

Brasil reforça posição de relevância no cenário global de conteúdo audiovisual

Com 41 empresas, delegação brasileira presente ao Mipcom 2018 traz na bagagem resultados muito positivos, a começar pela assinatura de um acordo internacional de cooperação e coprodução audiovisual.

Ao desembarcar pela 15ª vez em Cannes, na França, a produção independente brasileira teve uma passagem marcante pelo MIPCOM, maior mercado de entretenimento do mundo, realizado entre os dias 15 e 18 de outubro, e no MIPJunior, que tem como foco o conteúdo infantil, e aconteceu nos dias 13 e 14. Com 52 profissionais de 41 produtoras, o Brazilian Content, programa de exportação da BRAVI em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), garantiu mais uma vez o excelente desempenho do Brasil. A animação foi a aposta desse ano, com 46 projetos formatados e outros 35 em desenvolvimento em busca de parcerias ou financiamento para coprodução ou distribuição fora do país.

Ao final do evento, que este ano homenageou a China, maior mercado digital do mundo, com 40% dos internautas, o otimismo dos brasileiros podia ser sentido. “Esse é o evento mais importante do audiovisual quando o foco é exportação e é nítido que o conteúdo brasileiro está cada vez mais valorizado. Viemos com um catálogo bastante amplo, focado em exportação, e line up de animação. Já fechamos vendas para a China, mas ainda não posso divulgar antes do contrato assinado. Também estamos negociando um documentário com a Índia”, disse Sabrina Nudeliman Wagon, da Elo Company.

“Como resultado da nossa participação, estamos celebrando aqui no Mipcom novos parceiros, cujos contatos começaram em outras edições. Entre eles está a exibição da Galinha Pintadinha na NatGeo Kids, a partir de novembro, em toda a América Latina. Outra importante conquista foi o acordo de distribuição e licenciamento da Galinha Pintadinha para a Itália, onde o personagem será chamado de “Gallina Puntolina”, revelou Guilherme Coelho, da 01 Digital, distribuidora da Bromélia Produções, criadora da personagem.

A mesma percepção positiva acompanhava Zé Brandão, do Copa Studio. “Trouxemos pela primeira vez para internacionalizar ‘Irmão do Jorel’, nossa série mais conhecida no Brasil, e já tivemos respostas muito positivas de países da Ásia, Europa e Oceania. Outras séries, como Historietas Assombradas e Tromba Trem, foram também muito bem recebidas”. E a estreante Tree House Studios não deixou por menos. “Fechamos parceria com uma empresa indiana para o longa que estamos produzindo, além de negócios com uma empresa neozelandesa para áudio e cor de dois projetos que trouxemos”, conta Márcio Moraes.

“Nossa participação foi bastante vigorosa, melhor do que eu esperava. Reuniões super objetivas, com a intenção real de fechar algum negócio ou projeto de coprodução. Ainda não posso revelar por uma questão contratual, mas concluímos e fechamos a

comercialização de duas novas séries para o mercado internacional e para o Brasil com lançamento previsto para vários países, além de um grande projeto que estamos construindo desde o ano passado e fechamos ontem. Estamos orgulhosos de sermos os brasileiros que estarão nesse projeto”, confidenciou João Daniel Tikhomiroff, da Mixer.

Pelo segundo ano no Mipcom, Vinicius Oppido, da PushStart, comemorava a citação de uma de suas produções no MIPJunior como um case de tendências. “Isso nos trouxe muita visibilidade e aumento de acessos à nossa biblioteca de vídeos do MIPJunior, que os compradores acessam. Outra coisa que percebi é que manter a frequência no evento é muito importante, pois as relações com o mercado vão sendo fortalecidas ao longo do tempo”. Gabriel Garcia, da Hype, também concorda que o Mipcom é sempre uma oportunidade para se concretizar ótimos negócios. “Chegamos a fazer 30 reuniões com 10 países diferentes e para nós foi muito bom. Queremos voltar nos próximos anos”.

“Fomentamos muito as parcerias internacionais para o setor e é de fundamental importância estar aqui participando do Mipcom”, disse Diogo Almeida, da Divisão de Promoção do Audiovisual do Ministério das Relações Exteriores. Assim como ele, Tiago Mello, da Boutique Filmes, também estava animado com os encontros com canais, produtores e parceiros internacionais. “O Brasil mais uma vez trouxe uma grande delegação e está conquistando cada vez mais espaço internacional”.

Por fim, a surpresa positiva de quem participou pela primeira vez – Sebastião Braga, da Feel Filmes. “Estou chocado com o tamanho disso aqui. É muito grande e é o tipo de mercado que a gente tem que fazer a lição de casa antes de vir. Organizar bem a agenda. Já frequentamos o Sunny Side of the Doc e viemos com alguns contatos de coprodução com a França amarrados de lá. Como estamos filmando em vários países do mundo, também é o lugar ideal para fecharmos alguns serviços de produção”, concluiu. e

Matchmakings Argentina e Canadá

Além das inúmeras reuniões dos produtores com players internacionais, o Brazilian Content organizou 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.

A primeira delas aconteceu no dia 16, com o Canadá e, no total, foram 35 reuniões de negócios entre os dois países. Durante uma 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 e Split Studio estiveram reunidas com produtores e distribuidores canadenses interessados em possíveis parcerias com o Brasil. Do lado canadense participaram 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 e Mirinly.

No dia 17 foi a vez da Argentina. As representantes do Brasil nas 32 reuniões de negócios entre os dois países foram Cabong Studios, Visom Digital, Kampai, Copa Studio, Moonshot, Tree House Studios, Feel Filmes, PushStart, Manifesto Games, Apiário Estúdio Criativo, G Entretenimento, Medialand, Capelini Filmes e Hype. Participaram do matchmaking pela 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 e Puerta Amarilla Cine.

Protocolo internacional de cooperação e coprodução audiovisual

No dia 14, o Brasil assinou 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 é agora o único signatário da América Latina. O conselheiro federal da BRAVI, Kiko Mistrorigo (TV Pinguim) foi quem representou a associação na assinatura do acordo. “Estamos muito felizes porque, certamente, esse acordo pode gerar muitas oportunidades para os mais de 650 produtores independentes brasileiros representados pela BRAVI”, disse ele.

Dawn McCarthy-Simpson, diretora para estratégia internacional do PACT, também comentou a iniciativa. “Acabamos de assinar essa aliança global de criatividade que vai unir associações de 15 países. Assim, elas poderão compartilhar ideias de produção por meio de uma plataforma online que todos terão acesso e poderão encontrar conteúdo de diferentes países. O Brasil é o único país da América Latina parceiro do Reino Unido. Acredito que a coprodução esteja se tornando uma parte vital da produção no geral, e agora todos poderão trocar informações, se conhecer e discutir coprodução entre seus territórios”.

Além da BRAVI assinaram o acordo SP – Screen Producers Australia (Austrália); VOFTP – Viaamse Onafhankelijke Film & Televisie Producers (Bélgica); Canadian Media Producers Association e AQPM – (Association Québécoise de la Production Médiatique (Canadá); HDNP – Croatian Association of Independent Producers (Croácia); TV France International (França); Film und Medien Verband NRW (Alemanha); Producers Guild of India (Índia); ANICA – National Association of Cinematographic Audiovisual and Multimedia (Itália); Spada – Screen Production and Development Association of NZ (Nova Zelândia); APIT – Independent TV Producers Association (Portugal); AIPRO – The Association of Independent Producers (Singapura); RAPA – Korea Radio Promotion Association (Coreia do Sul); PACT – Producers Alliance of Cinema & TV (Reino Unido); e NPACT (EUA).

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
Myrian Vallone- myrian.vallone@2pro.com.br
Jorge Soufen Jr. – jorge.junior@2pro.com.br
Fernanda Abigail – fernanda.abigail@2pro.com.br

Tel. 55 (11) 3030.9400 /3030.9404

www.2pro.com.br

Twitter: @2procom

Outubro/2018