

Segunda-feira, 8 de dezembro

## **ANCINE estreia campanha “Audiovisual brasileiro. Grande como o Brasil”**

*Comercial estrelado por Patricia Pillar, Cauã Reymond, Matheus Nachtergaele e Deborah Secco pretende incentivar o consumo de conteúdos audiovisuais produzidos no País*

A Agência Nacional do Cinema – ANCINE lançou no domingo, 7 de dezembro, a campanha publicitária “Audiovisual brasileiro. Grande como o Brasil”. Com inserções nas TVs aberta e por assinatura e em salas de cinema, anúncios na mídia impressa, spots para rádio, veiculação em monitores digitais de ônibus, e uma forte ação na internet e nas redes sociais, a ANCINE quer incentivar o consumo dos conteúdos audiovisuais brasileiros nas mais diversas telas. Todas as peças terminam com o comando “Assista, recomende, valorize o que é seu”.

A campanha é estrelada pelos atores Patricia Pillar, Cauã Reymond, Matheus Nachtergaele e Deborah Secco. Principal peça da campanha, o filme de 60 segundos mostra os atores conversando nos bastidores de um set de filmagem sobre a paixão pela profissão e comentando o bom momento da produção audiovisual no país.

No ano passado, o Brasil bateu recorde em número de lançamentos de longas-metragens nos cinemas. Em 2014, até o fim de novembro, mais de uma centena de novos filmes nacionais chegaram às salas. O conteúdo audiovisual brasileiro também se faz presente nas telas de TV. Desde a entrada em vigor da Lei da TV Paga, quadruplicou a presença da produção nacional na TV por assinatura. Hoje, cerca de cem canais têm exibido regularmente filmes e séries brasileiras de produção independente no horário nobre.

Para o diretor-presidente da ANCINE, Manoel Rangel, o lançamento da campanha acontece em um momento sem igual para o setor audiovisual brasileiro: "Nunca se produziram tantas obras, com tamanha diversidade de histórias, gêneros, estilos e formatos para as mais diversas telas. Com o esforço de nossos artistas e técnicos, aliados aos investimentos do Governo Federal, nossa produção tem cada vez mais representado e dado visibilidade aos diferentes olhares e sotaques do nosso povo. O audiovisual é um importante elemento de valorização da identidade nacional brasileira", afirmou.

Dirigido pelo premiado Clovis Mello, o comercial tem versões de 60, 30 e 15 segundos que poderão ser conferidas na TV aberta até o dia 25, na TV por assinatura de 9 a 31 de dezembro, nas salas de cinemas de 19 estados brasileiros no período entre os dias 18 e 31 de dezembro, ou no canal da ANCINE no Youtube. As peças para mídia impressa e para rádio trazem depoimentos dos artistas sobre a realização profissional de cada um através do cinema e da TV. O esforço de comunicação conta ainda com ações na internet e nas redes sociais, que continuam ao longo de 2015.

### **Junto com a campanha, ANCINE apresenta seu novo logotipo**

A ANCINE aproveitou o lançamento da campanha para apresentar o seu novo logotipo. A criação adota uma marca mais moderna, que reflete o novo momento da produção audiovisual, disponível em um número cada vez mais diverso de telas.

## **Artistas falam sobre o atual momento do audiovisual brasileiro**

As quatro estrelas da campanha são rostos bastante conhecidos pelo público brasileiro. Com extenso currículo na atuação, todos eles têm expandido suas participações para outras etapas do processo, se envolvendo com a direção e a produção de obras audiovisuais. Eles falaram sobre a diversidade de conteúdo, sobre o reconhecimento do público e sobre a alegria de serem personagens ativos neste cenário.

Deborah Secco observa que "a nossa indústria vem crescendo cada vez mais. O cinema nacional vem ganhando força e qualidade. Novos cineastas com novas ideias e bons propósitos que fazem a gente querer, cada vez mais, se dedicar ao cinema", disse ela.

A diversidade é, também de acordo com Patricia Pillar, uma das características mais interessantes da nossa produção contemporânea: "Eu acho que estamos num caminho que não é fácil, mas tem muitos ganhos nessa caminhada. Hoje há uma diversidade de gêneros e de temas, com diretores novos, misturados com aqueles que já conhecemos que fazem um cinema muito autoral. Temos o prazer de ter um cinema diversificado, e isso eu acho que é importante para a nossa indústria".

Para Matheus Nachtergaele, que fez sua estreia no cinema há 17 anos no longa "O que é isso companheiro?", o atual cenário era inimaginável na década de 90: "Sempre fui um ator que fez muitos filmes, mas eu era uma exceção. Hoje em dia percebo que em muitos lugares do Brasil há filmes sendo feitos o tempo todo. Abro o jornal e tem matéria sobre um novo filme, do qual eu nem tinha notícia, sendo filmado. Tem acontecido cinema Brasil afora.", afirmou.

A trajetória de Cauã Reymond confirma o discurso de Matheus. Desde 2004, o ator tem trabalhado em ao menos um longa-metragem por ano, além da participação de destaque em diversas séries para a televisão. Para ele, o público está cada vez mais interessado na produção nacional: "Estamos construindo um público cada vez maior que gosta e presta atenção em qual é o filme brasileiro que vai ser lançado. Em 'Alemão' tivemos quase um milhão de espectadores, num filme que, a princípio, é um drama psicológico. Em 'Tim Maia' estamos também chegando a um milhão. Então eu vejo o cinema brasileiro num momento muito especial, muito bonito, fico muito feliz de fazer parte".

Assista ao filme: <https://www.youtube.com/watch?v=YCSpwzXh8>

### **Para mais informações:**

Agência Nacional do Cinema - Assessoria de Comunicação  
Avenida Graça Aranha 35, Centro – Rio de Janeiro - 20030-002  
Tel: (21) 3037-6003/6357  
[comunicacao@ancine.gov.br](mailto:comunicacao@ancine.gov.br)