

## Com delegação de 41 empresas, brasileiros apostam na força da animação no MIPCOM 2018

*Serão pelo menos 46 projetos já formatados e outros 35 em desenvolvimento na área de animação. Produtores também levarão projetos de séries e longas*

A animação brasileira, que a cada ano ganha mais força e representatividade no mercado internacional, vai marcar presença no MIPCOM 2018, maior mercado de entretenimento do mundo, entre os dias 15 e 18 de outubro, e no MIPJunior, que tem como foco o conteúdo infantil e será realizado nos dias 13 e 14. O Brazilian Content, programa de exportação da BRAVI em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), vai desembarcar pela 15ª vez em Cannes, na França, desta vez com uma delegação com 52 profissionais de 41 produtoras, e mais da metade delas vai apresentar, durante o evento, projetos de animação.

As produtoras vão apresentar, na área de animação, ao menos 46 projetos formatados e outros 35 em desenvolvimento em busca de parcerias ou financiamento para coprodução ou distribuição fora do país.

A animação brasileira viveu um boom de crescimento na última década, impulsionada pelo financiamento público, pelo incentivo à indústria criativa e pela instituição de cotas em TV aberta. Não é à toa que a edição deste ano do Festival de Annecy, o maior festival de animação do mundo, realizado em junho, homenageou de forma inédita as produções brasileiras, em reconhecimento a essa expansão. Oito produções nacionais foram indicadas em cinco categorias no festival. Duas delas foram premiadas. Em 2013 e 2014, o Brasil levou os prêmios principais do evento. A expectativa é que o MIPCOM e o MIPJunior venham a consolidar esse cenário de otimismo, em busca fechamento de negócios e de contratos com players de relevância no cenário internacional.

Entre os projetos prontos a serem apresentados no evento estão a quarta e a quinta temporada do fenômeno infantil mundial “O Show da Luna!”, da **TV PinGuim**. Além da indicação ao Emmy Kids, o sucesso da série está gerando uma parceria com a Organização das Nações Unidas (ONU) para o desenvolvimento de um projeto especial com o intuito de disseminar a sustentabilidade através do seu enredo. A personagem, que já está em quase cem países, famosa pelo seu bordão “Eu quero saber!”, é uma menina apaixonada por ciências. Kiko Mistrorigo, diretor da TV PinGuim, destaca a experiência dos brasileiros no evento. “O fato de estarmos presentes nos últimos anos facilita o reconhecimento dos players presentes no evento. Com isso, seguimos otimistas com novas oportunidades de parceria”, afirma.

Tiago Mello, sócio da **Boutique Filmes**, destaca a importância do MIPCOM para produtores brasileiros. “Temos muita expectativa com a nossa participação no evento, porque estamos em busca de canais e coprodutores estrangeiros para colaborar e lançar as nossas produções internacionalmente. E o MIPCOM é o lugar que possibilita

esses encontros", afirma Mello. A Boutique também tem animações em seu portfólio neste ano, como a série "Papaya Bull".

Outro sucesso garantido no mercado voltará ao MIPCOM deste ano: "A Galinha Pintadinha". Neste evento, a **Bromélia Produções** levará a série "Galinha Pintadinha Mini", além da versão original em português, também disponível em espanhol, inglês (Reino Unido e Estados Unidos), italiano e francês (mandarim, japonês e alemão estão em produção). "A animação internacional teve grande crescimento, pois as novas janelas digitais se multiplicaram, criando grande espaço e oportunidades para novas produções em diversos países. Estamos buscando essas novas oportunidades em diversos países e a cada ano percebemos mais canais surgindo. Em paralelo, a audiência digital também vem crescendo sem parar, o que permite essa multiplicação consistente de canais, muitos deles com força local apenas. Também começamos a ver uma tendência de conteúdos que são sucesso no digital ganharem espaço em canais de TV, numa tentativa de fazer a "ponte" da audiência digital do conteúdo para os canais de TV", afirma Miguel Moreira, gerente da Bromélia Produções.

A **Glaz Entretenimento** estará no mercado com as séries de animação "Irmão do Jorel" (que concorreu em Annecy), "Historietas Assombradas (Para Crianças Malcriadas)" e "Tromba – Trem", além de projetos em desenvolvimento, como "Giga Tuiga" e "Ico Bit Zip".

Seis empresas brasileiras vão participar pela primeira vez do evento. Pelo menos duas delas têm animações em seu borderô. A **Astrolábio**, com mais de 17 anos de experiência em produções artísticas, musicais e audiovisuais, está levando para o evento a animação "Chico e Lalá", projeto em desenvolvimento. Já a **sBusiness** levará na bagagem a série animada "As Aventuras de Bob Zoom", voltada ao público pré-escolar (de 2 a 5 anos). Atualmente, o canal tem 870 mil inscritos e mais de 473 milhões de visualizações.

### Séries e longas

Os projetos de séries e longas-metragens brasileiros também estarão representados no MIPCOM 2018. O drama é um dos gêneros com maior representação, presente em séries (como o "Hóspede Americano", da **Teleimage Productions**) e em longas (como "Querida Mamãe" e "Arigó", da **Moonshot Pictures**). Na área de projetos em desenvolvimento são exemplos "Estranho Amor", série da **Visom Digital**, e "Cabra Cega", também da Moonshot.

A produtora **Medialand** levará um catálogo de 35 séries, três delas inéditas, ao evento. Com primeira licença a ser oferecida durante o evento, a Medialand selecionou três séries de gêneros diferentes para o mercado: a ficção "Making Of", um docucomedy sobre os bastidores de uma série de terror de TV; o reality de uma mulher pilotando carros e motos, "Tunadas"; e a doc-series de culinária "À Brasileira", em que chefs de cozinha mostram como abasileiraram pratos internacionais.

Ainda na área de documentários, a **Grifa Filmes** vai apresentar no MIPCOM, entre outros, os documentários “Megafauna” (em desenvolvimento), “Lula, Presidente or Prisoner” (em produção), “Operation Pedro Pan” (em pós-produção) e “Isabella” (em desenvolvimento).

Na edição anterior, o MIPCOM reuniu 13.800 participantes, 4.700 buyers e 2.000 expositores. Além das produtoras já citadas, estão confirmadas as seguintes empresas: 2DLab, 44 Toons, Alopra Estúdio, Animaking, Apiário Estúdio Criativo, Astronauta, Cabong Studios, Capelini Filmes, Chatrone America Latina, Conspiração Filmes, Copa Studio, Dogs Can Fly, Elo Company, Feel Filmes, Flamma, Formata, G Entretenimento & Audiovisual, Hype.cg, JM, Kampai, Lightstar Studios, Manifesto Games, PushStart, Sato Co. Ltda, Split Studio, Synapse, Tortuga Studios, Tree House Studios, TV Cultura, Up! Content Co. e Z7 Company.

### **Sobre o Brazilian Content**

O Brazilian Content é o programa internacional da Brasil Audiovisual Independente (BRAVI), criado em 2004 e realizado em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil). Com o objetivo de promover o conteúdo audiovisual independente no mercado internacional, o Brazilian Content viabiliza parcerias entre empresas brasileiras e estrangeiras (por meio de coproduções, vendas e pré-vendas para canais de TV, internet, telefonia celular e mídias digitais). O Brasil hoje é considerado um importante mercado no cenário internacional e integra o plano de negócios de coprodução de inúmeras TVs e produtoras.

### **Sobre a Brasil Audiovisual Independente (BRAVI)**

A BRAVI reúne produtoras independentes de conteúdo audiovisual para televisão e mídias digitais e possui mais de 600 associados em 18 unidades da Federação, nas cinco regiões do Brasil. Fundada em 1999, a associação atua fortemente para o desenvolvimento do mercado audiovisual brasileiro e representa o setor em diversos fóruns de debates públicos e privados. Com uma estrutura profissional e reconhecida representatividade nacional, a BRAVI também participa ativamente das regulamentações do mercado audiovisual, incentivando a produção e novos modelos de negócios, além de oferecer capacitação especializada ao produtor independente. Por meio de relevantes parcerias institucionais, apoia a participação do empresário brasileiro no mercado audiovisual internacional.

### **Informações para a imprensa**

**2PRÓ Comunicação**- [bravi@2pro.com.br](mailto:bravi@2pro.com.br)

Myrian Vallone- [myrian.vallone@2pro.com.br](mailto:myrian.vallone@2pro.com.br)

Jorge Soufen Jr. – [jorge.junior@2pro.com.br](mailto:jorge.junior@2pro.com.br)

Fernanda Abigail – [fernanda.abigail@2pro.com.br](mailto:fernanda.abigail@2pro.com.br)



Tel. 55 (11) 3030.9400 /3030.9404

[www.2pro.com.br](http://www.2pro.com.br)

Twitter: @2procom

*Setembro/2018*