

## **Brasil refuerza posición de relevancia en el escenario global de contenido audiovisual**

*Con 41 empresas, la delegación brasileña presente en el Mipcom 2018 trae de vuelta resultados muy positivos, empezando por la firma de un acuerdo internacional de cooperación y coproducción audiovisual.*

Al desembarcar por la 15ª vez en Cannes, en Francia, la producción independiente brasileña tuvo una experiencia notoria en el MIPCOM, el mayor mercado de contenido de entretenimiento del mundo, realizado entre los días 15 y 18 de octubre, y en el MIPJunior, que tiene como foco el contenido infantil, realizado en los días 13 y 14. Con 52 profesionales de 41 productoras, el Brazilian Content, programa de exportación de BRAVI en asociación con la Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Apex-Brasil), garantizó una vez más el excelente desempeño de Brasil. Este año el foco estuvo en la animación, con 46 proyectos formateados y otros 35 en desarrollo en busca de alianzas o financiamiento para coproducción o distribución fuera del país.

Al final del evento, que este año homenajeó a China, el mayor mercado digital del mundo, con el 40% de los internautas, se podía sentir el optimismo de los brasileños. "Este es el evento más importante del audiovisual cuando el foco es exportación, y es nítido que el contenido brasileño está cada vez más valorado. Hemos venido con un catálogo bastante amplio, enfocado en la exportación, y una gama de animaciones. Ya hemos cerrado ventas a China, pero todavía no puedo divulgar antes que el contrato esté firmado. También estamos negociando un documental con la India", dijo Sabrina Nudeliman Wagon, de la Elo Company.

"Como resultado de nuestra participación, estamos celebrando aquí en Mipcom nuevos socios, cuyos contactos hemos empezado en ediciones anteriores el evento. Entre ellos está la exhibición de la Gallina Pintadita en NatGeo Kids en toda América Latina a partir de noviembre. Otro éxito importante ha sido el acuerdo de distribución y licencia de la Gallina Pintadita para Italia, donde el personaje se va a llamar "Gallina Puntolina", dijo Guilherme Coelho, de la 01 Digital, distribuidora de la Bromélia Produções, creadora del personaje.

La misma percepción positiva tuvo Zé Brandão, del Copa Studio. "Trajimos por primera vez para internacionalizar la serie "Hermano del Jorel", nuestra producción más conocida en Brasil, y ya tuvimos respuestas muy positivas de países de Asia, Europa y Oceanía. Otras series, como "Cuentos Espantosos para Niños Caprichosos" y "Trompa Tren", también han sido muy bien acogidas". Y el debutante Tree House Studios no se quedó rezagado. "Cerramos una asociación con una empresa india para el largometraje que estamos produciendo, aparte de negocios con una empresa neozelandesa para audio y color de dos proyectos que hemos traído", cuenta Márcio Moraes.

"Nuestra participación ha sido bastante vigorosa, mejor de lo que esperaba. Reuniones súper objetivas, con la intención real de cerrar algún negocio o proyecto de coproducción. Todavía no puedo revelar por una cuestión contractual, pero hemos concluido y cerrado la comercialización de dos nuevas series para el mercado internacional y para Brasil con lanzamiento previsto para varios países, además de un gran proyecto que estamos construyendo desde el año pasado y cerramos ayer. Estamos orgullosos de ser los brasileños que estarán en ese proyecto", dijo João Daniel Tikhomirow, de la Mixer.

En su segundo año en el Mipcom, Vinicius Oppido, de la PushStart, conmemoraba la cita de una de sus producciones en el MIPJunior como un ejemplo de tendencias. "Eso nos ha traído mucha visibilidad y ha aumentado los accesos a nuestra biblioteca de videos del MIPJunior, a la cual los compradores acceden. Otra cosa que he percibido es que mantener la frecuencia en el evento es muy importante, ya que las relaciones con el mercado se van fortaleciendo a lo largo del tiempo". Gabriel García, de la Hype, también acuerda que el Mipcom es siempre una oportunidad para concretar grandes negocios. "Llegamos a hacer 30 reuniones con 10 países diferentes y para nosotros ha sido muy bueno. Queremos volver en los próximos años".

"Fomentamos mucho las alianzas internacionales para el sector y es de fundamental importancia estar aquí participando del Mipcom", dijo Diogo Almeida, de la División de Promoción del Audiovisual del Ministerio de Relaciones Exteriores. Así como él, Tiago Mello, de la Boutique Filmes, también estaba animado con los encuentros con canales, productores y socios internacionales. "Brasil una vez más ha traído una gran delegación y está conquistando cada vez más espacio internacional".

Por fin, la sorpresa positiva de quien participó por primera vez - Sebastião Braga, de la Feel Filmes. "Estoy sorprendido por el tamaño de esto aquí. Es muy grande y es el tipo de mercado para el cual uno tiene que se preparar bien antes de venir, organizar bien la agenda. Ya hemos frecuentado el Sunny Side of the Doc y hemos venido con algunos contactos de coproducción con Francia anudados de allí. Como filmamos en varios países del mundo, también es el lugar ideal para cerrar algunos servicios de producción", concluyó.

### **Matchmakings Argentina y Canadá**

Aparte de las numerosas reuniones de los productores con players internacionales, el Brazilian Content ha organizado ruedas de negocios con Argentina, junto al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), y con Canadá, a través de los socios Canada Media Fund y Telefilm Canada.

La primera de ellas tuvo lugar el día 16, con Canadá. En total, se han hecho 35 reuniones de negocios entre los dos países. Durante una hora, Visom Digital, hype.cg, Moonshot Pictures, Capelini Filmes, Kampai, Feel Filmes, Alopra Studio, PushStart, 2DLab, G Entretenimento, Copa Studio, Manifesto Games, Apiário Estúdio Criativo,

Flamma y Split Studio se reunieron con productores y distribuidores canadienses interesados en posibles alianzas con Brasil. Del lado canadiense participaron Yowza Animation, Aux Mode, Group PVP, All Pictures, Productions Avenida, Less Brand, Anaid Productions, CineGroupe Corporation, A etios Productions, Landslide Copernicus, Big Bad boo, Blue Ant International, Fifth Ground y Mirinly.

El día 17 fue el turno de Argentina. Las representantes de Brasil en las 32 reuniones de negocios entre los dos países fueron Cabong Studios, Visom Digital, Kampai, Copa Studio, Moonshot, Tree House Studios, Feel Filmes, PushStart, Manifesto Games, Apiário Estúdio Criativo, G Entretenimento, Medialand, Capelini Filmes y Hype. Participaron del matchmaking por Argentina Can Can Club, Federal Distribución International, Jaque Content, Yellow Kingdom, Glowstar Media, Very B International, Zoomin S.A., Waira, VLexus Animación, Onceloops Media, Chulengo, Etermax y Puerta Amarilla Cine.

### **Protocolo internacional de cooperación y coproducción audiovisual**

El día 14, Brasil firmó un protocolo internacional de cooperación y coproducción audiovisual, iniciativa liderada por la Alianza de Productores de Cine y Televisión del Reino Unido (PACT) con el apoyo del Brazilian Content. El país es ahora el único signatario de América Latina. El consejero federal de BRAVI, Kiko Mistrorigo (TV Pinguim) representó la asociación en la firma del acuerdo. "Estamos muy contentos porque ese acuerdo ciertamente puede generar muchas oportunidades para los más de 650 productores independientes brasileños representados por BRAVI", dijo.

Dawn McCarthy-Simpson, directora de estrategia internacional del PACT, también comentó la iniciativa. "Acabamos de firmar esa alianza global de creatividad que va a unir asociaciones de 15 países. Así, ellas podrán compartir ideas de producción a través de una plataforma online a la cual todos tendrán acceso y donde podrán encontrar contenido de diferentes países. Brasil es el único país latinoamericano socio del Reino Unido. Creo que la coproducción se está convirtiendo en una parte vital de la producción en general, y ahora todos podrán intercambiar informaciones, conocerse y discutir coproducción entre sus territorios".

Aparte de BRAVI, han firmado el acuerdo SP – Screen Producers Australia (Australia); VOFTP – Viaamse Onafhankelijke Film & Televisie Procudenten (Bélgica); Canadian Media Producers Association e AQPM – (Association Québécoise de la Production Médiatique (Canadá); HDNP – Croatian Association of Independent Producers (Croacia); TV France International (Francia); Film und Medien Verband NRW (Alemania); Producers Guild of India (India); ANICA – National Association of Cinematographic Audivisual and Multimedia (Italia); Spada – Screen Production and Development Association of NZ (Nueva Zelanda); APIT – Independent TV Producers Association (Portugal); AIPRO – The Association of Independent Producers (Singapur); RAPA – Korea Radio Promotion Association (Corea del Sur); PACT – Producers Alliance of Cinema & TV (Reino Unido); y NPACT (EE.UU.).

## **Sobre o Brazilian Content**

O Brazilian Content é o 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). Com o objetivo de promover o conteúdo audiovisual independente no mercado internacional, o Brazilian Content viabiliza parcerias entre empresas brasileiras e estrangeiras (por meio de coproduções, vendas e pré-vendas para canais de TV, internet, telefonia celular e mídias digitais). O Brasil hoje é considerado um importante mercado no cenário internacional e integra o plano de negócios de coprodução de inúmeras TVs e produtoras.

## **Sobre a Brasil Audiovisual Independente (BRAVI)**

A BRAVI reúne produtoras independentes de conteúdo audiovisual para televisão e mídias digitais e possui mais de 600 associados em 18 unidades da Federação, nas cinco regiões do Brasil. Fundada em 1999, a associação atua fortemente para o desenvolvimento do mercado audiovisual brasileiro e representa o setor em diversos fóruns de debates públicos e privados. Com uma estrutura profissional e reconhecida representatividade nacional, a BRAVI também participa ativamente das regulamentações do mercado audiovisual, incentivando a produção e novos modelos de negócios, além de oferecer capacitação especializada ao produtor independente. Por meio de relevantes parcerias institucionais, apoia a participação do empresário brasileiro no mercado audiovisual internacional.

## **Informações para a imprensa**

**2PRÓ Comunicação-** [bravi@2pro.com.br](mailto:bravi@2pro.com.br)  
Myrian Vallone- [myrian.vallone@2pro.com.br](mailto:myrian.vallone@2pro.com.br)  
Jorge Soufen Jr. – [jorge.junior@2pro.com.br](mailto:jorge.junior@2pro.com.br)  
Fernanda Abigail – [fernanda.abigail@2pro.com.br](mailto:fernanda.abigail@2pro.com.br)

Tel. 55 (11) 3030.9400 /3030.9404

[www.2pro.com.br](http://www.2pro.com.br)

Twitter: @2procom

*Outubro/2018*