

Dom, 22 de Janeiro de 2012.
14:03:00.

O FLUMINENSE | EMPREGOS E NEGÓCIOS
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

Cenário positivo para as produtoras de audiovisual

Por: Henrique Moraes

Mercado pode crescer 50% com lei que incentiva as produções brasileiras

Luz, câmera e ação! Essas palavras tendem a ser cada vez mais usadas nos próximos anos no Brasil. O mercado audiovisual cresce a passos largos em função da expansão da base de assinantes da **TV por assinatura**, pelo aumento da demanda de conteúdos para novas mídias, como internet e celular, e pela chegada da TV digital, que cria a possibilidade de abertura de novos canais.

Hoje são mais de 2 mil produtoras de conteúdo audiovisual (TV e cinema) registradas na Agência Nacional do **Cinema (Ancine)**. Considerando apenas os longas-metragens exibidos comercialmente nas salas de cinema, em 2011 foram lançados 99 filmes. Para o diretor-presidente da **Ancine, Manoel Rangel**, o cenário é ainda mais positivo com a entrada em vigor da Lei 12.485/11, em setembro do ano passado, que cria a obrigatoriedade de cotas de produções brasileiras para as TVs por assinatura.

“Esse mercado tende a crescer muito nos próximos anos, tanto na produção de obras de ficção quanto de documentários, com a implementação da Lei 12.485, que cria a obrigação de veiculação de conteúdos nacionais e independentes no horário nobre dos canais de conteúdo qualificado”, comenta.

Vídeos publicitários, institucionais e corporativos também tendem a crescer na visão do diretor-presidente da **Ancine**. É o que também atesta Sônia Regina Piassa, diretora executiva da Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (Apro). Instituição que tem registradas 4,7 mil produtoras de audiovisuais do segmento publicitário.

“A aprovação da lei de cotas vai aumentar muito nossa produção. Cada emissora terá de rodar 3h30 de conteúdo nacional. Com isso, acreditamos num aumento de 50% no número de produções”, avalia.

Ela afirma que o mercado audiovisual publicitário movimenta cerca de R\$ 3 bilhões anualmente. “Somos uma associação que responde apenas pelo audiovisual publicitário, embora nossas associadas façam muita produção de outros conteúdos. São registrados uma média de 13,5 mil títulos de filmes publicitários”.

Dicas – Sônia Piassa dá algumas dicas para quem quer abrir uma produtora audiovisual.

“Primeiro tem que ter a certeza que se tem gente talentosa do lado. A pessoa também precisa de um mínimo de vocação para abdicar de muita coisa. Para os cineastas o tempo não existe, ou seja, enquanto todos estão na avenida brincando carnaval, por exemplo, o cineasta está filmando. Não existem feriados, eles são os melhores dias para deixar a cidade livre para a gente poder trabalhar. Como já disse, vocação é a maior dica”, avalia.

Ela diz ainda que o investimento e o faturamento são difíceis de mensurar. “Não dá para precisar o quanto se deve investir e o quanto se deve lucrar. Varia de acordo com o tamanho e modo de operar. Por exemplo, o investimento pode ser pequeno se a pessoa abrir uma pequena produtora, terceirizando tudo, ou grande abrindo uma produtora com estúdios, equipamentos e equipes fixas”, comenta.

Palavra-chave é a criatividade

Roberto Nate, diretor executivo da Studio Nate, produtora que está há 10 anos no mercado e já realizou mais de 500 produções corporativas e de eventos, informa que estudar o negócio e estar a par das novas tecnologias são importantes para se manter no mercado.

“Saber também que sempre a melhor propaganda é o seu cliente atual. Se fizer um bom trabalho

ele será indicado para alguém que vai indicar para outro. Ter cuidado na hora de comprar equipamentos também é fundamental para não investir em coisas inúteis”, ensina Roberto Nate.

Nate alerta ainda que para ser dono de produtora tem que saber o que sua equipe está fazendo e ter noções mínimas de informática, internet, áudio e vídeo.

“Agora a palavra-chave é criatividade. O cliente não te contrata porque a produtora tem uma câmera de um milhão de dólares e sim pelo resultado final”, avalia.

Com expertise na área de implantação de rádios online e web TV, a Studio Nate já têm mais de 300 portais implantados.

“Hoje trabalhamos no mercado corporativo, para sindicatos e empresas que precisam de conteúdo para seus portais, mídia indoor, coberturas de feiras, transmissão simultânea e campanhas publicitárias. Queremos abrir uma filial em São Paulo para ficarmos mais perto de alguns dos nossos principais clientes”, planeja.

Novas tecnologias aquecem setor

Thiago Spiess Stauffer, sócio-diretor da Studio Prime, que existe há quatro anos realizando principalmente peças institucionais, afirma que o mercado audiovisual está sofrendo transformações em função da tecnologia digital.

“A demanda de trabalho está cada vez maior, mas a facilidade de se criar vídeos também. Hoje existe muita tecnologia, como iPhones e câmeras digitais, que tem facilitado a criação de produtoras. Entretanto, muitas oferecem um trabalho de menor qualidade, porém com um preço mais atrativo. Por conta disso, tem sido difícil convencer o cliente a investir num trabalho de boa qualidade”, analisa.

Totalizando mais de 1,5 mil vídeos o Studio Prime trabalha com diversas mídias.

“Apesar de termos em nosso portfólio algumas produções cinematográficas, o maior volume de nosso trabalho está concentrado em peças institucionais, vídeo-release e produção de conteúdo personalizado”.

Tharles Teixeira, sócio da produtora Pato com Laranja, afirma que as redes sociais podem ajudar as produtoras menores.

“Existe lugar para todos, principalmente, por conta das redes sociais que podem proporcionar uma projeção rápida da produtora”, diz o sócio da Pato com Laranja que em dois anos e já realizou 25 trabalhos.

O FLUMINENSE

