

Negócios & Carreiras

DIVULGAÇÃO



Palestras e debates fazem parte da programação da feira

Novos mercados para produção audiovisual

Feira, no Rio, reúne as principais empresas e produtoras latino-americanas para gerar negócios

STEPHANIE TONDO
stephanie.tondo@odia.com.br

Desde a criação da lei que estabelece cotas de conteúdo nacional para canais de TV por assinatura, em 2011, o mercado audiovisual no país tem apresentado forte crescimento. Nesse contexto, Associação

Brasileira de Produtoras Independentes de TV (ABPI-TV) promove de hoje até sexta-feira a quarta edição do RioContentMarket.

O evento, focado na indústria de televisão e mídias digitais da América Latina, tem como principal objetivo promover negócios entre as produtoras latino-americanas e

CONTRATOS

R\$ 115 BI

Foi a quantia movimentada com negócios fechados na última edição do evento, no ano passado. Para este ano, a organização espera um sucesso ainda maior.

os canais de televisão estrangeiros e nacionais, distribuidoras e investidores, entre outros. Também faz parte da feira viabilizar parcerias, além de promover palestras.

Diretor executivo da ABPI-TV, Mauro Garcia conta que a edição do ano passado rendeu negócios fechados em torno de US\$ 50 bilhões, cer-

ca de R\$ 115 bilhões. “O histórico do evento é de bons resultados. Convidamos praticamente todos os executivos dos canais brasileiros e estrangeiros para a rodada de negócios. Eles selecionam, em média, de 12 a 15 projetos, e na feira se encontram com os produtores. É um local para negócios”, explica.

Apesar de a RioContentMarket ser voltada para a indústria da televisão, todo o setor do audiovisual — incluindo cinema e publicidade, por exemplo — terá espaço no evento. “Hoje a gente trata o audiovisual como uma coisa só. A forma de distribuição passou a ser secundária, o que importa mesmo é o conteúdo”, explica Mauro Garcia.

Até porque, não só os programas de televisão nacionais têm ganhado destaque no exterior, mas também o cinema, os diretores e atores brasileiros. “Mensalmente, temos visto filmes nacionais entre as dez maiores bilheterias do país. Isso também influencia esse aumento de participação e de relevância do conteúdo brasileiro lá fora”, confirma o diretor da ABPI-TV.

Gerente Executiva de Capacitação da Associação Brasileira da Produção das Obras Audiovisuais (Apro), Odete Cruz conta que muitas empresas de outros países têm vindo ao Brasil conhecer a produção nacional.

“Acho que o país já se posicionou internacionalmente e tem mostrado um crescimento significativo no exterior. Ainda não é um mercado grande, mas tem crescido substancialmente nos últimos cinco anos”, avalia.

Diretor executivo do núcleo de TV da produtora Cons-

“O valor está na formação de novas parcerias e na possibilidade de novos projetos”

piração Filmes, que estará presente no evento, Zico Goes acredita que o mercado está aquecido, mas ainda em fase de experimentação. “Ainda existe uma relação cheia de faíscas entre os canais de televisão e as produtoras, justamente porque ainda há muito a ser ajustado”, afirma.

Segundo ele, o mercado é competitivo, mas há espaço



Set de gravação da série de TV 'Amor Veríssimo', produzida pela Conspiração, e exibida pelo canal GNT

FOTOS DIVULGAÇÃO

Indústria brasileira já se posicionou internacionalmente

Mercado de audiovisual está em crescimento no país e oferece oportunidade de negócios tanto para as grandes produtoras quanto para aquelas de menor porte

para todos. “Grandes canais geralmente vão atrás de grandes produtoras. Mas, ao mesmo tempo, há muita demanda por produções mais simples, feitas pelas produtoras menores”, argumenta.

De acordo com a diretora da Bossa Nova Filmes, Denise Gomes, houve um aumento de 30% da demanda pela produção brasileira nos últi-

mos cinco anos. Para ela, o propósito do evento vai além de fechar contratos.

“O valor está na formação de novas parcerias e na possibilidade de novos projetos. É fundamental esse encontro físico”, considera Denise. Além disso, ela destaca a importância das palestras para conhecer a opinião dos estrangeiros sobre a produção do país.

INVESTIMENTO

R\$ 400 MI

Valor do investimento anunciado pela Ancine, em dezembro, por meio do Fundo Setorial do Audiovisual. Os recursos são destinados à produção, distribuição e exibição para cinema e TV.

127

Número de longa-metragens brasileiros lançados em 2013, um recorde histórico. Os filmes nacionais atraíram 27,8 milhões de espectadores. Dez deles ultrapassaram a marca de um milhão de bilhetes vendidos.



Denise Gomes, sócia da produtora Bossa Nova Filmes, acredita que a lei das cotas para TV paga foi positiva para o mercado. Presidente da Ancine, Manoel Rangel, diz que determinações têm sido cumpridas

Capacitação para microprodutoras

► A Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (Apro) e o Sebrae vão participar pelo segundo ano consecutivo da RioContentMarket. Amanhã, às 15h, as entidades vão apresentar na feira o Projeto de Capacitação Audiovisual para produtoras de micro e pequeno portes em todo o país. No local, empresas interessadas poderão esclarecer dúvidas e fazer o cadastro.

Serão oferecidos cursos de gestão empresarial, distribuição, formatação de projetos para leis de incentivo, roteiro, desenvolvimento de projetos, aspectos jurídicos, modelos de contratos, entre outros.

A primeira etapa do projeto terá duração de dois anos e consumirá investimentos da ordem de R\$ 4 milhões. Segundo Leyla Fernandes, presidente da associação, os cursos irão “preencher uma lacuna no mercado de produção audiovisual”, afirma.

Segundo Leyla Fernandes, presidente da associação, os cursos irão “preencher uma lacuna no mercado de produção audiovisual, pois grande parte das produtoras tem forte atuação em publicidade, mas pouca experiência em produção de conteúdo de entretenimento ou artístico. Ou vice-versa”.

“Os cursos vão preencher uma lacuna no mercado de produção audiovisual”

rão contempladas produtoras do Rio e de São Paulo, além de outras capitais, como Porto Alegre e Brasília.

Para Odete Cruz, gerente

executiva da Apro, existe uma necessidade de estruturar a indústria para atender aos mercados interno e externo. “Nosso foco é desenvolver o empreendedorismo. O objetivo é que as empresas desse segmento se fortaleçam”, afirma.

Para Odete Cruz, gerente

LEI DA TV PAGA

COTAS

■ A Lei 12.485 foi aprovada no Congresso Nacional em agosto de 2011 e sancionada em setembro do mesmo ano. O texto estabelece cotas de conteúdo nacional na programação dos canais de TV por assinatura.

OBJETIVOS

■ De acordo com a Agência Nacional do Cinema (Ancine), “um dos principais objetivos da lei é aumentar a produção e a circulação de conteúdo audiovisual brasileiro, diversificado e de qualidade, gerando emprego, renda, royalties, mais profissionalismo e o fortalecimento da cultura nacional”.

PERCENTUAL

■ Os canais que exibem predominantemente filmes, séries, animação e documentários — chamados de canais de espaço qualificado — passam a ter a obrigação de dedicar 3 horas e 30 minutos semanais de seu horário nobre à veiculação de conteúdos audiovisuais brasileiros, sendo que no mínimo metade deverá ser produzida por produtora brasileira independente. Além disso, todos os pacotes oferecidos aos consumidores

pelos operadores de TV por assinatura deverão incluir um canal de espaço qualificado de programadora brasileira para cada três estrangeiros.

EFEITOS

■ Diretor-presidente da Ancine, Manoel Rangel explica que as consequências da medida já podem ser notadas. “O espectador já percebe a presença de novos conteúdos na programação dos canais. Hoje, os assinantes ligam a TV no horário nobre e encontram diversas alternativas de conteúdo nacional. Isso sinaliza que os produtores independentes estão fazendo a sua parte, redobrando esforços para atender a demanda criada por novos conteúdos. As obrigações de carregamento de conteúdos e canais brasileiros têm sido plenamente cumpridas, com uma elevação substancial da presença de obras brasileiras diversificadas na programação”, diz ele.

NEGÓCIOS

■ Diretora e sócia da Bossa Nova Filmes, Denise Gomes afirma que a lei reforçou o interesse dos estrangeiros na produção audiovisual do Brasil.



Filmagem do programa 'Vamos combinar seu estilo', da Bossa Nova