

# MÍDIA

## 24 **mídia**

### MEGAPIX MUDA LOCUÇÃO E IDENTIDADE VISUAL

A partir desta sexta-feira, 17, o Megapix terá uma nova identidade visual. A mudança, que inclui novidades na locução e palheta de cores, marca o aniversário de sete anos do canal de filmes. O mundo digital serviu de inspiração para as mudanças, desenvolvidas pela área de comunicação e branding da Globosat, sob a gestão de Manuel Falcão. Sóvero Pereira, diretor-geral do canal, diz que o layout combina "com a forma como comunicamos os nossos especiais e narra linguagens que ressoam nas redes sociais". Nesta nova etapa, emissores e comentários aparecerão na tela como se estivessem sendo digitados em tempo real, em caixas de diálogo, durante as chamadas da programação. O prisma verde mantém-se como símbolo do Megapix.

### SEGUNDA FASE DE CAMPANHA TRAZ PARÓDIAS À GLOBO

Sorriso Maroto, Munhoz & Mariano e Anitta (foto) são alguns dos artistas que participam da nova fase da campanha de desligamento do sinal analógico da Rede Globo. Seus maiores hits ganharão versões sobre e importância do acesso à TV digital. Compostas por Sérgio Valente, diretor de comunicação da Globo, as paródias estão em cliques veiculados desde domingo 12, em São Paulo, Brasília e Rio Verde (GO), praças que já estão em contagem regressiva para o switch-off. A segunda fase da campanha também inclui quatro filmes com personalidades da casa replicando como identificar se o aparelho já está apto a receber o sinal digital e outros detalhes técnicos. Com a iniciativa, a Globo pretende alcançar o maior número de telespectadores possível para o desligamento do sinal analógico. Segundo reportagem estabelecida pelo Ministério das Comunicações, a transição depende da adoção de, no mínimo, 93% dos domicílios da região

med&marketing - 13 Jul 2015

### Ancine altera regulamentação da Lei de TV paga



A Agência Nacional de Cinema (Ancine), que regulamentou o mercado de cinema e audiovisual Brasil, fez alterações significativas em suas Instruções Normativas (IN) que regulamentam a Lei de TV paga (nº 12.188). É a primeira modificação nas INs desde a implantação da lei em 2012. Publicada no Diário Oficial em 29 de junho, a IN 121, altera regras para programadoras e empacadoras, especialmente em relação ao cumprimento de cotas de programação. Com a alteração, o período mínimo para as programadoras apresentar suas atrações para a rede passa de 12 para 18 meses. A norma limita agora a três o número de canais que esse conteúdo poderá ser exibido em uma mesma programadora ou grupo econômico, com a finalidade atender às exigências das cotas — antes eram quatro. De acordo com a lei, os canais devem existir semanalmente três horas e meia de conteúdo nacional. Cícero de Oliveira Almeida, advogado da área de propriedade intelectual do escritório Treche, Rossi

### SONY PICTURES TELEVISION ADQUIRE IMS



A Sony Pictures Television (SPT) comprou ações majoritárias da IMS. A multinacional de marketing digital é uma das principais empresas da América Latina e tem entre seus parceiros empresas como Apple, Twitter, Nike e Spotify. Na avaliação de Gastón Taratuta (foto), fundador e diretor executivo da IMS, "a Sony tem o valor de ser uma empresa global de con-

teúdo". A IMS tem 400 funcionários distribuídos por 12 países e aproximadamente 2,2 milhões de usuários que trabalham com mais de 1,1 mil agências em 160 países. Nos últimos dois anos, a IMS fez diversas aquisições ao adquirir a Garage3D e criar o aplicativo Social Feed para facilitar negócios de marcas nas mídias sociais. Taratuta assegura que, apesar da transição, sua network permanecerá independente. As empresas não revelaram valores da aquisição, mas especulações de mercado apontam uma transação de nove dígitos, a maior envolvendo empresas de marketing digital já ocorrida na América Latina.

### GRUPO NZN CONTRATA CLAU VIEIRA COMO CEO

O Grupo NZN, detentor de sites como TechMundo, Click Jogo, Rai-

ção terá reportagens sobre os lançamentos, testes e avaliações. A empresa diz que o novo canal terá programação de 50 mil exemplares, cada um com cerca de 30 páginas. Os editores responsáveis pela publicação serão os jornalistas Fernando Mingoski (ex-Globo) e Mário Sérgio Venditti (ex-Carro), com o apoio dos repórteres Henrique Rodrigues e Raphael Panaro. Com a revista, a Editora Escala afirma ter uma tiragem de 30,5 mil exemplares, focadas no universo dos motores — os outros títulos são Car and Driver e Cycle World.

### PUBLICITÁRIAS PRODUZEM PORTAL DE MÓDIA SUSTENTÁVEL

A sustentabilidade no mercado da moda é o tema principal do portal Casa Ter Mergulho, publicitário e estilista Rita Thomazini, que teve passagem por Denim Propaganda, Z&Z Grey e D&Dimes. Conta com a colaboração de Maria Romero, pedagoga e publicitária com experiência em agências como M&P e Z&Z Grey (depois como cliente pela Scuzzo e Bavel) e de Luciana de Paula, publicitária e sócia fundadora da Artweb.

### CARTOON NETWORK CRIA NOVA LINHA DE LICENCIAMENTOS

Três animações do Cartoon Network incluem as produções de novos produtos licenciados este ano. O canal infantil vai aproveitar a Escola Office Brasil 2015 maior feira de artigos escolares do País, para apresentar os primeiros itens licenciados nos desenhos Steven Universe, Clow Mágicos e The Louds. Marcas como Diplomata, Tibbits, Santos e Sertini já produzem artigos escolares personalizados com os sucessos do canal. "Isso nos torna proprietários já só se acesso de audiência no Cartoon e temas certos de que seguimos e mesmo conteúdo em produtos de consumo", aponta Cidália Figueira, diretora de licenciamentos do Cartoon Network Brasil. O canal da Turner também apresentará linhas de outras atrações licenciadas de seu grupo, como Power Rangers e Hora de Aventura.

### ESCALA LANÇA REVISTA SOBRE AUTOMÓVEIS

A revista Auto Foco, da Editora Escala, chegou às bancas na semana passada. Dedicada a coletar e apresentar notícias e análises publi-

Colaboram Bárbara Sacchetti, Igor Ribeiro, Mirella Portinari, Rávia Avila e Teresa Levin.

caixas de diálogo, durante as chamadas da programação. O prisma verde mantém-se como símbolo do Megapix.

## SEGUNDA FASE DE CAMPANHA TRAZ PARÓDIAS À GLOBO

Sorriso Maroto, Munhoz & Mariano e Anitta (foto) são alguns dos artistas que participam da nova fase da campanha de desligamento do sinal analógico da Rede Globo. Seus maiores hits ganharam versões sobre a importância do acesso à TV digital. Compostas por Sérgio Valente, diretor de comunicação da Globo, as paródias estão em cliques veiculados desde domingo 12, em São Paulo, Brasília e Rio Verde (GO), praças que já estão em contagem regressiva para o switch-off. A segunda fase da campanha também inclui quatro filmes com personalidades da casa explicando como identificar se o aparelho já está apto a receber o sinal digital e outros detalhes técnicos. Com a iniciativa, a Globo pretende alcançar o maior número de telespectadores possível para o desligamento do sinal analógico. Segundo reportagem estabelecida pelo Ministério das Comunicações, a transição depende da adesão de, no mínimo, 93% dos domicílios da região.

## SONY PICTURES TELEVISION ADQUIRE IMS

A Sony Pictures Television (SPT) comprou ações majoritárias da IMS. A multinacional de marketing digital é uma das principais networks da América Latina e tem entre seus parceiros empresas como Apple, Twitter, Waze e Spotify. Na avaliação de Gastón Taratuta (foto),

fundador e diretor executivo da IMS, “a Sony traz o valor de ser uma empresa global de conteúdo” A IMS tem 400 funcionários distribuídos por 12 países e aproximadamente 2,2 mil anunciantes que trabalham com mais de 1,1 mil agências em 16 territórios. Nos últimos dois anos, a IMS fez intensas modificações ao adquirir a Garage IM e criar a unidade Social Fuel para catalisar negócios de marcas nas mídias sociais. Taratuta assegura que, apesar da transação, sua network permanece independente. As empresas não revelaram valores da aquisição, mas especulações de mercado apontam uma transação de nove dígitos, a maior envolvendo empresas de marketing digital já ocorrida na América Latina.

#### **GRUPO NZN CONTRATA CLAUS VIEIRA COMO CEO**

O Grupo NZN, detentor de sites como TecMundo, Click Jogos, Baixaki e Tudo Gostoso, tem novo comando. Claus Vieira (foto) assume o cargo de CEO da empresa de mídia e tecnologia em substituição a Gui Barthel, fundador do grupo. Sob a liderança de Vieira, que já integrava o conselho administrativo e acumula experiências como CEO do UOL e da Catho, a empresa pretende se posicionar entre os principais grupos digitais do País. Barthel permanece no NZN como acionista e membro do conselho.

#### **ESCALA LANÇA REVISTA SOBRE AUTOMÓVEIS**

A revista Auto Fácil, da Editora Escala, chegou às bancas na semana passada. Dedicada a cobrir o setor automotivo, a nova publicação terá reportagens sobre os lançamentos, testes

e avaliações. A empresa diz que o título semanal terá tiragem de 50 mil exemplares, cada um com cerca de 30 páginas. Os editores responsáveis pela publicação serão os jornalistas Fernando Miragaya (ex-0 Globo) e Mário Sérgio Venditti (ex-Carro), com o apoio dos repórteres Henrique Rodriguez e Raphael Panaro. Com a revista, a Editora Escala afirma ter uma tiragem de 301,6 mil exemplares focadas no universo dos motores — os outros títulos são Car and Driver e Cycle World.

#### **PUBLICITÁRIAS PRODUZEM PORTAL DE MODA SUSTENTÁVEL**

A sustentabilidade no mercado da moda é o tema principal do portal Casa Tear Magazine, lançado na semana passada. Com temas que envolvem moda e meio ambiente, o espaço estreia com matérias sobre a água nas editorias moda, beleza e comportamento. O projeto foi idealizado pela jornalista, publicitária e estilista Bida Thomazini, que teve passagem por Demison Propaganda, Z+G Grey e O2Filmes. Conta com a colaboração de Marta Romero, pedagoga e publicitária com experiência em agências como MCP e Z+G Grey (depois como cliente pela Suzano e Bayer), e de Luciana de Paula, publicitária e sócia fundadora da Art4web.

#### **CARTOON NETWORK CRIA NOVA UNHA DE LICENCIAMENTOS**

Três animações do Cartoon Network irão inspirar a produção de novos produtos licenciados este ano. O canal infantil vai aproveitar a Escolar Office Brasil 2015, maior feira de artigos escolares do País, para apresentar os primeiros itens inspirados nos

desenhos Steven Universo, Clarêncio - O Otimista e Titio Avô. Marcas como Diplomata, Tilibra, Santino e Sestini já produziram artigos escolares personalizados com os sucessos do canal. “Essas novas propriedades já são sucesso de audiência no Cartoon e temos certeza de que seguirão o mesmo caminho em produtos de consumo” aponta Cidinha Figueira, diretora de licenciamentos do Cartoon Network Brasil. O canal da Turner também apresentará linhas de outras atrações licenciadas de sua grade, como Power Rangers e Hora de Aventura.

### **Ancine altera regulamentação da Lei de TV paga**

**Agência Nacional de Cinema (Ancine)**, que regimenta o mercado de cinema e audiovisual no Brasil, fez alterações significativas em cinco Instruções Normativas (IN) que regulamentam a Lei de TV paga (nº 12485). E a primeira modificação nas INs desde a implantação da lei em 2012. Publicada no Diário Oficial em 26 de junho, a IN 121, acarreta impactos às programadoras e empacotadoras, especialmente em relação ao cumprimento de cotas de programação. Com a alteração, o período mínimo para as programadoras aproveitarem suas atrações para re-prise passa de 12 para 18 meses. A norma limita agora a três o número de canais que esse conteúdo poderá ser exibido em uma mesma programadora ou grupo econômico, com a finalidade atender às exigências das cotas — antes eram quatro. De acordo com a lei, os canais devem exibir semanalmente três horas e meia de conteúdo nacional.

Cristiane Oliveira Almeida, advogada da área de propriedade intelectual do escritório Trench,

Rossi e Watanabe, destaca que a IN 121 alterou e uniformizou a definição de poder dirigente sobre o patrimônio da obra **Audiovisual** presente em todas as instruções normativas. Agora, para que uma obra possa cumprir cota, é exigido que as produtoras tenham maior controle sobre suas obras audiovisuais. Esse poder abrange a exploração econômica, como venda para exibição sem limitações contratuais, sendo que a detenção majoritária dos direitos patrimoniais pela produtora não seria mais suficiente para esse fim. “Para que um conteúdo seja considerado nacional e independente, a produtora brasileira deverá ter mais gerência sobre a obra” explica a advogada. A detenção majoritária dos direitos patrimoniais, inclusive, era um dos requisitos utilizados anteriormente.

As outras mudanças das instruções normativas abrangem questões mais burocráticas, como o credenciamento prévio para canais brasileiros e as informações sobre grade e número de assinantes que devem ser prestadas à **Ancine** e aos consumidores.