



FESTIVAL TELA UNIVERSITÁRIA DE CINEMA

AILLY COORDENAÇÃO

NORDESTE LAB
PLATAFORMA DE ARTICULAÇÃO AUDIOVISUAL

Ailly Cavalcante Lima Santos

2018

PARTICIPANTE

BR oi
PETROBRAS

RIO 2C RIO CREATIVE CONFERENCE

Ailly Cavalcante

CREATORS FULL PASS

3ª MOSTRA LUGAR DE MULHER É NO CINEMA
DE 25 A 31 DE MARÇO DE 2019

REALIZAÇÃO: MOARA RIBEIRO PRODUÇÕES, ELIAB DE VASCO PRODUÇÕES, SEGRE DO FILMA

Ailly

WWW.MOSTRAMULHERNO CINEMA.COM.BR

NORDESTE LAB
PLATAFORMA DE ARTICULAÇÃO AUDIOVISUAL

Ailly Cavalcante

Participante

RIO 2C
RIO CREATIVE CONFERENCE

Ailly Cavalcante

INDUSTRY + PLUS

FESTIVAL SALVADOR CAPITAL AFRO

R. de negócios-AUDIOVISUAL
Ailly Cavalcante Lima

PRODETUR BID SALVADOR

FRAPA

Ailly CAVALCANTE

Participante

Rio APRESENTAM

RioMarket

Ailly Cavalcante

7 > 13 OUTUBRO #RIOMARKET

AQUI VOCÊ VÊ AS CORES DO MUNDO

PARTICIPANTE

Roda de Negócios

MAX
MAX.SEBRAE.COM.BR

Ailly Santos
PARTICIPANTE

SEBRAE

RIO 2C

Ailly Cavalcante

INDUSTRY

RIO 2C

INDUSTRY + PLUS

INDUSTRY



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

AILLY CAVALCANTE LIMA SANTOS

**A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS DO MERCADO AUDIOVISUAL
PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS**

**SALVADOR
2023**

AILLY CAVALCANTE LIMA SANTOS

**A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS DO MERCADO AUDIOVISUAL
PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS**

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação com Habilitação em Produção em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr.: Alex Santos Barbosa

SALVADOR

2023

AGRADECIMENTOS

A minha Mãe, por ser a minha maior incentivadora e na grande maioria das vezes a primeira ouvinte e leitora das minhas histórias. Ela que me ensinou o significado de “resiliência”, sempre compartilha das mais sinceras respostas sobre o tudo o que escrevo e faço, foi fundamental na manutenção do meu equilíbrio emocional e das forças que me fizeram capazes de chegar até aqui.

A Deus, ao universo, familiares e amigos que me apeguei ao longo desses anos e compartilharam comigo saberes e vivências. Ter uma rede de apoio é fundamental, torna o caminho melhor, mais suportável. Principalmente nos momentos mais desafiadores.

A Têm Dendê Produções, por acreditar no meu potencial profissional e me permitir viver a experiência de estar presente na maioria dos eventos que embasaram a construção deste trabalho.

Ao meu orientador, Professor Alex que aceitou esse grande desafio que foi me orientar ao longo dos meses.

E por fim, eu mesma, por ter conseguido chegar até aqui. Os momentos de solidão, necessários para realização da escrita deste TCC, foram fundamentais, me fizeram desligar temporariamente das urgências da rotina, trabalho e responsabilidades. Ainda bem que a coragem e a determinação para continuar pesquisando e escrevendo se sobressaíram entre os demais sentimentos. Avante!

RESUMO

Este trabalho apresenta uma discussão sobre o papel dos eventos do mercado audiovisual para o desenvolvimento de projetos e elenca a importância desses espaços na construção de oportunidades de *networking*, desenvolvimento criativo e econômico dos projetos, bem como o aperfeiçoamento técnico dos representantes envolvidos. Para exemplificação dos assuntos aqui discutidos, foram considerados dez eventos já consolidados no calendário audiovisual brasileiro mapeados de norte a sul do Brasil. Embora cada um deles tenha uma abordagem específica, todos possuem em sua programação rodadas de negócios e atividades com algum tipo de premiação. Ao longo dos capítulos, irei traçar um perfil quantitativo e qualitativo com reflexões teórico-críticas, detalhando as diferenças de segmentação de cada um dos eventos listados, bem como os estágios, formatos, gênero e temática dos projetos indicados para participação.

Como fundamentação teórica, que subsidiam as temáticas abordadas, trago as reflexões de autoras(es), produtoras(es) do audiovisual e informações retiradas do próprio site dos eventos elencados.

Palavras chave: Eventos, mercado audiovisual, desenvolvimento de projetos

A arte não é só talento, mas sobretudo coragem.

– Glauber Rocha

Sumário

1. INTRODUÇÃO	9
2. OBJETO DE ESTUDO	14
3. JUSTIFICATIVA	17
4. APRESENTAÇÃO	17
5. A BUSCA POR PARCEIROS	18
6. RODADAS DE NEGÓCIOS	20
7. EVENTOS DE MERCADO	23
6.1 BRLAB	24
6.1.1 BrLab Features	25
6.1.2 Workshop Audience Design	25
6.1.3 BrLab Rough Cut	25
6.1.4 BrLab CoPro	26
6.1.5 São Paulo Locarno Industry Academy	26
6.1.6 BrPlot	26
6.1.7 Reach	26
6.1.8 Premiações BRLAB 2021 e 2022	27
6.2 DOC SP	30
7.2.1 LAB AFIRMATIVAS	30
7.2.2 DOC IMPACTO	31
7.2.3 DOC LAB	31
7.2.4 ROUGH CUT LAB	31
7.3 EXPOCINE	31
6.4 FAM – FLORIANÓPOLIS AUDIOVISUAL MERCOSUL	32
6.5 FRAPA	33
6.5.1 CONCURSO DE ROTEIRO	33
6.5.2 CONCURSO DE ARGUMENTO	34
6.5.3 FRAPA (LAB)	35
6.5.4 RODADAS DE NEGÓCIOS	35
6.6. MATAPI – Mercado Audiovisual do Norte	36
6.7 MAX – MINAS GERAIS AUDIOVISUAL EXPO	37
6.8 NORDESTELAB	37
6.9 RIO2C	38
6.10 SAPI – Mercado Audiovisual do Centro Oeste	38
8. PERFIL DO EVENTOS	39

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
10. REFERÊNCIAS	44

1. INTRODUÇÃO

A famosa frase "*Uma ideia na cabeça e uma câmera na mão*" atribuída ao cineasta baiano Glauber Rocha, um dos principais expoentes do Cinema Novo¹, enfatiza a importância da criatividade e da independência na produção audiovisual. Porém, para além de ter uma ideia criativa e uma câmera na mão para capturá-la, é necessário seguir alguns processos que tornam a viabilização da ideia possível. Planejar, executar e controlar as atividades necessárias para alcançar os objetivos do projeto são medidas importantes para garantir que a ideia seja adequadamente executada, respeitando os prazos, o orçamento e a realidade dos requisitos disponíveis.

Depois de conceber a ideia é preciso atuar na gestão e aprender quais meios existentes são possíveis para viabilizá-la. Foi vivenciado essas experiências na prática, ao longo da participação em rodadas de negócios² que comecei a entender o mundo dos negócios e a importância que a participação em eventos de mercado voltados para nicho do audiovisual exercem no desenvolvimento do projeto. Esses espaços servem como vitrines para articular diferentes fases de uma obra e fazem parte de um ambiente propício para promoção de *networking*³ e a formação de novos parceiros.

Seja você roteirista, produtora, distribuidora ou *player*⁴ os interesses mercadológicos mudam de acordo ao perfil da pessoa que está do outro lado da conversa e estar presente nesses espaços é fundamental para carreira do projeto e do seu criador ou responsável.

No ambiente profissional do audiovisual existe um longo processo até o projeto chegar até a fase final que são as janelas de exibição e cinco etapas são fundamentais para facilitar e organizar a execução da obra, são elas: desenvolvimento, pré-produção, produção, pós-produção e a comercialização.

¹ Cinema Novo foi um movimento cinematográfico brasileiro que buscava uma renovação estética e temática, retratando a realidade social e política do Brasil. "O Cinema Novo foi a versão brasileira de uma política de autor que procurou destruir o mito da técnica e da burocracia da produção, em nome da vida, da atualidade e da criação". (Xavier, 2001, p. 57-58).

² Rodadas de negócios é um termo utilizado para se referir aos encontros promovidos entre pessoas que tem produtos para apresentar e outras que estão dispostas a comprar.

³ Networking é uma palavra em inglês que indica a capacidade de estabelecer uma rede de contatos ou uma conexão com algo ou com alguém.

⁴ Player em inglês, significa "jogador". No audiovisual o termo serve para se referir a distribuidoras, exibidoras e produtoras que são referências em um determinado segmento.

1.1 A FASE DO DESENVOLVIMENTO:

Entender o funcionamento de cada uma dessas fases que integram o ciclo da obra audiovisual é muito importante na garantia de um planejamento eficiente, gerenciamento de recursos e controle da qualidade cinematográfica. Além é claro, de estabelecer as bases necessárias que permitem a viabilidade ao longo do processo de produção.

Dados de 2019 publicados pela Fundação Escola Nacional de Administração Pública (ENAP), definem a fase de desenvolvimento de um projeto como sendo a:

Etapa em que são feitos: a pesquisa de referências de imagens, de locais, de cenários, de figurinos; o desenvolvimento dos personagens; os tratamentos de roteiros; as pesquisas de entrevistados ou de imagens de arquivos para documentários, etc. (ENAP. 2019, p. 9)

Além das pesquisas de referência, desenvolvimento dos personagens e escrita de roteiro mencionadas na citação acima no texto publicado pelo ENAP, é no processo de desenvolvimento de uma produção audiovisual que ocorre a elaboração de um documento extenso popularmente conhecido como a bíblia comercial⁵. É na bíblia que estão dispostas detalhadamente todas as informações necessárias para compreensão da história, motivações, universo dos personagens entre outras especificações.

Para a narrativa o “processo de desenvolvimento” é um período muito importante pois, permite que seja feita uma construção sólida da história que é quando os elementos-chave são definidos. É no desenvolvimento que a *logline*⁶, sinopse geral, sinopse dos episódios no caso das séries, argumento, a estrutura, os conflitos, os arcos e perfis dos personagens, definição do público, detalhamento do cenário, roteiro, entre outras abordagens são definidas. Nesta fase os criadores têm a oportunidade de analisar e entender como o projeto pode ser adaptado para atender às expectativas dos envolvidos.

⁵ Bíblia comercial no audiovisual é um termo utilizado para se referir a um guia, documento extenso contendo as informações essenciais e orientações detalhadas sobre o projeto. Segundo Aronson (2000), a bíblia tem também a função de agir como documento de venda para possíveis investidores e isso é notável na linguagem empregada.

⁶ Logline é um breve resumo do roteiro em pouquíssimas frases, geralmente uma ou duas.

“... um bom roteiro não é garantia de um bom filme, mas sem um roteiro não existe um bom filme”. (COMPARATO, 1995)

O roteiro passa por uma série de processos criativos que envolve escritas e reescritas, leituras e análises por parte do roteirista e equipe para fornecer feedback e fazer ajustes, que façam com que a linguagem (no caso das obras de ficção) tenham o texto mais próximo possível da naturalidade com que se busca na obra. O termo “naturalidade” aqui mencionado refere-se ao modo como as falas e ações dos personagens são apresentados de forma realista a ponto de soarem autênticas e verossímeis, fazendo com o público se identifique e se conecte com os personagens e a história, sem se prenderem ao fato de que tudo aqui foi escrito por uma pessoa. É papel do roteirista transformar ideias em ações, garantindo a construção de personagens com enredos cativantes, capazes de prender a atenção do telespectador do início ao fim.

Na grande maioria dos casos depois que o roteiro e a bíblia comercial do projeto estão devidamente desenvolvidos, é chegada a hora do responsável pelo projeto, lançar-se nos eventos do mercado audiovisual em busca de parcerias. Ao apresentar a história ele vai em busca do aperfeiçoamento da narrativa e estabelece contato com parceiros, ou recursos financeiros para realização das outras etapas.

Essa busca por novos parceiros encontra espaço para negociações e apresentação das histórias através das atividades como Workshops e laboratórios com premiações, rodadas de negócios, pitchings⁷, entre outros meios promovidas pelos eventos do mercado audiovisual. A depender dos eventos e das atividades, a participação popular se dá de forma paga ou gratuita.

1.2A FASE DE PRÉ-PRODUÇÃO

Após o período de desenvolvimento vem a fase de pré-produção. É na pré-produção que se estabelece a montagem de orçamento, a elaboração do cronograma de produção e a identificação das necessidades técnicas e

⁷ Pitch é uma “Apresentação sumária de 3 a 5 minutos com objetivo de despertar o interesse da outra parte (investidor ou cliente) pelo seu negócio, assim, deve conter apenas as informações essenciais e diferenciadas. (CABO, 2016. p.16)

logísticas da produção. Uma pré-produção elaborada com qualidade, é essencial para o sucesso e eficiência do período de produção audiovisual.

Filmagens bem-sucedidas dependem de uma pré-produção bem-feita. Para que essa etapa aconteça, é recomendável que o filme já tenha recursos captados e liberados para que a próxima etapa, a de produção, aconteça em data não muito distante. (NUNES e MORAES. 2015, p.68)

Como descrito pelos autores Lia Nunes e Marcos Ribeiro de Moraes no Guia Audiovisual Volume 2 - Gestão do Produtor Audiovisual, é recomendável que a produção no ato da filmagem já tenha os recursos captados e disponível para utilização. Isso é fundamental para garantir o custeio dos gastos e financiamento da obra, bem como o pagamento dos envolvidos nesta e demais etapas do processo. Para além da complexidade da produção, o orçamento que ela dispõe é um fator importante na hora de escolher os profissionais envolvidos.

Durante a fase de pré-produção é analisado os elementos necessários para a realização do projeto, como o roteiro, o elenco, as locações, os figurinos, os efeitos especiais, entre outros. Com base nessas informações, são feitas estimativas dos custos necessários em cada aspecto da produção. Cada filme, série ou produção audiovisual conta com suas particularidades e exige etapas específicas associadas ao processo de pré-produção. Porém, na grande maioria dos casos, esta fase abrange os aspectos mais comuns como: elaboração do orçamento, planejamento e cronograma, escolha de locações, seleção de elenco, contratação da equipe técnica, elaboração de storyboards⁸, planejamento de logística como transporte, hospedagem, alimentação e equipamentos, ensaios e reuniões de produção. É durante a pré-produção, que é possível identificar e resolver antecipadamente os desafios que possam surgir incluindo questões relacionadas ao roteiro, logística, orçamento e cronograma. A realização de todas as etapas da pré-produção é fundamental para garantir que a produção ocorra de forma organizada e eficiente.

⁸ Storyboard: é uma sequência de desenhos quadro a quadro com o esboço das cenas pensadas para um conteúdo em vídeo, como: filmes e animações.

1.3 A FASE DE PRODUÇÃO

Chama-se de produção o início das filmagens e pressupõe-se, para isso, que todas as atividades da etapa de pré-produção estejam concluídas. Nas diferentes técnicas, a etapa de produção é aquela em que a teoria vira prática com a execução do que foi definido na pré-produção. (NUNES e MORAES. 2015, p. 73)

Um ponto importante, mencionado na citação dos autores Lia Nunes e Marcos Ribeiro de Moraes, diz respeito a importância de iniciar a etapa de produção somente depois que a etapa de pré-produção esteja concluída. Respeitar os processos é fundamental para evitar que o planejamento saia do controle. É na fase de produção que o projeto é executado e visualmente vemos a história ganhar vida. É nessa fase que as filmagens ocorrem e a direção do projeto define a estética e abordagem criativa que os elementos visuais e sonoros são capturados. A direção de fotografia coloca em prática a visão criativa, direção criativa cria o ambiente onde a ação ocorrerá, sonoplastas, e operadores de áudio capturam e planejam as sutilezas de áudio.

A produção é a concretização do plano que começou a ser estabelecido através de uma ideia na fase de desenvolvimento e em seguida, durante a organização da pré-produção. O audiovisual é um trabalho de coletivo que faz com que todos os setores se relacionem de alguma maneira com as demais áreas. Estar em sintonia é fundamental para atingir o sucesso.

1.4 A FASE DE PÓS-PRODUÇÃO

O material depois de gravado entra na fase de pós-produção. Essa etapa é fundamental para finalização do filme, série, produção audiovisual e o editor passa a ser o foco das atenções. Todas as imagens e sons captados na fase produção, são trabalhados na fase de pós-produção. O arquivo com tudo o que foi gravado, é cortado a partir das orientações do roteiro e direção da obra. É na fase de pós que há a análise da gravação, a montagem e a edição com efeitos sonoros e visuais. O profissional seleciona, organiza e combina as cenas gravadas durante a produção para criar uma sequência coesa e significativa, ganhando cor, ritmo e tempo a produção começa a tomar forma.

Não por acaso, a fase de montagem é segmentada entre profissionais específicos, que dividem entre si a edição de imagem, a edição de som, a computação gráfica, a composição de trilha musical e a finalização, etapas que serão analisadas e descritas nos próximos tópicos.

(BRIGLIA, et al. p.89, 2018)

1.5 A FASE DE DISTRIBUIÇÃO

E por último, depois que todas as fases são concluídas, inicia-se o processo de distribuição e comercialização do projeto que é o processo de venda e negociação da produção para as janelas de exibição (canais de televisão, plataformas digitais pagas ou gratuitas. Uma estratégia bem planejada e eficiente pode fazer toda a diferença para a visibilidade, reconhecimento e retorno financeiro da produção audiovisual. Nesta etapa, busca-se alcançar o público-alvo e maximizar o retorno financeiro do investimento realizado.

2. OBJETO DE ESTUDO

Mas, onde e como encontrar esses parceiros? Como fazer com que o projeto desperte o interesse de possíveis parceiros que aceitem se vincularem a obra? Pensando sobre as respostas para esses questionamentos é que nasce a ideia para elaboração desta pesquisa.

Este trabalho tem como objetivo elencar como os eventos do mercado audiovisual podem auxiliar na construção de parcerias e desenvolvimento dos projetos. Não irei me aprofundar em festivais, mostras de cinema com foco na exibição de produções ou projetos já finalizados, pois estes espaços são direcionados a outro tipo de produto. Coloco especificamente a etapa do desenvolvimento no cerne desta pesquisa por compreender que os eventos do mercado audiovisual nestes casos, corroboram com o crescimento artístico, técnico e econômico das produções e seus representantes.

Embora muitas pessoas desejem produzir suas ideias (sejam elas de série, longa-metragem, curta metragem ou outro formato), nem todas sabem como tornar esse desejo possível. Tanto no Brasil, quando no exterior, há inúmeras possibilidades de participação em workshops, oficinas e laboratórios

de desenvolvimento que servem para impulsionar as produções, tornando possível a sua realização.

Agora que já entendermos o funcionamento de cada uma das etapas de um projeto audiovisual, fica mais fácil, entender a relação dessas produções com os eventos de mercado e qual fase do projeto cada um desses eventos buscam. Conhecer quais são os eventos do mercado audiovisual brasileiro é importante para auxiliar no desenvolvimento criativo e financeiro da obra.

Para as exemplificações dos eventos de mercado mencionados nesta pesquisa, utilizarei como referência 10 (dez) eventos do mercado audiovisual apresentados por ordem alfabética e que possuem em suas atividades encontros com rodadas de negócios e algum tipo de atividade formativa integrada a fase de desenvolvimento de obras que já tenham argumento ou roteiros escritos e ainda não filmados são eles: BRLAB, DOCSP – Encontro Internacional de Documentários de São Paulo, EXPOCINE, FAM – Florianópolis Audiovisual Mercosul, FRAPA – Festival de Roteiro Audiovisual de Porto Alegre, MATAPI – Mercado Audiovisual do Norte, MAX – Minas Gerais Audiovisual Expo, NORDESTELAB – Plataforma de Articulação Audiovisual, RIO2C – Rio *Creative Conference* e SAPI – Mercado Audiovisual do Centro-Oeste.

Abaixo, a logomarcas de cada um dos dez eventos utilizados como referência neste trabalho. Os objetivos, importância e perfis de projetos que cada um deles busca, serão especificados ao longo dos capítulos.



O objetivo principal desta pesquisa se refere ao estudo da importância que os eventos do mercado exercem no desenvolvimento de projetos audiovisuais. As informações abordadas neste trabalho são direcionadas especificamente à participação de criadores e executivos nos eventos de mercado com foco no audiovisual e nas possibilidades de oportunidades de negócios e capacitação que esses espaços oferecem aos seus participantes.

Além de elencar informações importantes sobre os dez eventos utilizados, por meio de uma linguagem fluida e de fácil compreensão, abordarei questões de forma agregadora sobre a relação desses eventos de mercado com

o desenvolvimento dos projetos que futuramente, irão integrar o catálogo de produções do audiovisual brasileiro.

Através do material de pesquisa gerado, almejo construir uma comunicação ativa com a sociedade sobre as temáticas aqui discutidas.

3. JUSTIFICATIVA

As motivações que culminaram no desenvolvimento desta pesquisa, surgiram ao longo das minhas vivências pessoais nesses eventos de mercado. Seja no molde presencial ou no virtual, a cada nova reunião que tive acesso, pude compreender com as negociações funcionam e porque, cada vez mais é necessário promover os diálogos com os players que futuramente podem vir a tornasse parceiros da obra. As oficinas e os workshops auxiliam no desenvolvimento criativo da produção, e nos casos que há algum tipo de premiação envolvida, o representante ainda pode conquistar um valor financeiro para auxiliar alguma fase da obra. Outras premiações também são comuns nestes espaços dentre elas destaque, oportunidades de consultoria, bolsa de estudo para alguma instituição de ensino específica, ou até mesmo o apoio de distribuidoras ou produtora. Ao participar de um evento do mercado audiovisual, o responsável pela obra não está apenas trabalhando para divulgação do projeto e pleiteando possíveis parcerias, mas contribuindo com o desenvolvimento da produção audiovisual nacional. Por isso, é muito importante conhecer quais são e como funcionam alguns dos eventos de mercado existentes no país.

4. APRESENTAÇÃO

Os eventos do mercado funcionam como indutores para promoção e desenvolvimento das obras audiovisuais, auxiliando negociantes, criativos, produtores e empresários a gerirem seus negócios em diferentes estágios. Estar presente nesses espaços, ver e ser visto, é uma maneira eficaz de ficar por dentro das inovações do setor, aprender com outras empresas e manter-se competitivo no mercado. Além de oferecer oportunidades de negócios, eles permitem que os participantes tenham contato direto com produtores e executivos do setor audiovisual estimulando a criação de alianças estratégicas.

Atuando como um interlocutor capaz de oportunizar o encontro entre comprador e vendedor, os “mercados” e as rodadas de negócios espalharam-se pelo Brasil. Criadores (autores, roteiristas, diretores e produtores) interessados em vender seus produtos e canais obrigados a comprar novas obras encontraram, nestes eventos, um espaço privilegiado para a efetivação de seus negócios. (ISRAEL; CONTE; PINHEIRO. 2020, p.3.)

A depender do tipo de evento e das atividades oferecidas, por esses “espaços privilegiados” para efetivação de negócios, como mencionados pelos autores acima é possível encontrar desde investidores, até laboratórios com oportunidades para aperfeiçoar as produções. Além disso, são nesses espaços que é possível testar a recepção de quem está do outro lado da mesa sobre o que está sendo produzido e estimular as oportunidades de repensar a ideia criativamente.

Os eventos de mercado representam grande oportunidades para impulsionar a indústria audiovisual e promover a circulação de conteúdo, pois, os participantes podem apresentar seus projetos, vender conteúdo, adquirir direitos de exibição, negociar contratos de distribuição e explorar possibilidades de coprodução tanto do viés nacional, quanto, internacional.

5. A BUSCA POR PARCEIROS

Como o processo do trabalho audiovisual é longo e em alguns casos, demora muitos anos até que se tenha todo o recurso financeiro necessário para executar o projeto, é muito importante encontrar os parceiros certos que estejam com os objetivos alinhados, garantindo um bom relacionamento entre ambas as partes durante as fases.

Existem diversas maneiras de encontrar um parceiro para o projeto audiovisual, seja através dos festivais, redes profissionais, associações do setor, plataformas online e os eventos do mercado audiovisual. Alguns eventos inclusive são dedicados especificamente a coproduções, rodadas de negócios, e fóruns de financiamento.

Em muitos casos, os pitchings estão vinculados a parte da programação dos eventos de mercado e permitem que em alguns minutos os participantes contem a história e o que estão buscando naquele espaço com o objetivo de conquistar a atenção do possível parceiro e estimular o desenvolvimento da produção. O parceiro ideal é aquele que fornece:

- a. **Recursos financeiros técnicos e humanos**, especialmente quando a outra parte não tem os recursos necessários para desenvolver e comercializar a ideia por conta própria. Esses recursos financeiros podem vir em forma de patrocínio, recursos próprios, ou privados.
- b. **Experiência para complementar as habilidades**, especialmente em áreas que não são sua especialidade, ajudando a evitar erros e a acelerar o sucesso. Quanto maior a experiência da empresa, mais as chances de ela maximizar o sucesso da produção. Esse conhecimento permite que a identificação das oportunidades de cooperação, aconteçam de forma mais efetiva.
- c. **Rede de apoio**: os parceiros certos têm acesso a uma ampla rede de contatos que podem ser vitais para o sucesso da obra. Isso inclui parcerias estabelecidas com outras produtoras, distribuidoras, emissoras, financiadores e agentes de vendas. Essa rede facilita a busca por potenciais parceiros de coprodução, bem como a obtenção de financiamento e distribuição para o projeto.
- d. **Segurança**: ajudando a ver os desafios e oportunidades de uma nova maneira, além de fornecer *insights* valiosos;
- e. **Credibilidade**, possibilitando o trabalho com parceiros respeitáveis e estabelecidos.

6. RODADAS DE NEGÓCIOS

Na maioria das vezes, as rodadas de negócios representam o estágio inicial para estabelecer os contatos e prospectar parceiros. O encontro entre o participante e o player faz parte da programação do evento e o tempo da conversa varia de acordo ao estipulado pelo evento, cerca de 15 a 20 minutos.

Nesses encontros é comum levar uma apresentação visual do projeto, geralmente em formato digital (PDF), ou física para apresentação. Outros recursos como vídeos também são indicados. O mais importante, durante uma rodada de negócio é dominar a explicação do projeto e os objetivos com o encontro, para conquistar o interesse do player.

Como o objetivo é realizar conexões de interesse mútuo, a rodada de negócios é um evento voltado a empresários e lideranças que desejam prospectar e fechar negócios diretamente. (SEBRAE, 2023)

Além de empresários e lideranças como descrito na citação acima, é importante que o representante tenha um perfil criativo, para conseguir contar em poucos minutos as partes mais importantes da história para despertar a curiosidade e interesse do player em querer continuar a conversar em outro momento. Após o primeiro encontro, é necessário articular outros para aproximar os parceiros e garantir a continuação da negociação.

Vale destacar que esses encontros são agendados com antecedência através de inscrições feitas previamente e as rodadas é só uma das várias possibilidades de encontro com outros profissionais que os eventos do mercado audiovisual promovem.

O evento anuncia os players convidados, o representante do projeto preenche uma ficha com informações sobre o projeto que deseja apresentar e qual o seu player de interesse em conversar. A inscrição não garante uma vaga na rodada de conversa. Depois, o player tem um período para escolher os projetos que mais têm o perfil que ele está procurando e retorna ao evento sinalizando quais projetos tem interesse em conversar no evento. Só depois, na data e horário estipulado pelo evento de mercado é que acontece as reuniões.



Figura 1 – Rodada de Negócios RIO2C 2022. Fonte: Site Oficial do RIO2C

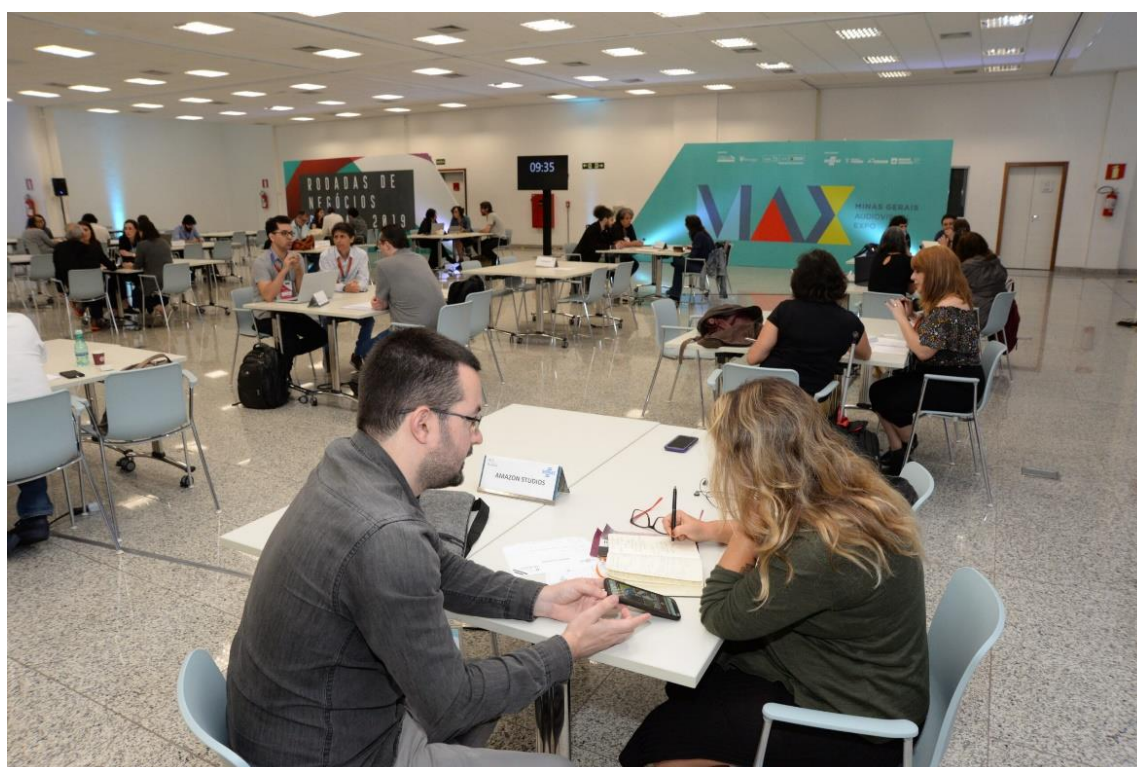


Figura 2 - Rodada de Negócios Max Sebrae 2019. Fonte: Site Tela Viva

As figuras 1 e 2, são exemplo visuais da disposição de um espaço durante uma rodada de negócios oferecida por dois eventos do mercado audiovisual, o RIO2C e a MAX. Em cada mesa, há players e representantes de projetos. Geralmente para indicar qual canal, produtora ou distribuidora o player está representando, há uma placa com o nome em cima da mesa, como é possível ver na figura 2. Em outros casos, há numerações como na figura 1 e a pessoa responsável por liberar o acesso dos participantes ao espaço onde as rodadas estão acontecendo, indica qual a numeração do player.

Na figura 2 é possível ver um cronometro que faz a contagem regressiva do tempo restante para a o encerramento do tempo conversa. Ao final do tempo estipulado, o representante do projeto sai do recinto e o player permanece na mesa à espera do representante do próximo projeto. A depender do perfil do player, o fluxo de projetos apresentados é muito grande, por isso, o representante precisa além de ter uma história interessante, saber conta-la de modo a conquistar o interesse do player durante a conversa. Visitar o perfil do player e pesquisar o que ele está buscando evita de perder oportunidades ao enviar para avaliação um projeto que não seja o que o player está buscando.

Durante a conversa é comum o player fazer perguntas sobre a história, motivações dos personagens e sugerir ajustes no enredo. Normalmente, no caso dos projetos em fase de desenvolvimento também se é perguntado qual o estágio atual do projeto e se há roteiros escritos. No caso dos projetos já finalizados, pede-se que um corte do material seja enviado para avaliação.

Após a conversa, preferencialmente após fazer os ajustes indicados pelo player, o representante do projeto manda um e-mail para confirmar o interesse da outra parte em continuar a conversa e enviar os materiais solicitados. No caso do envio de roteiro, é sugerido enviar um termo de confidencialidade antes, para garantir que a outra parte não utilize o material sem a devida autorização. No caso do envio de vídeos, aconselha-se enviar link de visualização e senha.

Geralmente outras reuniões são feitas após as primeiras trocas de e-mail, porém, a certeza de que a parceria de fato será efetivada só pode ser garantida após a assinatura do contrato.

7. EVENTOS DE MERCADO

Como citado anteriormente na introdução deste trabalho, os eventos de mercado são vitrines que auxiliam na fase de desenvolvimento dos projetos audiovisuais. Digo isso pois, as programações destes eventos são formadas por laboratórios, *workshops*, painéis, bolsas e mentorias, além de cursos, seminários e palestras com especialistas do setor audiovisual que permitem que os participantes adquiram conhecimentos sobre diversos aspectos da indústria. Na maioria das vezes, após o ato de inscrição para pleitear uma vaga nos laboratórios, os projetos passam por uma seleção. A seleção é a primeira fase para testar a qualidade técnica-criativa da obra. Ao serem selecionados, o projeto e seu representante garantem visibilidade no mercado. O fato de despertar o interesse dos curadores a ponto do projeto estar entre os selecionados, contribui na atração da atenção de potenciais parceiros, distribuidores, agentes de vendas e até mesmo do público em geral.

Solidificar o estágio de desenvolvimento de um projeto é muito importante pois agrega um diferencial a obra. Ter um projeto bem preparado estruturalmente e narrativamente, contribui para a escolha dele nos laboratórios e conseqüentemente auxiliar na construção de uma carreira. Porém, nem sempre a etapa de desenvolvimento foi considerada como “parte do trabalho”.

Foi somente em 2009 que o INCAA, através da resolução 59/2009, reconheceu que os custos de desenvolvimento formam parte integrante dos custos de um filme. Esta resolução admite, pela primeira vez, que os custos que uma produtora tem ao desenvolver um projeto devem ser reconhecidos e estabelece um montante equivalente a 10% do orçamento da produção. (CARDOSO, ORTEGA E TESO. 2016, p. 14)

Essa resolução do INCAA (Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais), foi significativa, pois trouxe mais clareza e transparência ao processo de financiamento e produção de filmes. Reconhecer os custos provenientes da fase de desenvolvimento como parte integrante dos custos de um filme valoriza e legitima o trabalho realizado nessa fase inicial do processo criativo. E isso é muito importante pois encoraja os profissionais do audiovisual a investirem mais tempo e recursos no processo de desenvolvimento de projetos.

Para mostrar na prática, a importância que os eventos de mercado exercem no desenvolvimento dos projetos audiovisuais, esta pesquisa utiliza

como referência 10 (dez) eventos apresentados por ordem alfabética. Embora todos busquem projetos em desenvolvimento é importante diferenciar os perfis.

QUADRO 1 - Eventos do Mercado Audiovisual utilizados	Cidade/Estado
1. BRLAB	São Paulo/SP
2. DOCSP	São Paulo /SP
3. EXPOCINE	São Paulo /SP
4. FAM – Florianópolis Audiovisual Mercosul	Florianópolis /SC
5. FRAPA – Festival de Roteiro Audiovisual de Porto Alegre	Porto Alegre /RS
6. MATAPI – Mercado Audiovisual do Norte	Manaus /AM
7. MAX SEBRAE	Belo Horizonte / MG
8. NORDESTELAB	Salvador / BA
9. RIO2C	Rio De Janeiro / RJ
10. SAPI – Mercado Audiovisual do Centro-Oeste	Goiânia / GO

Fonte: Da autora

6.1 BRLAB



O BRLAB é uma plataforma de formação que acontece anualmente em São Paulo. O evento conta com formação audiovisual e laboratórios destinados a **profissionais com filmes em fase de desenvolvimento** e em busca de financiamento. Um dos seus objetivos é auxiliar no desenvolvimento criativo e econômico do setor audiovisual entre profissionais de diferentes países.

Com 13 anos de trajetória, o BrLab recebe projetos de toda América Latina, Península Ibérica e Itália e agrega diferentes workshops e encontros internacionais em sua programação, incluindo workshops de desenvolvimento de projetos, coprodução e distribuição, além de várias atividades abertas ao público. (BRLAB, 2023)

Informações descritas no site oficial do BRLAB, como a citação acima, afirmam que workshops de desenvolvimento de projetos, coprodução e distribuição estão entre as atividades realizadas pelo evento. As ações desenvolvidas pelo evento além de auxiliarem no aperfeiçoando dos futuros filmes, ainda potencializam o perfil criativo e executivo dos participantes envolvidos. Dados disponibilizados no site do BRLAB em 2023, mostra que o evento conta com 7 categorias de atividades promovidas que contribuem com o desenvolvimento de diferentes fases dos projetos.

Porém, além do aperfeiçoamento criativo e técnico para obra e seu responsável, a iniciativa também oferece premiações financeiras que são importantes para seu desenvolvimento do projeto, ou para contribuir com o financiamento e contratação de equipe técnica, locações, equipamentos, pós-produção, entre outros aspectos do processo de produção. A atividade em questão que integram a programação do BRLAB são:

6.1.1 BrLab Features

Onde as atividades são direcionadas ao desenvolvimento dos projetos de longa-metragem de ficção selecionados através de inscrições;

6.1.2 Workshop Audience Design

Atividade promovida em parceria com o Projeto Paradiso⁹, que gera debate sobre audiências dos projetos apoiados pela instituição. Os inscritos, são acompanhados por tutores com experiência no mercado nacional e internacional. O perfil dos projetos indicados para participar desta categoria também são longas-metragens de ficção ou animação;

6.1.3 BrLab Rough Cut

É uma oficina de montagem dedicada à fase de pós-produção de longas-metragens de ficção;

⁹ Projeto Paradiso é uma iniciativa filantrópica do Instituto Olga Rabinovich, investe em formação profissional e geração de conhecimento com programas de bolsas e mentorias, além de cursos, seminários e estudos. Focado na internacionalização, o Projeto Paradiso atua por meio de parcerias com instituições de referência no Brasil e no mundo, criando oportunidades para profissionais em diferentes fases da carreira.

6.1.4 BrLab CoPro

A atividade é formada por rodadas de negócios entre projetos e profissionais de diferentes países com interesse em iniciativas de coprodução.

6.1.5 São Paulo Locarno Industry Academy:

Atividade promovida em parceria com o Festival de Locarno focada na formação de profissionais de comercialização;

6.1.6 BrPlot

É um encontro aberto ao público com programação de mesas de debate e palestras voltadas a fase do roteiro e à escrita para o audiovisual em parceria com a Associação Brasileiras de Roteiristas do Audiovisual – ABRA;

6.1.7 Reach

É um encontro com programação aberta focado na reflexão sobre o público de projetos audiovisuais em desenvolvimento.

Por ser de cunho nacional e internacional, algumas atividades promovidas pelo BRLAB acontecem em outros idiomas, então, neste caso, o participante que almeja uma vaga, precisa saber se comunicar em outro idioma como o inglês ou espanhol.

. Em relações as premiações oferecidas pelo evento, destaco especificamente as premiações efetivadas nos anos de 2021 e 2022.

Em 2021 foram 9 premiações distribuídas entre prêmios financeiros, vagas em laboratórios de desenvolvimento, mentorias personalizadas e consultorias em produção executiva e jurídica. Dentre elas, destaco duas em especial que foi o Prêmio de Desenvolvimento Globo Filmes + Vitrine Filmes que consistiu na oferta de investimento no valor de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) ao projeto carioca “Borda do Mundo”, com direção e roteiro de Jô Serfaty, para elaboração do roteiro, sendo R\$ 40.000,00 (quarenta mil) de recursos próprios oferecidos pela Vitrine e R\$ 110.000,00 (cento e dez mil) de recursos oriundos do benefício fiscal da Globo Filmes previsto no Artigo 3º A da Lei 8685/95. E o Prêmio de Distribuição Vitrine Filmes, que concebeu a concessão de distribuição em cinemas e outras mídias no território brasileiro ao

projeto capixaba “Temporada de Fogo”, com direção e roteiro de Cássio Pereira dos Santos. Analisando essas duas situações fica perceptível a importância que um evento de mercado como o BRLAB para os projetos. Graças a premiação do evento uma das produções é contemplada com os serviços de distribuição de uma empresa renomada no cenário audiovisual e outro projeto recebe um aporte financeiro para contemplar uma parte do seu orçamento.

Em 2022, a Vitrine Filmes renova sua parceria com o BrLab, desta vez junto com o selo Manequim, e aumenta o valor do prêmio a ser oferecido. O projeto “O Barco e o Rio”, com direção e roteiro do amazonense Bernardo Ale Abinader foi premiado com a quantia de R\$250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais). O fato de um projeto do Norte do Brasil, ter sido premiado em um evento do centro oeste, chama atenção para a representatividade regional e a importância de valorização e visibilidade às produções audiovisuais dessa região. Esse intercâmbio de diálogo cultural contribui para o enriquecimento cultural e criativo do audiovisual brasileiro.

6.1.8 Premiações BRLAB 2021 e 2022

Quadro 2 – Premiações BRLAB 2021
<p>Prêmio de Desenvolvimento Globo Filmes + Vitrine Filmes</p> <p>Valor do investimento: R\$ 150 mil, sendo R\$40 mil de recursos próprios e R\$ 110 mil através de recursos oriundos do benefício fiscal previsto no Art. 3º-A da Lei 8685/93.¹⁰</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projeto premiado: Borda do Mundo - Brasil/RJ • Direção e Roteiro: Jô Serfaty • Produção: Clarissa Guarilha
<p>Prêmio Distribuição Vitrine Filmes</p> <p>Concedeu a concessão de um prêmio para distribuição em cinemas e outras mídias no território brasileiro, destinado a um projeto participante das atividades do laboratório.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projeto premiado: Temporada de Fogo - Brasil/ES

¹⁰ Lei 8685/93 cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual.

- Direção e Roteiro: Cássio Pereira dos Santos
- Produção: Érika Pereira dos Santos

Prêmio Cinéma en Développement

Estimulou o encontro de profissionais europeus e criadores latino-americanos. Premiou um dos projetos com uma vaga de desenvolvimento no festival.

- Projeto premiado: A Margem Escura do Rio - Brasil/PE
- Direção, Roteiro e Produção: Enock Carvalho e Matheus Farias

Prêmio TFL Next em parceria com Projeto Paradiso

Ofereceu uma vaga a um projeto participante do BrLab nos Workshops de 2022.

- Projeto premiado: Temporada de Fogo - Brasil/ES
- Direção e Roteiro: Cássio Pereira dos Santos

Prêmio Pou Up Film Residency

Oferece mentoria personalizada para projetos em desenvolvimento e oferece a um dos participantes do BrLab uma vaga de residência.

- Projeto Premiado: La Sirena de Monterrey – Argentina/México
- Direção e Roteiro: Marlene Grinberg

Prêmio DAFB de consultoria cinematográfica

DAFB de Consultoria Cinematográfica, que almeja contribuir com o pensamento de aspectos da cinematografia na construção de narrativas audiovisuais desde o desenvolvimento do roteiro.

- Projeto premiado: Tragam-me a cabeça de Orum bomani - Brasil/Ba
- Direção: Ariel Luiz Ferreira

Prêmio C/as4atro

Premia um projeto com quatro horas de consultoria em produção executiva,

- Projeto premiado: Tragam-me a cabeça de Orum Bomani - Brasil/BA
- Direção: Ariel Luiz Ferreira

Prêmio Sanfic Industria

Os projetos contemplados com o Prêmio SANFIC Industria participarão do SANFIC NET: Mesas de negócios, que acontece como parte da programação

- Projeto premiado: Muchachos Bañándose en el Lago - Venezuela/França/Argentina
- Direção e Roteiro: Michael Labarca

Fonte Metro 2021

Quadro 3 – Premiações BRLAB 2022**Prêmio Coprodução Vitrine Filmes**

Prêmio de desenvolvimento a um dos seis projetos brasileiros participantes, que consiste no investimento de R\$ 250.000,00.

- Projeto premiado: O Barco e O Rio - Brasil/Ba

Prêmio Cesnik, Quintino & Salinas

Prêmio de seis horas de assessoria jurídica

Projeto premiado: O Barco e O Rio - Brasil/BA

Prêmio Tfl Next

O vencedor participará do TFL Next – Film Development Online Workshop

- Projeto premiado: Quem Deu Nome À Terra? - Brasil/CE

Prêmio Pop Up Film Residency

Prêmio de residência personalizada de três semanas para o/a roteirista.

- Projeto selecionado: Quem Deu Nome À Terra? - Brasil/CE

Prêmio Cinéma En Développement

O projeto participará do Cinéma em Développement do Festival Rencontres Cinémas d'Amérique Latine de Toulouse, local de encontros entre profissionais da América Latina e da Europa.

- Projeto selecionado: Quem Deu Nome À Terra? - Brasil/CE

PRÊMIO THE KIDS KINO INDUSTRY PITCH

Oferecido pelo Kino Kids Industry a um dos projetos de longa-metragem para o público infantil, o vencedor terá a oportunidade de apresentar um pitching no Kids Kino Industry 2023, em Varsóvia, na Polônia.

Hannah Y La Maravillosa Historia De La Criatura Aimar – Chile/Costa Rica

Fonte: BRLAB 2023

6.2 DOC SP



O DocSP, é um encontro internacional de documentário com atividades de capacitação, mercado e exibição. Um espaço para fomentar a reflexão sobre as novas narrativas do cinema documental e criar pontes com o mercado. Como o nome já diz, este é um **evento voltado especificamente para documentários** e em

2023 será realizado a 9ª edição. Seminários, laboratórios, atividades de mercado e exibição de filmes fazem parte da programação do evento. Os laboratórios atuam como espaços criativos para trabalhar projetos em fase de desenvolvimento e pós-produção. As atividades acontecem junto aos tutores, com o objetivo de fortalecer as propostas narrativas e o acesso ao mercado. São 4 laboratórios ao todo:

7.2.1 LAB AFIRMATIVAS

O laboratório estimula o pensamento crítico dos participantes afim de compreender a dimensão temática e criativa da produção. Além disso, também promove reflexões dentro e fora dos filmes, em relação a maneira como eles se relacionam com o mundo e seu posicionamento no mercado.

LAB AFIRMATIVA Criado para aprofundar o desenvolvimento de projetos que trazem a afirmação de identidade, seja através das narrativas ou dos corpos que a criam. (DOCSP, 2023)

7.2.2 DOC IMPACTO

A atividade de participação gratuita, acontece mediante seleção. Os selecionados têm a oportunidade de estudar casos de outros projetos de impacto e trabalhar no desenvolvimento e execução de campanhas de impacto dos próprios projetos aos quais estão envolvidos. Participar de uma atividade como esta é interessante para pensar a fase de comunicação e distribuição de impacto dos projetos que buscam mudanças positivas na sociedade.

7.2.3 DOC LAB

Esta atividade propõe um caminho de treinamento especialmente para projetos de documentário em desenvolvimento ou work in progress¹¹ com o objetivo de potencializar as possibilidades criativas e oferecer oportunidades para seu posicionamento no mercado internacional. Nesta categoria, além de receber treinamento especializado os projetos selecionados já estão selecionados para participarem nas Rodadas de Negócios. Neste caso, para efetivação das vagas é necessário realizar o pagamento da inscrição para as Rodadas.

7.2.4 ROUGH CUT LAB

Já esta categoria, é direcionada aos filmes em fase de pós-produção. Os projetos aprovados, terão sessões de consultoria dos cortes enviados e terão a oportunidade de ao longo do encontro discutir o papel do editor e metodologias de trabalho. Ou seja, este é um Laboratório específico para a montagem de filmes de documentário.

7.3 EXPOCINE



A EXPOCINE é convenção latino-americana direcionada para a indústria do cinema e do audiovisual e em 2023 chega a sua 10ª edição. O evento surgiu em 2014 e desde então tem promovido grandes encontros que estimulam a capacitação e desenvolvimento do cinema. Sua programação conta com cursos, painéis e palestras, apresentações de distribuidoras, pitchings e feira de negócios com apresentação de produtos, serviços e tecnologia para a indústria.

¹¹ Work in progress, termo em inglês que significa trabalho em progresso.

A EXPOCINE surgiu de uma necessidade do mercado de reunir os players dos segmentos de distribuição e exibição com os seus fornecedores de tecnologias, produtos e serviços. Os eventos já existentes giravam em torno da apresentação dos próximos lançamentos dos estúdios aos exibidores. Mas faltava uma convenção onde fosse possível tratar de todas as questões que giram em torno deste mercado, suas particularidades e desafios. (EXPOCINE, 2023)

Como descrito na citação acima, a EXPOCINE é voltada a **projetos direcionados a fase de distribuição e exibição**. O evento conta com o recurso de tradução simultânea para inglês e espanhol, para atender a crescente parcela de estrangeiro que visitam o evento e também conta com cursos, painéis e palestras, apresentações de distribuidoras, pitchings o perfil dos projetos indicados para este evento de mercado são os que já possuam produtoras e outros parceiros envolvidos. O evento também conta premiações.

6.4 FAM – FLORIANÓPOLIS AUDIOVISUAL MERCOSUL



O Florianópolis Audiovisual Mercosul – FAM, é um encontro de Coprodução do Mercosul que reúne produtores e players desde 1997 e atua como o objetivo de

fomentar a formação de público, e viabilizar o debate de temas da plataforma audiovisual. O evento com próprio nome já indica, acontece em Florianópolis, Santa Catarina e em 2023, o evento acontece de 21 a 27 de setembro e completa sua 27ª edição. Sua programação conta com oito mostras competitivas, evento de mercado e atividades formativas. **Produções de diversos formatos** audiovisuais como curtas e longas-metragens, documentários, videoclipes, filmes infanto-juvenis, filmes que ainda estão em processo de finalização estão aptos a participar.

O FAM, é um evento focado no trabalho de difusão cultural de obras que integram a cinematografia do Brasil e do Mercosul. As atividades promovidas auxiliam na contribuição da formação de público através do acesso gratuito. Além de contribuir com a difusão de obras inéditas e viabilizar o debate de temas da plataforma audiovisual, o evento também estimula a participação de cineastas, diretores e produtores do mercado audiovisual que atuam no Brasil e nos países do Mercosul. Um diferencial do FAM em relação aos outros eventos

já mencionados é que após as sessões de filmes convidados, há momentos de debate entre os convidados e representantes das produções. Em relação a premiação, a deste evento é física, por meio de um troféu.

6.5 FRAPA



O FRAPA, Festival de Roteiro Audiovisual de Porto Alegre, é o primeiro festival de cinema do Brasil e da América Latina **focado especialmente em roteiro e em roteiristas**. Atividades como workshops, rodadas de negócios, concursos de roteiros, pitchings e mesas de debates fazem parte da sua programação. Porém, o que diferencia o FRAPA dos demais eventos é que ele atua como uma vitrine para divulgação e reconhecimento de roteiristas.

Através dos concursos de roteiro, argumento e do FRAPALAB o evento auxilia diretamente no desenvolvimento criativo e escrito das produções. Os projetos indicados a participarem deste evento são os projetos em fase de desenvolvimento, para que possa haver uma avaliação de profissionais do mercado em relação a qualidade do argumento e roteiro escrito. Projetos em fase de pré-produção também são indicados.

Entre as atividades que compõem o FRAPA destacam-se:

6.5.1 CONCURSO DE ROTEIRO

Direcionado aos roteiros de ficção ainda não produzidos. São duas categorias: longa-metragem e piloto de série. Segundo dados retirados do próprio site do FRAPA, em 2023, as premiações oferecidas ao roteiristas são:

CATEGORIA LONGA-METRAGEM: Prêmio Paradiso de R\$ 5.000, que pode ser investido em formação ou desenvolvimento, oferecido pelo Projeto Paradiso. O/a vencedor/a da categoria Longa-Metragem irá integrar a Rede Paradiso de Talentos, que reúne profissionais de destaque do audiovisual brasileiro.

CATEGORIA PILOTO DE SÉRIE: Mentoria com a roteirista Paula Knudsen. A mentoria consiste na leitura do roteiro e realização de três reuniões de até 1h30min, agendadas num período de 6 meses a partir da realização do Festival.

FINALISTAS:

- uma vaga para participação no 5º FRAPA[LAB];
- uma credencial para o 11º FRAPA;
- uma bolsa integral para um dos cursos da plataforma b_arco on;
- 90 dias de assinatura grátis da MUBI;
- uma análise de público e tendências, oferecida pela Zordon Analytics¹²;

SEMIFINALISTAS:

- encontro exclusivo com a Netflix;
- uma licença de 1 ano do Writer Duet;
- uma vaga para a palestra "Tendências para o audiovisual brasileiro: temas que ainda não chegaram nas telas", oferecida pela Zordon Analytics.

6.5.2 CONCURSO DE ARGUMENTO

Concurso voltado para argumentos de longa-metragem de ficção ainda não produzidos. Dados publicado no site do evento, mostram que entre os prêmios disponibilizados aos projetos em 2023, o/a vencedor/a será contemplado com uma vaga no FRAPA[LAB], laboratório de roteiros do FRAPA, na edição de 2024, caso o roteiro esteja desenvolvido até a data da seleção.

Em relação as demais premiações, terá:

- prêmio em dinheiro de R\$ 5.000, oferecido pela Conspiração;
- uma semestralidade de gratuidade como associado/a da ABRA (Associação Brasileira de Autores Roteiristas);
- uma bolsa (no valor de R\$ 380 a R\$ 450) para um dos cursos de curta duração ao vivo do b_arco¹³;
- uma análise de público, tendências e espaço de mercado a partir do argumento e referências, oferecida pela Zordon Analytics;
- um kit com uma Alexa + um Fire TV Stick;
- uma assinatura VIP de seis meses da MUBI + ecobag;

¹² Zordon Analytics, uma empresa de análise de dados voltada para o audiovisual brasileiro

¹³ b_arco, plataforma que oferece cursos nas áreas de audiovisual, literatura, artes visuais, artes cênicas e pensamento contemporâneo

- um exemplar do livro "Três roteiros: O Som ao Redor, Aquarius, Bacurau", de Kleber Mendonça Filho, oferecido pela Companhia das Letras;
- troféu.

6.5.3 FRAPA (LAB)

Laboratório que reúne um grupo de autores/as para terem a oportunidade de discutir seus projetos e os dos/das demais participantes. Consultores de renome do mercado nacional e internacional, também participam das atividades promovendo uma troca de experiências e formação especialmente preparadas para este encontro.

6.5. 4 RODADAS DE NEGÓCIOS

Além das atividades formativas direcionadas aos roteiristas, o FRAPA também com as rodadas de negócios que estimulam a aproximação entre criativos e executivos.

Vale destacar que como especificado na Figura 3 abaixo, para ter acesso ao evento e as atividades do FRAPA, é necessário fazer um credenciamento prévio. Além do valor pago no credenciamento, também há outros encargos para participar das rodadas de negócios e concurso.

<p style="text-align: center;">CREDENCIAL</p> <p style="text-align: center;">R\$ 570,00* /pessoa</p> <p>* Lote 2 - De 19/jun até 26/set - R\$ 570,00 Lote 3 - De 27/set até 01/nov - R\$ 680,00</p> <p>10% de desconto para associados/as da ABRA(*)</p>	<p style="text-align: center;">RODADA DE NEGÓCIOS</p> <p style="text-align: center;">PROJETO AVULSO</p> <p style="text-align: center;">R\$ 150,00* /projeto</p> <p>* Lote 3 - De 6/jun até 12/jun - R\$ 150,00 (20 players) Lote 3 - De 6/jun até 12/jun - R\$ 230,00 (40 players)</p>
<p style="text-align: center;">CONCURSO DE ROTEIROS</p> <p style="text-align: center;">ROTEIRO AVULSO</p> <p style="text-align: center;">R\$ 210,00* /projeto</p> <p>10% de desconto para associados/as da ABRA(*)</p> <p style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/> Concurso de Roteiros</p>	<p style="text-align: center;">CONCURSO DE ARGUMENTOS</p> <p style="text-align: center;">ARGUMENTO AVULSO</p> <p style="text-align: center;">R\$ 150,00* /argumento</p> <p>10% de desconto para associados/as da ABRA(*)</p> <p style="text-align: center;"><input checked="" type="checkbox"/> Concurso de Argumentos</p>

Figura 3 Valores das inscrições. Fonte: Site oficial do FRAPA 2023

Para roteiristas que desejam se inserir no mercado de mercado ou viver na prática a experiência de troca de experiências com outros profissionais do audiovisual, o FRAPA é uma experiência enriquecedora. Neste evento em específico, nas rodadas de negócios, muitos players, estão interessados em conhecer os talentos por trás dos projetos.

6.6. MATAPI – Mercado Audiovisual do Norte



Norte do Brasil um evento de mercado de mercado que se destaca é o MATAPI. O evento acontece em Manaus e tem como pilares a conexão

entre realizadores, produtores, executivos e players.

A Conferência Matapi – Mercado Audiovisual do Norte, segue o modelo tradicional de eventos de mercado com realização de rodada de negócios, pitchings, consultorias jurídicas, entre outras atividades.

O evento conta com o apoio do Governo do Amazonas, por meio da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa, do Fiinsa e da Casa Ninja Amazônia, surgiu em 2018 e depois de duas edições presenciais, migrou em 2020 para o formato online decorrente da pandemia. Realizado pela Leão do Norte Produções.

O evento contribuiu para a discussão da cadeia produtiva que forma o mercado audiovisual local, e trabalha na capacitação de profissionais, além é claro, da geração de novas oportunidades ao conectar projetos da região Amazônica. O Matapi – Mercado Audiovisual do Norte é feito sobretudo para trazer a representatividade amazônica para o mercado audiovisual para todo o país. Com as atividades online, o evento agrega a participação do público de outros estados que não precisam se deslocar até o norte do país para poder participar das atividades propostas.

Até o momento, não foi divulgado a data do evento no ano de 2023.

6.7 MAX – MINAS GERAIS AUDIOVISUAL EXPO



No Sudeste, destaca-se em Minas Gerais a MAX SEBRAE, o maior evento de Minas Gerais com foco no mercado audiovisual. Em 2023, o evento completa 8 anos de atuação. Sua programação conta com Rodada de Negócios, palestras, debates e painéis sobre negócios, políticas públicas, novas tecnologias e tendências ligadas ao audiovisual.

O perfil do projeto destinado a participar das atividades é variado, há espaço **tanto para os projetos em fase de desenvolvimento, quanto para os projetos em fases mais avançadas** que podem aperfeiçoar sua construção através das rodadas de negócios e pitching.

6.8 NORDESTELAB



Já no Nordeste, destaca-se o NORDESTELAB, o evento sediado em Salvador é uma plataforma de articulação e fomento que estimula o desenvolvimento do setor audiovisual no Brasil. Realizado pelo Laboratório Audiovisual e com a coprodução da Janela do Mundo, o projeto acontece anualmente desde 2015 em Salvador e é o maior do mercado audiovisual do Brasil afastado do eixo Rio-São Paulo. Dentre as atividades promovidas destacam-se a promoção de atividades formativas como laboratórios de desenvolvimento de projetos, pitching, debates e rodadas de negócios para públicos diversos, envolvendo profissionais, estudantes e demais interessados na área audiovisual.

Desde seu lançamento o evento acontecia exclusivamente de forma presencial, porém, com o advento da pandemia da Covid-19 teve sua primeira edição online em 2020 e deu seguimento ao mesmo formato em 2021 com atividades voltadas para profissionais e estudantes, como laboratórios, ateliês, rodadas de negócios, além de mesas e debates.

Em 2022 o evento não aconteceu e até o presente momento, ainda não foi anunciada a edição de 2023.

6.9 RIO2C



Na região Sudeste, destaca-se no Rio de Janeiro o RIO2C – Rio *Creative Conference* o maior encontro de criatividade da América Latina que impulsiona a indústria criativa e oferece oportunidades para profissionais que estão em busca de negócios e networking, através das rodadas de negócios, pitchings e mentorias. O evento destinado à indústria audiovisual surgiu em 2012 como um dobramento do Rio Content Market.

O evento acontece ao longo de 6 dias e em sua edição mais recente em 2023, contou com 11 palcos. Além das rodadas de negócios e pitchings de Audiovisual, o evento agregou temáticas direcionadas a Startup, Música, Editorial e Criação.



Figura 4 Dados do RIO23. Fonte: Site oficial RIO2C

Dados disponibilizados no site do evento, confirmam que em 2023, 41.442 mil pessoas estiveram presente no evento. Outros números importantes sobre o evento também foram disponibilizados, como mostra a Figura 4. Foram mais de 1.162 palestrantes, mais de 1.500 empresas envolvidas no evento e mais de 1.033 reuniões em rodadas de negócios e 1.060 inscrições de pitchings.

6.10 SAPI – Mercado Audiovisual do Centro Oeste



mercado
audiovisual
do centro-oeste

O último evento de mercado analisado nesta pesquisa acontece no Centro-Oeste do Brasil. O SAPI é uma plataforma de conexão e difusão do audiovisual formada por rodadas de negócios, palestras, estudos de casos e oficinas formativas. O evento surgiu em 2014 e desde então acolhe e fomenta discussão

não apenas no centro-oeste, mas também de toda a região do CONNE¹⁴ - Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

O SAPI abre espaços para produtores audiovisuais de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal apresentarem seus projetos ou produtos finalizados para distribuidores, exibidores ou produtoras de alcance nacional. As rodadas de negócios estimulam o desenvolvimento e facilitam o acesso, já que neste caso, as rodadas acontecem de forma virtual.

8. PERFIL DO EVENTOS

BRLAB	Destinado a filmes de longa-metragem em fase de desenvolvimento e financiamento e à capacitação de profissionais do audiovisual.
DOCSP	Focado exclusivamente em projetos de documentário. Conta com atividades de capacitação, mercado e exibição.
EXPOCINE	Voltado à indústria cinematográfica, reúne os segmentos de exibição, distribuição e produção audiovisual.
FAM – Florianópolis Audiovisual Mercosul	Estimula a formação de público, difunde obras inéditas, viabiliza debates e rodadas de negócio.
FRAPA – Festival de Roteiro Audiovisual de Porto Alegre	Foca no aperfeiçoamento de Roteiristas e projetos de ficção e documentário.
MATAPI – Mercado Audiovisual do Norte	Formado por oficinas preparatórias de capacitação para os realizadores/produtores no estado do Amazonas e na região do CONNE.
MAX SEBRAE	Oferece aos produtores independentes a chance de apresentar seus projetos de ficção e documentário, em diferentes estágios a grandes players do setor.
NORDESTELAB	Plataforma de articulação para fortalecimento do setor audiovisual brasileiro.

¹⁴ CONNE, Conexão Audiovisual Centro-Oeste, Norte, Nordeste, é uma entidade criada em 2017, formada por empresas produtoras e por profissionais do audiovisual dos 19 estados dessas três regiões brasileiras, além do Distrito Federal.

RIO2C	Reúne grandes nomes do mercado audiovisual, de música e de inovação.
SAPI – Mercado Audiovisual do Centro-Oeste	Plataforma de conexão e difusão do audiovisual.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando os eventos descritos nota-se uma semelhança de atividades, a grande maioria dos eventos possuem, rodadas de negócios, que promovem o contato direto entre os representantes dos projetos e os executivos, e a ocorrência de laboratórios que contribuem com a formação do profissional. Os laboratórios são ministrados por profissionais renomados que compartilham seus conhecimentos e experiências ao longo dos encontros e servem como porta de entrada para a carreira de muitos roteiristas, editores, produtores entre outros profissionais que através do processo de imersão conseguem estabelecer um espaço de troca com os outros profissionais.

“Acredito que uma boa liderança pode ajudar pessoas criativas a permanecer no caminho para a excelência, não importando o negócio em que elas estão.” (CATMULL. 2014, p.12)

O caminho da excelência citado por Edwin Catmull¹⁵ na citação acima, faz parte de um processo de construção de referências e vivências que ampliam o repertório do criador. É muito importante analisar qual laboratório é ideal para cada projeto e seu estágio no mercado. Bem como, quais os eventos do mercado audiovisual atendem aos objetivos de cada perfil. Desta forma, será possível como aproveitar o melhor de cada um deles.

No caso do BRLAB, por exemplo, projetos mais estabelecidos e consistentes em termos de produção tem mais chances. Diferente do FRAPA que prioriza aperfeiçoar as potencialidades de cada história através dos roteiros e formação dos seus roteiristas. Já a EXPOCINE por exemplo, é direcionada aos projetos em fase de distribuição. Diferente do DOCSP que abre espaço

¹⁵ Edwin Catmull, cientista da computação gráfica e presidente da Pixar e Walt Disney Animation Studios.

especificamente aos projetos de documentário e ainda agrega atividade direcionadas exclusivamente a fase de montagem.

Esses são só alguns dos 10 eventos existentes no país, porém, há muitos outros, que também estimulam o desenvolvimento de produções em diferentes etapas. Participar desses eventos é fundamental para construção da carreira dos projetos audiovisuais em diferentes formatos.

10. CONCLUSÕES

Ao longo dos capítulos apresentados, foi possível compreender a importância dos eventos de mercado no setor audiovisual e sua relevância no desenvolvimento de projetos e profissionais. Esses espaços privilegiados se tornam verdadeiras vitrines, permitindo que criadores, produtores, empresários e negociantes estejam por dentro das inovações do setor, aprendam com outras empresas e mantenham-se competitivos no mercado.

Os eventos de mercado, como o BRLAB, DOCSP, EXPOCINE, FAM – Florianópolis Audiovisual Mercosul, FRAPA – Festival de Roteiro Audiovisual de Porto Alegre, MATAPI – Mercado Audiovisual do Norte, MAX SEBRAE, NORDESTELAB, RIO2C e SAPI – Mercado Audiovisual do Centro-Oeste, desempenham um papel fundamental no crescimento artístico, técnico e econômico das produções audiovisuais. Além de promoverem encontros entre compradores e vendedores, esses eventos oferecem uma variedade de atividades formativas, laboratórios, workshops e rodadas de negócios. Através dessas atividades, os participantes têm a oportunidade não apenas de aprimorar suas habilidades e conhecimentos, mas também de estabelecer conexões valiosas com criadores, produtores e executivos do setor audiovisual. Essas conexões podem levar à criação de alianças estratégicas, coproduções e parcerias de longo prazo.

É interessante destacar que, durante muito tempo, a etapa de desenvolvimento dos projetos audiovisuais não era considerada parte integrante do trabalho. No entanto, resoluções como a do INCAA, que reconheceu os custos de desenvolvimento como parte dos custos de um filme, trouxeram clareza e transparência ao processo de financiamento e produção. Isso valoriza o trabalho realizado nessa fase inicial do processo criativo e encoraja os profissionais do audiovisual a investirem mais tempo e recursos no

desenvolvimento de projetos. A partir desse reconhecimento, os eventos de mercado passaram a desempenhar um papel ainda mais relevante, proporcionando não apenas oportunidades de negócios, mas também suporte e formação para os projetos em fase de desenvolvimento.

Os eventos de mercado, mencionados nesta pesquisa, vão além do aperfeiçoamento criativo e técnico. Eles oferecem premiações financeiras que contribuem para o desenvolvimento dos projetos e auxiliam no financiamento e na contratação de equipe técnica, locações, equipamentos e pós-produção. Essas premiações agregam um diferencial às obras, proporcionando visibilidade e possibilitando parcerias estratégicas com distribuidores, agentes de vendas e outros profissionais do setor. Além disso, os eventos de mercado possibilitam a participação em laboratórios de desenvolvimento, consultorias especializadas e programas de mentorias, que são essenciais para o aprimoramento dos projetos e o desenvolvimento das habilidades dos profissionais envolvidos.

É notável também o papel dos eventos de mercado na promoção da diversidade regional e cultural. Ao atrair projetos e profissionais de diferentes países, regiões e realidades, esses eventos promovem o intercâmbio cultural e criativo, permitindo o diálogo entre diversas perspectivas e experiências.

A representatividade regional ganha destaque, como evidenciado pelo projeto “O Barco e o Rio” que conta com um diretor do Norte do Brasil e uma produtora Baiana, premiados no BRLAB, destacando a importância da valorização e visibilidade das produções audiovisuais de diferentes partes do país. Esse intercâmbio enriquece o audiovisual brasileiro como um todo, fortalecendo a indústria e fomentando a produção de conteúdos diversos que reflitam a riqueza cultural do país.

Em suma, os eventos de mercado desempenham um papel crucial no desenvolvimento e fortalecimento do setor audiovisual. Eles são vitrines para profissionais e projetos, oferecem oportunidades de aprendizado, financiamento e distribuição, além de promoverem a interação entre diferentes agentes da indústria. Esses espaços são fundamentais para impulsionar o crescimento e a valorização das produções audiovisuais, contribuindo para a construção de uma indústria criativa e próspera. Com sua diversidade de atividades e ações, os eventos de mercado se consolidam como impulsionadores do desenvolvimento e colaboradores no avanço do setor audiovisual, estimulando a inovação, o

networking e a formação de parcerias estratégicas que impulsionam a indústria para um futuro promissor.

De certo, me debruçar sobre esta pesquisa foi fundamental não apenas para me auxiliar no processo de formação acadêmica, mas também para elaboração de um material teórico e prático importante que auxiliará pessoas de diversos perfis a terem conhecimento sobre a importância dos eventos do mercado para o desenvolvimento de projetos audiovisuais. Este trabalho, propõem a informar de forma didática e direta os caminhos das pedras, auxiliando criadores e executivos ainda pouco experientes a terem reuniões exitosas em rodadas de negócios e prepararem seus projetos de forma assertiva para pleitearem uma vaga nos laboratórios dos eventos citados.

10. REFERÊNCIAS

ARONSON, Linda. Television writing: **The ground rules of series, serials and sitcom**. Sydney: Australian Film Television and Radio School (AFTRS), 2000.

BRIGLIA, T. M., REIS JÚNIOR, D. A. S., PIANTAVINHA, T. M. B. S., and BARRETO, B .M. V. B. Pós-Produção. In: **Programe-se: uma proposta de experimentação transmídia [online]**. Ilhéus, BA: Editus, 2018, pp. 88-117. ISBN 978-85-7455-531-7.

CABO, SIMONE TERRA. **A relação das produtoras de audiovisual com o mercado para captação de recursos e oferta de product placement e branded content**. Rio de Janeiro: 2018.

CARDÔSO, C., and ORTEGA, R., transl. TESO, P. **Desenvolvimento de projetos audiovisuais: pela Metodologia DPA [online]**. Ilhéus, BA: Editus, 2016, 334 p. ISBN 978-85-7455-448-8. Available from SciELO Books

CATMULL, ED com Amy Wallace. **Criatividade S.A. Superando As Forças Invisíveis Que Ficam No Caminho Da Verdadeira Inspiração**: Rio de Janeiro: ROCCO, 2014

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro / Doc Comparato** – Ed. rev. e atualizada, com exercícios práticos. – Rio de Janeiro: Rocco, 1995

ISRAEL, D.; CONTE , D.; PINHEIRO, C. M. P. **Criadores e Compradores no Audiovisual Brasileiro**. *Contribuciones A Las Ciencias Sociales, [S. l.]*, v. 13, n. 10, 2023. Disponível em:
<<https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index.php/clcs/article/view/173>>.
Acessado em: 15 nov de 2022.

NUNES, Lia; MORAES, Marcos Ribeiro de. **Guia Audiovisual Volume 2 - Gestão do Produtor Audiovisual**. São Paulo: APRO, 2015.

SEBRAE. **Como funcionam as rodadas de negócios** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-funcionam-as-rodadas-de-negocios,bb95af40c74e5810VgnVCM1000001b00320aRCRD> Acesso em: 01 mai. de 2023

VOMERO, Renta. **BRLAB anuncia premiados da edição 2021. EXIBIDOR, 2021.** Disponível em <https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/12298-brlab-anuncia-premiados-da-edicao-2021>>_Acessado em 15 jun. 2023.

XAVIER, Ismail. **Alegorias do subdesenvolvimento: cinema novo, tropicalismo, cinema marginal.** . São Paulo: Cosac Naify, 2012 . Acesso em: 10 jun. 2023.
<https://www.eumed.net/rev/cccss/2020/10/audiovisual-brasileiro.html>

XAVIER, Ismail. **O cinema brasileiro moderno/ Ismail Xavier.** – São Paulo: Paz e Terra, 2001. (Coleção Leitura).

“Quando a inspiração chegar, vai me encontrar trabalhando”.

– Pablo Picasso