

Dom, 10 de Março de 2013.
13:24:00.

ESTADO DE MINAS | EM CULTURA
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

Revolução na telinha

Séries ganham fôlego no país depois que a Lei nº 12.485 começou a vigorar. Produtoras buscam formar mercado alternativo à televisão dominada pelo monopólio das novelas

Carolina Braga

Foi-se o tempo em que as novelas reinavam absolutas na telinha do brasileiro. Embora não sejam tradição no país, as séries 100% nacionais chegam sorrateiras, prometendo atrair cada vez mais telespectadores, e 2013 deve ser o ano da virada. Além de oferecer diversidade, a produção nesse formato cresce aceleradamente. “Há tempos a gente estava ali, oferecendo, querendo bem e cheio de amor para dar, mas não havia demanda. Ela veio forçada pela lei”, afirma o diretor Marcelo Machado.

Um dos fundadores da extinta produtora Olhar Eletrônico ao lado de Fernando Meirelles, Beto Salatini e Paulo Morelli, Machado se refere à Lei nº 12.485/2011, pivô da transformação – pelo menos para as empresas independentes. A nova legislação obriga produtoras a veicular pelo menos três horas e meia de conteúdo nacional. A partir de sua vigência, quadruplicou a exibição do produto brasileiro, calcula a Agência Nacional do **Cinema**.

Está prevista para depois de julho a segunda temporada da bem-sucedida Sessão de terapia, produzida pela Moonshot e dirigida por Selton Mello. A produtora se dedica também ao sitcom Máximo & Confúcio, para a TV Cultura, e a Divina D+, sobre mulheres em processo de superação. Este ano, até a MTV – canal essencialmente musical – estreia na dramaturgia com Projeto secreto, série de ficção sob o comando de Felipe Hirsch, aclamado diretor de teatro.

Dia 20, estreia no canal NatGeo A verdade de cada um, com episódios documentais produzidos pela O2 **Filmes** e dirigidos por Marcelo Machado. A empresa do cineasta Fernando Meirelles também prepara Beleza S/A, série de ficção que se passa nas dependências de uma clínica de estética, e Contos do Edgar, microsérie de cinco episódios baseada em textos do escritor norte-americano Edgar Allan Poe. Na Conspiração, há nada menos de 28 projetos em andamento.

“Teledramaturgia é a vocação do mercado audiovisual brasileiro. As séries, portanto, são extensão natural dessa aptidão, que vai além das telenovelas. O Multishow sempre investiu no formato, mas nos últimos quatro anos isso se intensificou. O canal conta com um celeiro de bons atores e o mercado audiovisual está consolidado. Não podemos nos esquecer de que o formato é consumido por nosso público-alvo, o jovem”, afirma Christian Machado, gerente de produção artística do Multishow.

Para o diretor Pedro Morelli, a TV brasileira experimenta um momento histórico: “É uma oportunidade para quem está entrando no mercado, pois chegou a hora de concretizar projetos”. A ideia de Contos do Edgar partiu de Morelli, que assina a direção e a adaptação dos textos. “Ela surgiu da necessidade de termos algo para atender à lei. Desenvolvemos e apresentamos o projeto depois dessa demanda”, conta.

Recém-formado em produção audiovisual pela Universidade de São Paulo (USP), Morelli, de 26 anos, pertence à geração que começa a trabalhar em um momento especial. O experiente Roberto D’Avila, diretor da Moonshot, acompanha há tempos esse filão. “O mercado brasileiro de séries nunca existiu. Nosso produto majoritário é a novela”, lembra ele. Bem antes da Lei 12.485, a Moonshot já fazia suas apostas. Em 2008, em parceria com o canal Fox, produziu 9MM: São Paulo.

Sessão de terapia é um dos destaques destes novos tempos. Veiculada pelo GNT, a atração

aumentou em 109% a audiência do canal em sua faixa de horário. “O GNT foi muito feliz, porque o hábito das pessoas está mudando muito. A queda de audiência das novelas é prova disso”, comenta Roberto D’Avila.

“A TV brasileira mais importou que produziu. Influenciados pelo mercado externo, os canais daqui começam a se interessar pelas séries”, acredita Zico Goes, diretor de programação da MTV Brasil. A decisão da emissora de inaugurar sua teledramaturgia com Projeto secreto promete inovar tanto na linguagem quanto no conteúdo. “Será bem diferente”, garante Zico.

Linguagem Pedro Morelli diz que série de TV é produto híbrido, trazendo características da televisão e do cinema. No caso de Contos do Edgar, ele procurou se aproximar do estilo cinematográfico para ressaltar o clima de suspense que o texto pede. O formato representa campo aberto para a experimentação. Percebe-se a busca de uma identidade brasileira no modo de fazê-lo.

“Como produtoras independentes voltadas para a TV não são tradição no país, elas geralmente vêm do cinema ou da publicidade. Os produtos televisivos acabam carregando cacoetes de uma coisa ou de outra. Do ponto de vista da linguagem, não acredito em revolução. O produto tem um sentido comercial muito claro”, analisa Luiz Noronha, representante da Conspiração.

“Os americanos e os ingleses têm know-how. Não precisamos imitá-los, mas entender quais são os códigos de confecção do produto e trazê-los para cá”, diz Roberto D’Avila. “A diversidade no mercado é grande, já percebemos as marcas dos autores. Multiplicidade é uma característica. O formato tem mais gêneros que a telenovela, conclui Christian Machado, do Multishow.

VEM AÍ ...

CONTOS DO EDGAR

Produzida pela O2 **Filmes** com direção geral de Pedro Morelli, a série se inspira em contos de Edgar Allan Poe. Estreia em abril, no canal Fox

PROJETO SECRETO

Dirigida por Felipe Hirsch, é a primeira aposta da MTV na dramaturgia

BELEZA S/A

Produzida pela O2 **Filmes**, é considerada uma espécie de versão brasileira da americana Nip/Tuck. Estreia no GNT, no segundo semestre

DIVINAS D

Criação da Moonshot, mostra três mulheres em busca de superação

SESSÃO DE TERAPIA

Produzida pela Moonshot, a segunda temporada da série dirigida por Selton Mello vai ao ar no segundo semestre, no GNT

Enquanto isso...

...Em Minas

Em ritmo mais lento, as produtoras mineiras começam a sentir o aumento da demanda. Na Camisa Listrada, a série de quatro episódios sobre viagens do paisagista Roberto Burle Marx está sendo concluída e deve ser exibida pela TV Brasil. “Trabalhamos com carteira de cinco produtos para diferentes emissoras”, conta Júlia Nogueira, coordenadora de TV e documentários da produtora.