

Con delegación de 41 empresas, brasileños apuestan por la fuerza de la animación en MIPCOM 2018

Serán al menos 46 proyectos de animación ya formateados y otros 35 en fase de desarrollo. Los productores también llevarán proyectos de series y largometrajes

La animación brasileña, que cada año gana más fuerza y representatividad en el mercado internacional, va a marcar presencia en MIPCOM 2018, la mayor feria de programas de comunicaciones del mundo, entre los días 15 y 18 de octubre, y en el MIPJunior, que centrarse en contenido para niños y que se celebrará en los días 13 y 14. El Brazilian Content, el programa de exportación de Brasil Audiovisual Independiente (BRAVI) en asociación con la Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Apex-Brasil), va por la 15ª vez a Cannes, en Francia, este año con una delegación con 52 profesionales de 41 productoras, de las cuales más de la mitad presentará, durante el evento, proyectos de animación.

En el área de animación, las productoras presentarán al menos 46 proyectos formateados y otros 35 en fase de desarrollo en busca de asociaciones o financiamiento para coproducción o distribución en el extranjero.

La animación brasileña vivió un *boom* de crecimiento en la última década, impulsada por la financiación pública, por el incentivo a la industria creativa y por la institución de cuotas en televisión abierta. No es casualidad que la edición de este año del Festival de Annecy, el mayor festival de animación del mundo, realizado en junio, homenajeó de forma inédita, a las producciones brasileñas, en reconocimiento a esa expansión. Ocho producciones nacionales fueron indicadas en cinco categorías en el festival. Dos de ellas fueron premiadas. En 2013 y 2014, Brasil recibió los principales premios del evento. La expectativa es que MIPCOM y MIPJunior vengán a consolidar ese escenario de optimismo, con cierre de negocios y contratos con representantes de relevancia en el escenario internacional.

Entre los proyectos listos que serán presentados en el evento están la cuarta y la quinta temporada del fenómeno infantil mundial "El Mundo de Luna", de **TVPinGuim**. Además de la nominación al Emmy Kids, el éxito de la serie está generando una asociación con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para el desarrollo de un proyecto especial con el fin de diseminar la sostenibilidad a través de su historia. El personaje, que ya está en casi cien países, es una niña apasionada por las ciencias famosa por su lema, "yo quiero saber". Kiko Mistrorigo, director de TV PinGuim, destaca la experiencia de los brasileños en el evento. "El hecho de estar presentes en los últimos años facilita el reconocimiento por los actores de la industria que participan en el evento. Con eso, seguimos optimistas con nuevas oportunidades de asociación", dice.

Tiago Mello, socio de la **Boutique Filmes**, resalta la importancia de MIPCOM para productores brasileños. "Tenemos mucha expectativa sobre nuestra participación en el evento, ya que estamos buscando canales y coproductores extranjeros para colaborar

y estrenar nuestras producciones internacionalmente. Y el MIPCOM es el lugar donde estos encuentros se hacen posibles", dice. Boutique Filmes también tiene animaciones en su cartera este año, como la serie "Papaya Bull".

Otro éxito garantizado de mercado volverá a MIPCOM este año: "Gallina Pintadita". **Bromélia Produções** llevará al evento la serie "**Gallina Pintadita Mini**", además de la versión original de la serie en portugués, ya disponible en español, inglés (Reino Unido y Estados Unidos), italiano y francés (las versiones en mandarín, alemán y japonés ya están en producción). "La animación internacional tuvo gran crecimiento con la multiplicación de las nuevas pantallas digitales, creándose gran espacio y oportunidades para nuevas producciones en diversos países. Estamos buscando estas nuevas oportunidades por toda parte y cada año vemos más canales surgiendo. En paralelo, la audiencia digital también viene creciendo sin parar, lo que hace posible la multiplicación consistente de canales, muchos de ellos sólo con fuerza local. También empezamos a ver una tendencia de contenidos exitosos en el medio digital ganaren espacio en canales de TV, en un intento de traer de la audiencia digital de contenidos para los canales de TV", afirma Miguel Moreira, gerente de la Bromelias Produções.

Glaz Entretenimento estará en la feria con las series de animación "Hermano de Jorel" (que ha competido en Annecy), "Cuentos espantosos para niños caprichosos" y "Trompa-Tren", además de proyectos en fase de desarrollo como "Giga Tuiga" y "Ico Bit Zip".

Seis empresas brasileñas van a participar en el evento por primera vez. Al menos dos de ellas tienen animaciones en su cartera. **Astrolábio**, que tiene más de 17 años de experiencia en producciones artísticas, musicales y audiovisuales, llevará al evento la animación "**Chico e Lalá**", proyecto en fase de desarrollo. **sBusiness** llevará la serie animada "Bob Zoom", centrada en el público preescolar (de 2 a 5 años). El canal tiene actualmente 870 mil suscriptores y más de 473 millones de visualizaciones.

Series y largometrajes

Los proyectos de series y largometrajes brasileños también estarán representados en MIPCOM 2018. El drama es uno de los géneros con mayor representación, presentado en series (como "**Hóspede Americano**", de **Teleimage Productions**) y en largometrajes (como "**Querida Mamãe**" y "Arigó", de **Moonshot Pictures**). En el área de proyectos en fase de desarrollo son ejemplos "**Estranho Amor**", serie de **Visom Digital**, y "**Cabra Cega**", también de Moonshot.

La productora **Medialand** llevará un catálogo de 35 series, tres de ellas inéditas. Con la primera licencia a ofrecerse durante el evento, Medialand ha seleccionado tres series de géneros distintos para la feria: la ficción "Making Of", un docucomedy sobre los bastidores de una serie de terror de TV; el reality "**Tunadas**", de una mujer pilotando coches y motos; y la serie documental de culinaria "**À Brasileira**", en la cual chefs de cocina muestran cómo "abrasileñaron" platos internacionales.

Aún en el área de documentales, la **Grifa Filmes** presentará en MIPCOM los documentales "**Megafauna**" (en fase de desarrollo), "**Lula, Presidente or Prisoner**" (en fase de producción), "**Operation Pedro Pan**" (en fase de postproducción) y "Isabella" (en fase de desarrollo), entre otros.

En su edición pasada, MIPCOM reunió a 13.800 participantes, 4.700 compradores y 2.000 expositores. Además de las productoras ya citadas, se han confirmado las empresas siguientes: 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. y 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

Myrian Vallone- myrian.vallone@2pro.com.br

Jorge Soufen Jr. – jorge.junior@2pro.com.br

Fernanda Abigail – fernanda.abigail@2pro.com.br



Tel. 55 (11) 3030.9400 /3030.9404

www.2pro.com.br

Twitter: @2procom

Setembro/2018