos de 2018.

Em relação ao conteúdo, a animação e a ficção são nossos carros-chefes atualmente. É nítido, também, que a produção de documentários tem se destacado, especialmente o mercado de one-offs, que os brasileiros ainda não produzem com a mesma naturalidade, mas que é uma demanda forte do mercado internacional.

Ainda em relação a esse tema, o Brasil é um mercado de extrema relevância no audiovisual e tem se destacado na produção de obras seriadas. Na ficção, temos destaque para as inúmeras produções originais da Netflix e o estabelecimento da Amazon Studios no Brasil. Na Netflix, foram anunciadas durante o Rio2C mais de 30 originais incluindo “Reality Z”, a nova série da Conspiração estrelada por Sabrina Sato. Na animação, temos diversos exemplos de sucesso. A PinGuim Content, por exemplo, é a produtora por trás de grandes sucessos de exportação como “Peixonauta” e “O Show da Luna”, esta última em mais de 100 territórios, e estreou recentemente “Charlie, o Entrevistador de Coisas”, uma coprodução com a Discovery Kids e em exibição em toda a América Latina.

Este MIPCOM, para as empresas brasileiras, será uma das maiores oportunidades do ano para apresentarmos nossos projetos e buscar potenciais parceiros de coprodução, além de vender nossas obras já finalizadas.

Novo posicionamento de marca

O Brazilian Content passa por um projeto de reformulação de branding que já será colocado em prática durante o evento. O estande do Brazilian Content será totalmente reformulado, com uma nova identidade visual, para fácil identificação de nossas vocações.

Já somos reconhecidos internacionalmente por aspectos como nossa diversidade cultural e nossa criatividade. Com este novo posicionamento de marca, queremos reforçar ao mundo, agora, que não é só de excelentes histórias que vive nossa produção independente. Também temos técnica de altíssima qualidade, com profissionais capacitados e equipamentos de última geração – o que nos dá tranquilidade para produzir projetos em todos os segmentos, sabendo que poderão ter aceitação a nível internacional.

Últimos acordos e projetos

Como afirmado acima, no ano passado, logo após o evento, foram fechados negócios na ordem de US\$ 40 milhões a serem concretizados nos 12 meses subsequentes.

O Brazilian Content ajudou a promover inúmeras reuniões de produtores com players internacionais no ano passado, além de organizar rodadas de negócios com a Argentina, em conjunto com a Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (INCAA), e com o Canadá, por meio dos parceiros Canada Media Fund e Telefilm Canada. No total, foram 35 reuniões de negócios entre Brasil e Canadá; e um total de 32 reuniões de negócios entre Brasil e Argentina.

O Brasil também foi signatário do protocolo internacional de cooperação e coprodução audiovisual, iniciativa liderada pela Aliança de Produtores de Cinema e Televisão do

Reino Unido (PACT), com o apoio do Brazilian Content. O país tornava-se, então, o único signatário da América Latina.

Produtoras brasileiras também puderam estreitar relacionamento ou fechar negócios com parceiros, principalmente, da Europa, Ásia e Oceania. É importante lembrar que, no ano passado, o MIPCOM homenageou a China, o maior mercado digital do mundo, com 40% dos internautas, o que rendeu ótimas prospecções e negócios ao país. A Elo Company, por exemplo, foi uma das produtoras brasileiras que fez negócios com a China no MIPCOM 2018.

A BRAVI e o Brazilian Content, por sinal, estão atentos à China, e têm realizado e apoiado uma série de ações com o objetivo de fomentar a realização de negócios entre produtoras brasileiras e o mercado chinês. Um deles é a Missão China 2020, envolvendo produtoras de animação e XR, em abril de 2020, com duração de seis dias.

Esta ação é um dos resultados de um MOU (Memorando de Entendimento) com intenção de colaboração mútua para aproximação entre os mercados brasileiro e chinês, assinado neste ano pela BRAVI (representada pelo conselheiro Federal Mário Nakamura) e a Capital Radio & TV Program Producers Association (representada pelo presidente Liu Yanming). Representantes de ambos os países destacaram a importância e o interesse na aproximação entre os mercados do Brasil e da China, com vistas ao impulsionamento de cooperação econômica e comercial, além do aprofundamento do intercâmbio interpessoal.

Também estamos dando sequência ao nosso calendário estratégico, com a participação, além de MIPCOM/MIPJR, dos principais eventos do setor mundial, como Sunny Side of the Doc, Kidscreen, Mifa, Natpe, MIPCancun, Rio2C, entre outros.

Seguem alguns dos destaques do Brasil no evento:

BROMELIA PRODUÇÕES: responsável pelo sucesso mundial “Galinha Pintadinha”, levará para a MIPCOM/MIPJunior a nova série “Galinha Pintadinha Mini”. A segunda temporada das novas aventuras da personagem recém-estreou no Nat Geo Kids para toda a América Latina e na TV Azteca, no México. Agora, as negociações continuam no evento com vários canais de TV e plataformas digitais nos países europeus, como Itália e Rússia, e na Ásia, com Índia e China. O conteúdo chegará em vários idiomas: português, espanhol, italiano, francês, alemão, japonês, mandarim e inglês. A série tem duas temporadas, totalizando 52 episódios de 12 minutos cada.

PINGUIM CONTENT: levará como destaques “Charlie, o Entrevistador de Coisas”, série de animação em formato de talk show voltada a crianças de 6 a 8 anos (a primeira temporada tem 26 episódios de 11 minutos e é multiplataforma); e a sexta temporada de “O Show da Luna”, animação consagrada internacionalmente com cinco

temporadas produzidas, desta vez, trará a personagem principal morando em uma estação espacial.

COPA STUDIO: Terá como destaque o início das vendas para além da América Latina da série de animação “Irmão do Jorel”, sucesso brasileiro que já ganhou diversos prêmios internacionais e está com a quarta temporada em produção com o Cartoon Network. A empresa também levará ao evento seus últimos trabalhos: GigaBlaster (com o canal Gloob), Tito & Muda (com a Discovery Kids), Ico Bit Zip (com a Nat Geo Kids) e Tuiga (com o Canal Zoo Moo). Com esse portfólio, a empresa também espera prospectar serviços de animação para produções estrangeiras.

UPVOICE: empresa brasileira full service de dublagem, participa pela primeira vez do MIPCOM e será a primeira empresa da delegação Brazilian Content a ter um estande no evento, levando um estúdio de dublagem como atração. Os visitantes do estande também poderão conhecer a sede da empresa por meio de uma visita em realidade virtual 360° guiada.