

## **Animação brasileira segue otimista para o Kidscreen Summit 2020**

*Brazilian Content e Brazil Games levam 29 empresas prontas para reuniões de negócios, coproduções e parcerias internacionais*

O Brasil chegará em peso ao Kidscreen Summit, evento referência entre os principais profissionais de conteúdo do entretenimento para o público infantil, que acontece em Miami de 10 a 13 de fevereiro. A última edição teve a participação de mais de 2 mil pessoas de 50 países.

A delegação oficial brasileira representa a indústria nacional da produção audiovisual para crianças, que vem crescendo a cada ano no país e atrai cada vez mais investidores no mundo. O grupo é comandado pelo Brazilian Content, programa de exportação da BRAVI – Brasil Audiovisual Independente, e pelo Brazil Games, realizado pela ABragames (Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais), ambos em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

As produtoras brasileiras estão com projetos robustos. Gabriel Garcia, CEO da Hype, afirma que um dos destaques será a série animada ‘Viola & Tambor’, uma coprodução com o estúdio chileno Punkrobot e que vem sendo exibida nos canais Disney da América Latina. Além disso, a empresa vai anunciar uma nova parceria com a Punkrobot e com a Red Studios, produtora do Peru. “Nosso objetivo é unir as forças para oferecer mais serviços a projetos maiores e mais específicos. Esperamos excelentes resultados”, comemora.

Para Cid Makino, Sócio do Split Studio, o Kidscreen é um dos principais eventos do setor e oferece ambiente aconchegante para um networking mais próximo. “Vamos, como sempre, buscar parceiros para nossos projetos, além de vender obras já produzidas e oferecer serviços de animação. Este ano estaremos com os projetos em desenvolvimento ‘O espadachim de carvão’, ‘Qual é broto?’ e ‘Boca do Lobo’, além de nossa série recém produzida ‘WeeBoom’”, afirma.

Mary Morita, gerente executiva do Brazilian Content, assegura que o Brasil tem ótimas oportunidades nesse mercado. “A produção de conteúdo infantil é um dos destaques da produção brasileira independente. Temos sucessos em live-action como ‘Gaby Estrella’ e ‘Detetives do Prédio Azul’ e, claro, em animação para os públicos infantil e pré-escolar. Este ano, a delegação traz ao Kidscreen IPs consolidados como ‘O Show da Luna’, ‘Irmão do Jorel’ e ‘Any Malu’, para citar alguns, e também novidades como a coprodução internacional ‘Holocards Warriors’. Nossos estúdios irão ao evento em busca de coprodução, licenciamento e atração de produções internacionais”, comenta.

As empresas que estarão Kidscreen pelo Brazilian Content são: 2DLab, Alopra Estúdio, Animaking, Apiário Estúdio Criativo, Belli Studio, Boutique Filmes, Bromelia, Chatrone América Latina, Combo Estúdio, Content Blue, Copa Studio, Dogs Can Fly, Druzina Content, Forest Comunicação, Ghost Jack Entertainment, Hype, Mono Animation, Petit Fabrik, Pinguim Content, PushStart, Sato Company, sBusiness, Split Studio, Story Productions, UP! Content Co., e UP Voice

### **Games em ação**

Com o objetivo de fortalecer a indústria brasileira de jogos digitais, o projeto Brazil Games levará as empresas Akom Studio, Rockhead Studios, Webcore Games, Petit Fabrik e PushStart, sendo as duas últimas também associadas ao Brazilian Content.

“Vamos destacar os cases transmídia da Rockhead Studios, que fechou no Kidscreen 2019 uma coprodução com o Sardine Studios do Canadá para fazer uma série animada do game Starlit Adventures; e o caso do Timo, da Webcore Games, um game baseado em um HQ Brasileiro. O Timo foi um dos 4 games brasileiros selecionados para o programa Indie Games Accelerator do Google em Singapura em 2019”, explica Eliana Russi, Gerente do Brazil Games.

A Rockhead Studios pretende expandir suas parcerias comerciais este ano. Segundo Christian Lykawka, CEO da empresa, o objetivo agora é abrir novas possibilidades de coprodução com estúdios de diferentes países, além de prospectar compradores de seus conteúdos, como canais de TV e VOD.

Camila Malaman, Sócia Diretora da Webcore Games, afirma que a empresa já tem diversas reuniões agendadas e está em busca de interessados em produzir uma série animada em parceria com o ‘Timo The Game’. O estúdio de games também buscará parcerias em conteúdos crossmedia.

No total, a delegação brasileira é composta por 29 empresas.

### **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 660 associados em 21 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.

### **Sobre o Brazil Games**

O Projeto Setorial de Exportação Brazil Games é um programa sem fins lucrativos, criado pela ABragames (Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Digitais) em parceria com a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), com o objetivo de fortalecer a indústria brasileira de jogos digitais, capacitando e criando novas oportunidades de negócios para as empresas brasileiras no mercado internacional.

### **Sobre a Apex-Brasil**

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira. A Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, e visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira.

### **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)  
Marcela Lage – [marcela.lage@2pro.com.br](mailto:marcela.lage@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  
*Janeiro de 2020*