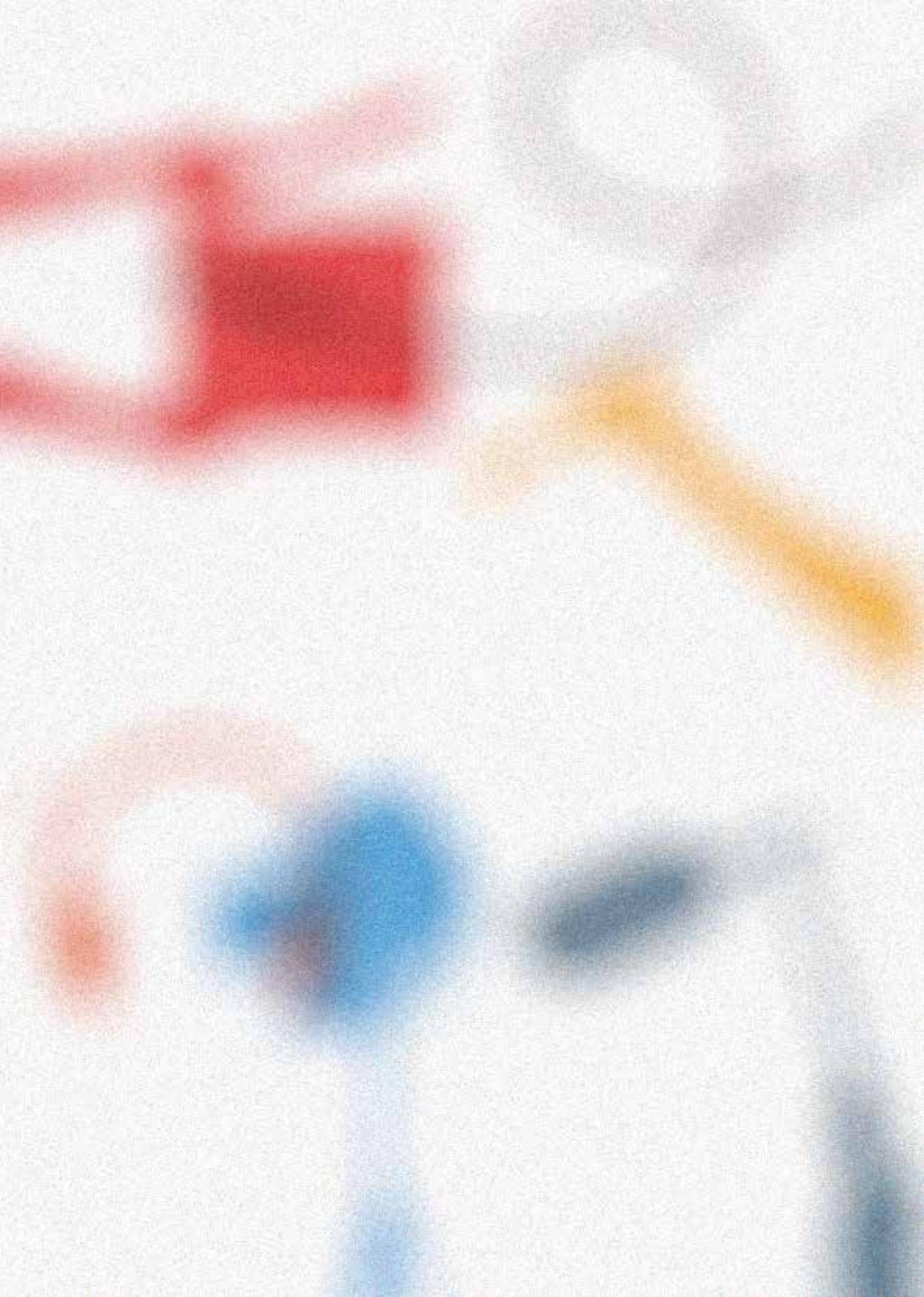




NOS BASTIDORES:  
**CRIATIVIDADE E INVESTIMENTO  
PARA A AMÉRICA LATINA  
E NO CARIBE**

Lições aprendidas em uma conversa  
com os principais representantes  
do setor audiovisual





## ÍNDICE

### P. 04 UN CONVERSATORIO REGIONAL: NOTAS SOBRE NUESTRA METODOLOGÍA

### P. 07 SUMÁRIO EXECUTIVO

#### PREFÁCIO

### P. 09 CONTEÚDO AUDIOVISUAL: O CAPITAL DA ECONOMIA DIGITAL

- P. 11 Luzes, câmera, introdução  
P. 16 Box. Alguns anúncios recentes de investimentos na produção de conteúdo local

#### PARTE I

### P. 20 MODELOS CONSAGRADOS E NOVOS RUMOS DO AUDIOVISUAL: DA DIGITALIZAÇÃO DA INDÚSTRIA À ASCENSÃO DO STREAMING

- P. 21 Parênteses histórico: um século audiovisual  
P. 22 A ascensão da televisão  
P. 23 O streaming entra em cena

#### CAPÍTULO 1

### P. 28 AS REGRAS DO JOGO AUDIOVISUAL MUDAM PARA OS GIGANTES DA INDÚSTRIA

- P. 31 México: uma nova Era de Ouro?  
P. 34 "O México tem qualidade, variedade, preço e indústria"  
P. 37 A Colômbia emerge como potência audiovisual  
P. 40 O que são incentivos cinematográficos?  
P. 44 Brasil: uma grande indústria que segue novos rumos  
P. 48 Brasil: as vozes à margem ganham destaque  
P. 50 Argentina: liberando o potencial  
P. 52 Chile: das coisas boas, um pouco?  
P. 55 Capital de risco para a indústria audiovisual  
P. 56 América Latina e Caribe no Oscar

#### CAPÍTULO 2

### P. 60 NOVOS CENTROS EMERGENTES, NOVAS OPORTUNIDADES

- P. 62 Da praia para a tela: a República Dominicana não quer apenas oferecer serviços, mas consolidar uma indústria  
P. 64 Córdoba e Mendoza querem lembrar ao mundo que existe uma indústria audiovisual nacional além de Buenos Aires  
P. 66 O caso do Uruguai: uma oferta que supera a demanda e outros problemas invejáveis, mas urgentes  
P. 68 Perú, Ecuador, Bolívia: la región andina es una zona emergente  
P. 71 Começa o boom no Panamá: o Festival Internacional de Cinema do Panamá (Festival Internacional de Cine de Panamá – IFF), uma janela de oportunidades  
P. 74 Audiovisual da América Central: El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicarágua, Costa Rica  
P. 77 A animação não é brincadeira de criança, mas uma indústria com enorme potencial: uma viagem pelo México, Brasil e Peru  
P. 81 No Paraguai, o cinema alça voo

#### PARTE II

### P. 82 A PRIORIDADE EM COMUM: INVESTIR EM CAPITAL HUMANO

#### CAPÍTULO 3

### P. 83 COMPETÊNCIAS DA FORÇA DE TRABALHO PARA A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE

- P. 84 Pensamento crítico, perseverança e curiosidade. As habilidades humanas pesam mais do que nunca no século da automação  
P. 93 Do artístico ao técnico: *above the line* e *below the line*  
P. 96 Quais são as grandes necessidades e desafios que os produtores audiovisuais enfrentam na América Latina e no Caribe? Uma pesquisa na indústria (Olsberg SPI)  
P. 116 Experiências da Organização dos Estados Ibero-americanos  
P. 119 Programa Ibermedia  
P. 120 Conversa com a Federação Ibero-Americana de Produtores Cinematográficos e Audiovisuais (Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales – FIPCA)

#### CAPÍTULO 4

### P. 123 OS EMPREGOS EM DEMANDA NA INDÚSTRIA

- P. 124 O futuro *below the line*. Conversa com um engenheiro de som, uma diretora de arte e um especialista em equipamentos de cinema  
P. 126 Somos a potência literária, então por que é tão difícil encontrar roteiristas na América Latina?  
P. 129 Desenhando a realidade: os efeitos visuais (VFX) são um setor em crescimento  
P. 132 "Por que não ensinar as crianças da vizinhança?" Como saltar da Guatemala para Hollywood e de volta para a Guatemala  
P. 134 A tecnologia usada em videogames está mudando a maneira como os filmes de Hollywood são feitos  
P. 135 Um filósofo, uma cineasta, um chefe de cozinha, um assistente jurídico, uma profissional de relações públicas: o trabalho do produtor na América Latina é multidisciplinar

#### PARTE III

### P. 137 IMPLICAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

#### CAPÍTULO 5

### P. 138 A TELA COMO ESPELHO

- P. 140 Amplificar as vozes: conversa com mulheres do mundo audiovisual na América Latina  
P. 143 Boas práticas e espaços de formação: diversidade, inclusão e capacitação  
P. 147 Aprendizados e rotas a serem exploradas

### P. 149 AGRADECIMENTOS

### P. 152 REFERENCIAS

UMA CONVERSA  
REGIONAL:

# OBSERVAÇÕES SOBRE NOSSA METODOLOGIA



Este documento é baseado em uma metodologia híbrida que combina pesquisas de fontes primárias e secundárias: portais de dados abertos, relatórios publicados por governos nacionais e pelo setor privado, bibliografia acadêmica, comunicados de imprensa, fontes jornalísticas e entrevistas em profundidade com quase cem dos principais agentes da indústria audiovisual latino-americana: produtores, formuladores de políticas públicas, colaboradores, investidores, roteiristas, diretores de empresas, executivos de empresas de entretenimento, pesquisadores e equipes técnicas da região. Além disso, foram incorporados os resultados de uma pesquisa focada nas necessidades específicas da indústria no que diz respeito à formação do capital humano e às competências da força de trabalho para identificar as habilidades técnicas – que no jargão da indústria são conhecidas como o setor below the line – que precisam ser desenvolvidas em nossa região. A pesquisa foi elaborada e implementada pela consultoria independente Olsberg SPI.

## AUTOR

**DIEGO OLAVARRÍA**

— *Autor principal e pesquisador*

Diego Olavarría é escritor e pesquisador. Em 2015, recebeu o Prêmio Nacional de Crônica Jovem Ricardo Garibay e em 2020 recebeu o Prêmio Nacional de Crônica Literária Carlos Montemayor, ambos no México. É autor dos livros *El paralelo etíope* e *História do nosso futuro*, um projeto de pesquisa desenvolvido em conjunto com o Fundo Mexicano para Conservação da Natureza. Suas pesquisas jornalísticas o levaram a uma dezena de países, incluindo Venezuela, Cuba, Etiópia e Filipinas. Desde 2017, colabora com o Banco Interamericano de Desenvolvimento contando histórias relacionadas ao mundo das indústrias cultural e criativa.



## COAUTORAS

**ALEJANDRA LUZARDO**

— *Especialista líder em Inovação e Criatividade  
Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)*

Alejandra Luzardo é líder estratégica em Inovação e Criatividade do BID, onde dirige iniciativas nas indústrias cultural e criativa, o empreendedorismo criativo e as novas tecnologias. Também coordena pesquisa, elaboração, execução e avaliação de projetos nos setores da Economia Criativa (“Economia Laranja”). Atualmente, articula o diálogo de políticas para o setor da economia criativa com um eixo intersetorial para aumentar sua contribuição para o emprego e a reativação econômica da América Latina e do Caribe. Liderou a criação da *Idear Soluciones* (Demand Solutions), um modelo de negócios que aplica lógica empresarial e abordagens criativas para tratar de questões como saúde, transporte, energia e segurança dos cidadãos. Seu trabalho abarca diferentes áreas da indústria do entretenimento e tecnologias disruptivas, construindo soluções de tecnologia on-line através de uma variedade de organizações internacionais. É membro-fundadora da *Prodisegno*, *Escuela de Comunicación Visual y Diseño* de Caracas, na Venezuela, e tem mestrado em Comunicação e Produção Cinematográfica pela American University, de Washington DC.

**MERCEDES MATEO DÍAZ**

— *Chefe da Divisão de Educação  
Banco Interamericano de Desenvolvimento*

Mercedes Mateo Díaz é chefe da Divisão de Educação do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), onde lidera uma equipe de especialistas e profissionais para apoiar a transformação dos sistemas educacionais na América Latina e no Caribe. Promoveu uma ampla aliança regional com mais de 40 parceiros dos setores público e privado para repensar a educação e fortalecer os ecossistemas de ensino. Seu trabalho abrange diferentes áreas da política social, com ênfase na desigualdade. Coordenou a pesquisa, elaboração, execução e avaliação de projetos inovadores em educação. Também realizou contribuições nas áreas de reforma institucional, participação de mulheres no mercado de trabalho, educação para primeira infância e políticas de cuidado infantil, desenvolvimento de competências sociais (soft skills) e coesão social. Possui doutorado em Ciência Política pela Universidade de Leuven. Em 2004, foi pesquisadora do Fundo Belga para Pesquisa Científica (FNRS) e até 2007 trabalhou como pesquisadora honorária na mesma instituição. De 2002 a 2004, foi pesquisadora de Pós-Doutorado Marie Curie no Centro Robert Schumann do European University Institute. Schumann del Instituto Universitario Europeo.

## ASSISTÊNCIA À PESQUISA

**LILIÁN LÓPEZ CAMBEROS**

— *Jornalista, editora e autora.*

## A ALIANÇA BID/NETFLIX

Nos últimos anos, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) se posicionou como referência nas indústrias criativa e cultural, também chamadas de “Economia Laranja” (ou Economia Criativa). O BID promoveu pesquisa, desenvolvimento de conhecimento, políticas públicas e mais de trezentos projetos nas indústrias cultural e criativa desde o princípio. Dessa maneira, acompanha governos, entidades públicas, centros de pesquisa, consultores e empresas. Para o desenvolvimento desta publicação, os pesquisadores contaram com o apoio de diversas áreas do Banco e com a colaboração de diversos dos principais agentes da indústria.

Desde a sua chegada na América Latina, há uma década, a Netflix tem trabalhado lado a lado com governos e instituições latino-americanas, associações de produtores e outros agentes para entender como pode contribuir para o desenvolvimento do ecossistema de entretenimento. Recentemente, a Netflix se juntou à Coalizão para o Desenvolvimento de Competências do Século XXI na América Latina e no Caribe, promovida pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento. Como parte desse importante esforço, a Netflix forneceu apoio financeiro para o desenvolvimento desta publicação

# NETFLIX



## SUMÁRIO EXECUTIVO

Este documento analisa a indústria audiovisual da América Latina e do Caribe por meio de uma metodologia híbrida que combina pesquisas de fontes primárias e secundárias e entrevistas com quase cem dos principais agentes da indústria. Apresentamos um mapa da região que não perde de vista seus marcos audiovisuais e busca fixar suas lentes nos debates e competências das políticas públicas do século XXI. Complementamos nossa jornada com as experiências de criadores e criadoras emergentes, produtores, executivos de empresas do entretenimento, colaboradores institucionais e associações de cinema. Buscamos gerar uma discussão sobre o potencial dessa indústria estratégica e explorar quais são os desafios que enfrenta a sua força de trabalho, onde ela é formada, como ela é incorporada nas produções e quais são as competências técnicas com maior demanda atualmente. Até 2025, nossa região precisa investir em treinamento e aproveitar as oportunidades apresentadas por essa indústria em crescimento.

Ao longo do caminho, tentamos responder a algumas questões urgentes sobre o funcionamento do nosso ecossistema audiovisual: onde atuam os produtores e qual o tamanho das produtoras audiovisuais da América Latina e do Caribe? Onde e como são recrutados os profissionais da indústria? Temos as competências técnicas necessárias para atender a essa demanda? Há cursos de formação suficientes? O que são cargos técnicos *below the line* e quais deles têm mais demanda nos mercados emergentes?

Estamos à beira de um novo boom audiovisual na América Latina e no Caribe. Apenas em 2019, estima-se que 5,7 bilhões de dólares foram investidos em produções audiovisuais, gerando mais de 1,6 milhão de empregos diretos e indiretos, segundo estudo da Olsberg SPI. Embora, sem dúvida, a crise de COVID-19 tenha atingido fortemente todas as esferas da vida, o confinamento em massa impactou a indústria de forma inédita, com a interrupção das filmagens de um grande número de produções. No entanto, a demanda por conteúdo audiovisual não diminuiu; pelo contrário, continuou a crescer por meio de novos formatos, como o streaming. Graças aos grandes investimentos que injeta nas economias locais, a indústria audiovisual pode contribuir para uma rápida recuperação das economias criativas. Por sua capacidade histórica de adaptação, sua resiliência e seu

talento, a América Latina e o Caribe estão em condições de aproveitar essa situação.

Se analisarmos a indústria audiovisual, duas tendências estão surgindo: as plataformas de streaming, que hoje são consumidas em um em cada cinco domicílios na América Latina e estão cada vez mais interessadas em produzir conteúdo original para o mercado de nossa região, que tem mostrado um grande apreço por conteúdo próprio. Mas, além disso, a demanda global por conteúdos produzidos aqui, tanto em espanhol quanto em português, ressalta o potencial da América Latina e do Caribe como região exportadora de audiovisual, capaz de levar suas histórias aos mais diversos lugares do mundo.

Os países que têm indústrias audiovisuais mais desenvolvidas, como Brasil, México, Argentina e, mais recentemente, Colômbia e Chile, estão explorando formas de fortalecer a criação audiovisual como atrativo para investimentos globais em um setor que movimenta bilhões de dólares e que impacta ramos tão diversos da economia, como turismo e construção. No Uruguai, República Dominicana, Panamá, Peru, entre outros, estão surgindo novos centros que buscam se posicionar como lugares competitivos para estabelecer serviços de produção cinematográfica e hubs audiovisuais.

A experiência mostra que ter leis de fomento para a indústria audiovisual é um passo importante, mas não o único, e que os governos da região têm a oportunidade de explorar ainda mais o potencial de impacto econômico e geração de empregos dessa indústria. A conexão entre a agenda digital dos países e o capital humano da indústria audiovisual é irrefutável. Por isso, é importante promover políticas públicas relevantes que dinamizem o setor, respondam aos desafios locais e visem profissionais bem formados e de prestígio, com capacidade criativa reconhecida mundialmente e com vantagem comparativa no mercado.

Por se tratar de uma indústria em franco crescimento, os processos de produção e distribuição audiovisual estão em constante transformação. Uma pesquisa encomendada para este estudo mostrou que a falta de cursos e opções de formação no nível dos padrões exigidos pela indústria global e a falta de harmonia entre a experiência curricular e a prática foram vistas como os principais desafios da força de trabalho da produção audiovisual na América Latina e no Caribe.



A prioridade comum dos agentes da indústria audiovisual é suprir a carência de capital humano e, por isso, insistem na necessidade de investir na formação das novas gerações de jovens, especialmente daqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade social. Não podemos perder a oportunidade de contribuir para a reativação econômica da região com um setor da Economia Criativa em expansão. Evidências mostram que as chamadas competências do século XXI são primordiais e serão algumas das mais necessárias no novo mercado de trabalho, que envolverá o processo de automação de milhões de empregos: neste contexto, o pensamento crítico, a capacidade de aprender a aprender, a autorregulação e outras competências sociais (soft skills), como empatia, perseverança e criatividade, são indispensáveis.

Além disso, a diversidade de talentos será fundamental para que a América Latina e o Caribe se consolidem como potência audiovisual. As histórias que contamos e como as contamos são uma representação da nossa riqueza cultural. É essencial ampliar as vozes e incluir grupos historicamente excluídos, como mulheres, povos originários, a comunidade afrodescendente e pessoas com deficiência e de contextos sociais marginalizados nos espaços de criação. O audiovisual é o canal ideal para tentar novas narrativas ancoradas nessas vozes, e sua experiência e talento na frente e por trás das câmeras são fundamentais para isso. Uma porta de entrada para o setor é a educação, e por isso é estratégico abrir programas de formação e oferecer bolsas, bootcamps e residências artísticas projetadas especificamente para incluir a diversidade.

A indústria audiovisual deve ser prioridade dada a sua importância no emprego e na economia e também porque afeta as nossas identidades culturais, forma comunidades e aumenta a nossa projeção internacional. As políticas públicas voltadas para o setor devem ter uma visão integradora: entender tanto o audiovisual em todos os seus formatos – cinema, seriados, curtas-metragens, publicidade, videogame e animação – quanto entender que ele tem a capacidade de transcender sua própria natureza e conectar-se com a cultura, o turismo e a imagem do país.

A América Latina e o Caribe estão em um momento propício para aproveitar as lições de outros ecossistemas audiovisuais e consolidar sua própria indústria. A cooperação transregional é tão importante quanto o trabalho conjunto de governos, setor privado, associações profissionais e organizações multilaterais. Esperamos que este documento seja um dos primeiros passos nessa direção.

## PREFÁCIO

# CONTEÚDO AUDIOVISUAL: O CAPITAL DA ECONOMIA DIGITAL

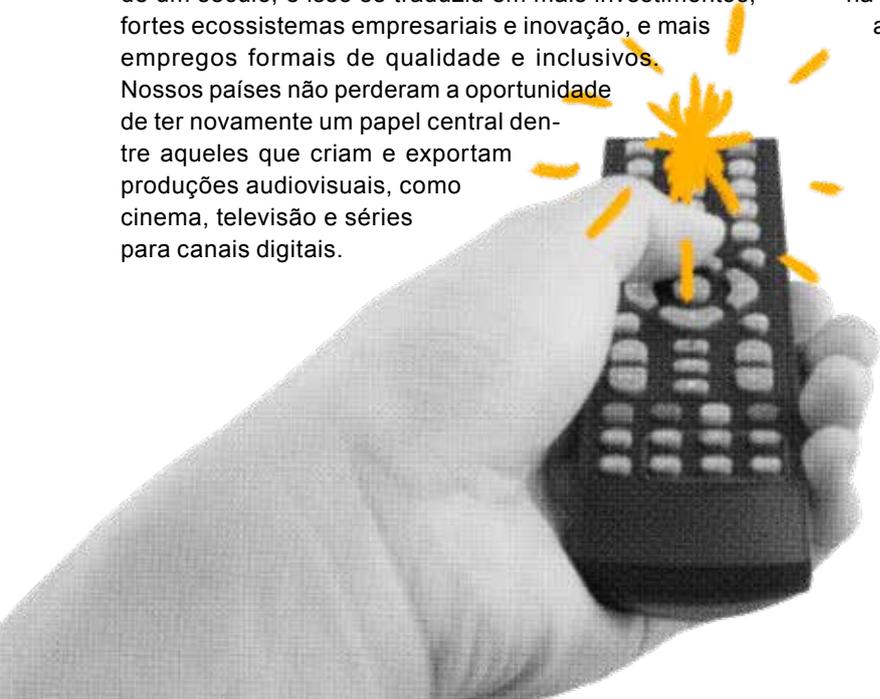
Estamos no ano de 2030, e na América Latina a economia está se recuperando há anos. A pandemia de COVID-19 é uma lembrança triste, mas distante, e o PIB da economia criativa nessa área aumentou continuamente ao longo da década. A região se tornou uma zona emergente de uma indústria que vem crescendo de maneira estável há vinte anos: a indústria do entretenimento e a produção de conteúdos audiovisuais.

Graças a decisões políticas ousadas e alianças estratégicas, a América Latina e o Caribe foram capazes de gerar quadros técnicos e talentos para se recuperar da pior crise socioeconômica que enfrentaram em mais de um século, e isso se traduziu em mais investimentos, fortes ecossistemas empresariais e inovação, e mais empregos formais de qualidade e inclusivos. Nossos países não perderam a oportunidade de ter novamente um papel central dentre aqueles que criam e exportam produções audiovisuais, como cinema, televisão e séries para canais digitais.

Nesse mapa imaginado para o futuro, os estúdios de animação de cidades como Medellín ou Montevideu farão longas-metragens e séries de animação para públicos do Canadá e da Rússia. Os roteiristas do Chile escreverão séries que tocarão o público em Istambul e Paris. As produções brasileiras, muitas delas dirigidas e estreladas por afro-brasileiros, serão sensação em Nairóbi e Londres. Jovens mulheres produzirão e dirigirão mais do que nunca.

Não surgirão apenas empregos tradicionais na indústria, mas também aqueles que exigem novas competências essenciais para o século XXI. Podemos imaginar que, em cidades como Puebla, no México, e Mendoza, na Argentina, uma nova indústria tenha surgido: a dos animadores de efeitos visuais (VFX), que transformaram essas cidades em hubs de tecnologia aplicada à arte.

Ao mesmo tempo, países como República Dominicana, Uruguai e Paraguai se estabeleceram como centros que oferecem serviços de produção de alto nível. Filmes que em algum momento teriam sido rodados no Leste Europeu agora preferem Montevideu, atraídos pelo profissionalismo de sua mão de obra, sua infraestrutura e sua legislação audiovisual film-friendly. Há muito tempo, a República Dominicana tem sido a opção mais óbvia para quem quer filmar cenas de praia, e o país aproveitou esse recurso para desenvolver uma indústria que hoje também oferece serviços de pós-produção.



Esse panorama que acabo de descrever não precisa ser uma ficção digna de tela de cinema. Há anos, o consumo de produtos audiovisuais em nossa região e no mundo só vem crescendo. Alguns estimam que em 2026 haverá mais de cem milhões de assinantes de streaming na América Latina; considerando que existem mais de 600 milhões de habitantes na região, esse número é notável.<sup>01</sup>

A explosão da demanda por conteúdo, associada a políticas públicas favoráveis que incluem leis cinematográficas e incentivos à produção, tem estimulado a indústria em todo o continente. Grandes mercados históricos como México e Brasil produzem volumes recorde de conteúdo audiovisual; outros, como a Colômbia, viram a indústria crescer com estabilidade. Países que não produziam filmes há duas décadas agora têm lançamentos que são motivo de orgulho e reconhecimento internacional. Em toda a América Latina e Caribe, o investimento em infraestrutura criou empregos, tornando-os lugares onde é possível filmar e produzir. Assim que superarmos a pandemia e as filmagens forem retomadas, será possível reativar outros setores gravemente afetados, como hotelaria e turismo.

No entanto, há mais o que fazer se quisermos que a indústria desempenhe um papel mais importante no desenvolvimento da região. Investir em políticas públicas e implementá-las para tornar o talento o eixo principal da indústria audiovisual vai ao encontro de algo em que há anos insistem os especialistas em políticas públicas, economistas, criadores e acadêmicos da América Latina e do Caribe: a aposta nas indústrias que se alimentam de ideias, tecnologia e criatividade.

É mais fácil falar do que fazer: desde o século XV, a região é exportadora de matérias-primas. No século XX, com o avanço da globalização, a América Latina aumentou sua produção de soja, pedras preciosas, petróleo, minerais e gás natural. Contudo, nossos países estão cada vez mais vulneráveis aos choques dos preços internacionais. Se adicionarmos a isso a crise de COVID-19, fica nítido que a região precisa de novas opções que lhe permitam desenvolver economias e sociedades mais resilientes.

As indústrias cultural e criativa são um recurso que se regenera a cada golpe de inspiração dos criadores e uma força capaz de acelerar a inovação. Uma nova discussão sobre o valor dessas indústrias já começa a aparecer na região: nos grupos de produtores da Argentina, nos institutos de cinema e audiovisual, em congressos nacionais, em universidades públicas e privadas, em bancos de desenvolvimento.

O aumento da demanda e da produção de conteúdo local exige a união de forças entre o mundo do entretenimento e o mundo da educação e formação para construir as bases de uma indústria que será de grande relevância nas próximas décadas. Para isso, os ecossistemas são fundamentais para implantar ferramentas e apoiar políticas que permitam a formação de talentos e o fortalecimento do capital humano. O BID lidera uma coalizão para promover as competências do século XXI que atualmente tem mais de 40 membros dos setores público e privado, incluindo a Netflix. Essa coalizão promove uma nova geração de políticas de educação e formação que respondem aos desafios de hoje: ambientes extremamente dinâmicos com um mercado de trabalho em mutação e sociedades cada vez mais diversas.

Com políticas públicas adequadas e visão de longo prazo, seremos capazes de nos antecipar aos desafios que o setor enfrenta e construir uma indústria que crie empregos e contribua para a recuperação econômica. Prepararemos o capital humano de que o setor necessita para gerar os produtos criativos que hoje são a principal fonte de renda da economia digital. Em nossas mãos está o futuro que imaginamos como realidade, não uma esperança. Em nossas mãos está uma região mais próspera e criativa, onde o talento latino-americano e caribenho é o protagonista.

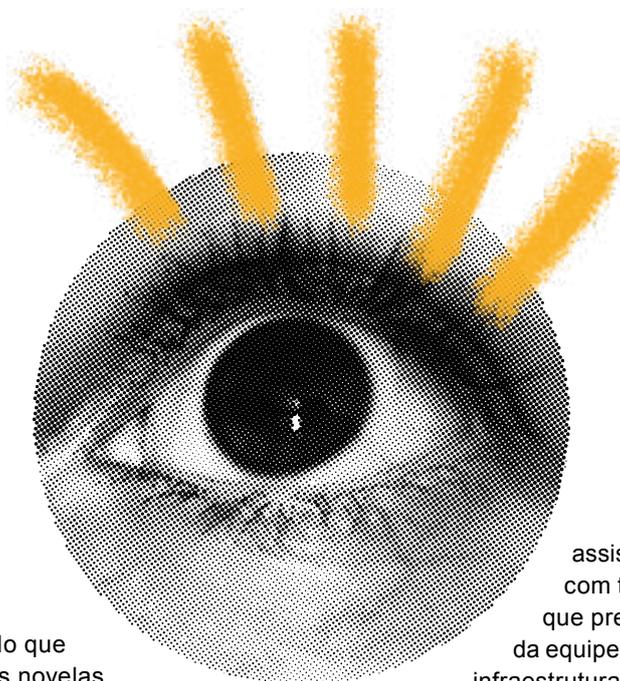
## MARCELO CABROL

— Gerente do Setor Social do Banco Interamericano de Desenvolvimento

---

01 Digital TV Research, *Latin America OTT TV & Video Forecasts* (março de 2021). [https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC\\_sample\\_313.pdf](https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC_sample_313.pdf)

# LUZES, CÂMERA, INTRODUÇÃO.



Todos nós podemos citar um filme, programa de televisão ou série latino-americana que nos marcou, seja o desenho animado que nos fazia rir quando crianças, as novelas que sentávamos para assistir em família ou o aclamado filme que lotava as salas de cinema. Não é de se estranhar que a América Latina e o Caribe venham produzindo filmes e televisão há quase um século que chegaram às telas – grandes, pequenas e agora do tamanho de um celular – no mundo todo.

Por trás de cada um desses programas, protagonizados apenas por alguns rostos famosos, já se formava uma poderosa indústria que foi responsável por empregos e dinamismo econômico na Cidade do México, Buenos Aires, São Paulo e Caracas: a indústria audiovisual (AV). Embora os profissionais mais óbvios sejam aqueles que operam as câmeras e apontam suas lentes suspensas em guias, roteiristas que passam noites sem dormir imaginando histórias ou fotógrafos que transformam ruas comuns de uma cidade em uma paisagem evocativa, por trás de uma produção audiovisual também há coloristas que se encarregam de tornar o mar azul e a noite negra,

assistentes que montam as cenografias com tijolos e madeira, ou mesmo chefs que preparam o buffet de café da manhã da equipe técnica. Sem falar nos gastos com infraestrutura física: a indústria investe uma boa

quantidade de recursos em cenários e cenografia e dedica horas intermináveis à pós-produção em estúdios de última geração. Esses esforços – titânicos, criativos e altamente técnicos – muitas vezes não são vistos por trás da simplicidade enganosa da cena que aparece na tela. Mas basta olhar para as centenas de créditos que aparecem no final de qualquer filme para perceber que por trás de cada filmagem existem centenas – ou mesmo milhares – de profissionais altamente técnicos e especializados.

Portanto, embora tudo seja frequentemente associado ao show business e a vestidos longos, é importante lembrar que esta é apenas a face mais visível de uma atividade em que participam milhares de pessoas que realizam diversas tarefas, e que a indústria audiovisual e do entretenimento é sinônimo de investimento e desenvolvimento. O maquinário econômico dessa indústria distribui anualmente cerca de 177 bilhões de dólares em investimentos.<sup>02</sup>

Na América Latina, estima-se que em 2019 foram investidos cerca de 5,7 bilhões de dólares em produções audiovisuais e que isso gerou mais de um milhão e meio de empregos diretos e indiretos.<sup>03</sup> Ou seja, a indústria empregou um número de pessoas maior que a população

02 Olsberg SPI, *Global Screen Production- The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19* (25 de junho de 2020), 5. <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2020/06/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>

03 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 13 e 15.

**NA AMÉRICA LATINA, ESTIMA-SE QUE EM 2019 FORAM INVESTIDOS CERCA DE 5,7 BILHÕES DE DÓLARES EM PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS E QUE ISSO GEROU MAIS DE UM MILHÃO E MEIO DE EMPREGOS DIRETOS E INDIRETOS.**



de Montevideu. Apesar do grande impacto econômico, a maioria dos governos da região ainda não aproveitou todo o potencial que o setor oferece, o que poderia ser alcançado com políticas públicas adequadas que incentivem a indústria.

Como em outras áreas da economia criativa, a pandemia afetou consideravelmente a indústria do entretenimento em todo o mundo e em nossa região: o confinamento causado pela COVID-19, por exemplo, causou uma perda mundial de 10 milhões de empregos na cadeia de valor do audiovisual.<sup>04</sup> Após anos de crescimento no número de lançamentos nacionais e de frequentadores de cinema, em 2020 vivemos tempos difíceis. Os cinemas da América Latina e do Caribe desempenham um papel crucial no tecido social e econômico de nossas comunidades, o que explica seu rápido crescimento: em 2019 havia em média 21 cinemas por milhão de habitantes.<sup>05</sup>

As perdas com o impacto da pandemia em países como o México, que concentra o maior número de cinemas da região, foram estimadas em quase 18,4 bilhões de pesos entre março de 2020 e fevereiro de 2021, conforme relatado pela Câmara Nacional da Indústria Cinematográfica (Canacine).<sup>06</sup>

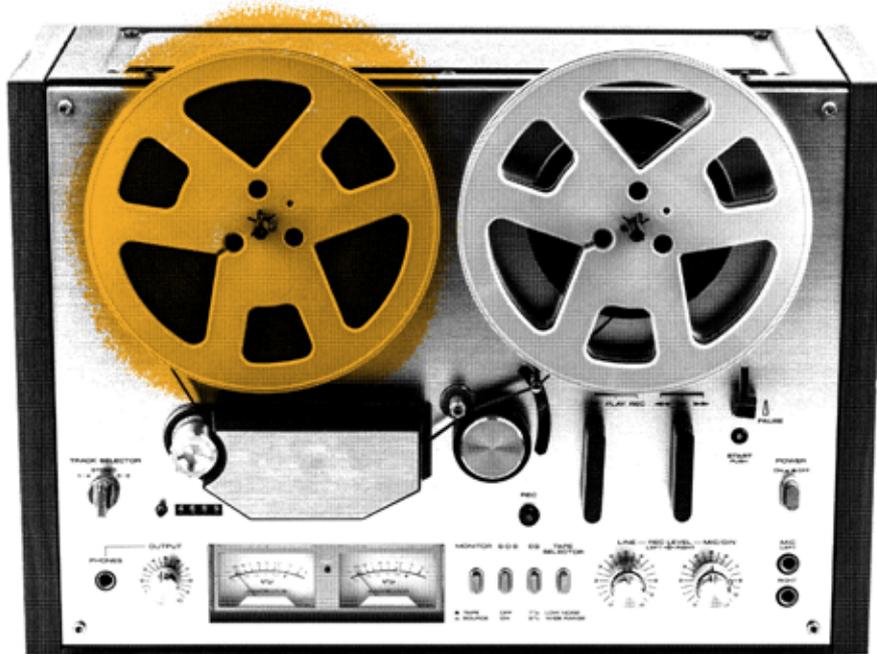
O mesmo aconteceu nas filmagens em todo o mundo, que tiveram que ser suspensas, causando um impacto negativo no emprego de milhares de pessoas e prejuízos às produtoras.<sup>07</sup> No entanto, ao longo da crise, o setor de produção audiovisual demonstrou sua resiliência: a indústria foi uma das primeiras a se adaptar à realidade epidemiológica e a incorporar medidas sanitárias para retomada das filmagens. Também foi capaz de atos de grande solidariedade social: os conteúdos audiovisuais, que muitos criadores e empresas de entretenimento ofereceram gratuitamente durante os primeiros meses do confinamento global de 2020, foram alguns dos principais paliativos que ajudaram a população a enfrentar o confinamento com um pouco mais de tranquilidade. Divertindo-se com filmes, novelas, séries, televisão ou vídeos da Internet, milhões de latino-americanos tornaram mais tolerável o fardo psicológico de ficarem presos em casa graças à solidariedade da indústria audiovisual. Além disso, diversas empresas do setor se mobilizaram criando fundos para apoiar os trabalhadores mais afetados pela paralisação de algumas produções.<sup>08</sup>

Além desse importante valor social, há especialistas que sugerem que a indústria do audiovisual e do entretenimento terá um papel importante na recuperação das economias no pós-pandemia. Um estudo do Banco Interamericano de Desenvolvimento sobre o impacto da pandemia nos setores culturais destacou que a interrupção das cadeias de valor, a baixa prioridade da área nos esforços de recuperação e os cortes orçamentários são alguns dos desafios mais urgentes que o setor cultural enfrenta na atual crise econômica e sanitária.<sup>09</sup>

Diante dessas dificuldades, a produção de filmes e séries, que costuma envolver a execução de grandes orçamentos em prazos limitados, pode desempenhar um papel fundamental para impulsionar a recuperação econômica no curto prazo. Isso também se deve ao fato de que em média 67% dos gastos de produção impactam indiretamente outros setores.<sup>10</sup>

67%

de los gastos de la producción impacta indirectamente en otros sectores.



04 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 2.

05 Oscar Berrendo, Juan Antonio Serrano e Enrique Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019* (Madrid: EGEDA, 2019), 41. <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>

06 Alejandra Rodríguez, "El impacto de la pandemia a cines en México: 334 millones de boletos no vendidos en 11 meses", *El Financiero* (9 de fevereiro de 2021). <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/el-impacto-de-la-pandemia-a-cines-en-mexico-334-millones-de-boletos-no-vendidos-en-11-meses/>

07 Mario Carbonell, "La doble crisis de la industria cinematográfica en México (5/5)", *France 24* (4 de setembro de 2020). <https://www.france24.com/es/20200904-m%C3%A9xico-crisis-industria-cine-pandemia>

08 Milenio, "Netflix y AMACC dan fondo de apoyo a mil 437 trabajadores de industria cinematográfica" (15 de julho de 2020). <https://www.milenio.com/espectaculos/cine/netflix-amacc-fondo-1-437-trabajadores-industria-cine>

09 Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID], *La pandemia pone a prueba a la economía creativa. Ideas y recomendaciones de una red de expertos* (2020), 5. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-pandemia-pone-a-prueba-a-la-economia-creativa-Ideas-y-recomendaciones-de-una-red-de-expertos.pdf>

10 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 6-7.

# PORCENTAGEM DE GASTOS DE PRODUÇÃO POR TIPO DE PROJETO E SEU IMPACTO EM OUTROS SETORES<sup>11</sup>

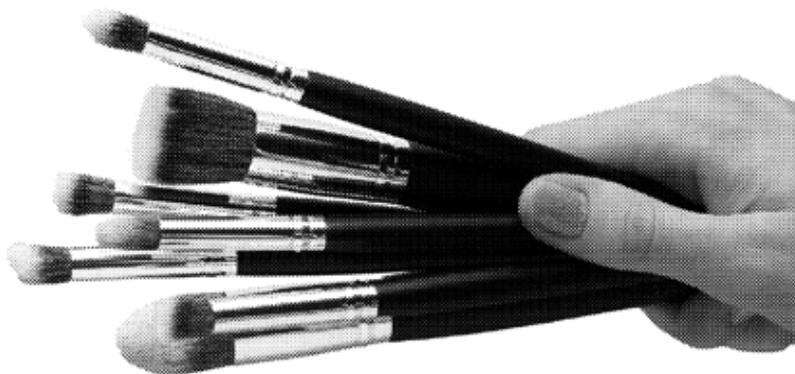
	<b>SSuperprodução</b> (orçamento de US\$ 220 milhões)	<b>Filme de médio</b> <b>orçamento</b> (US\$ 20 milhões)	<b>Filme de baixo</b> <b>orçamento</b> (US\$ 6 milhões)	<b>Série de televisão</b> <b>topo de linha</b> (US\$ 70 milhões)	<b>Série de televisão</b> <b>de orçamento</b> <b>médio</b> (US\$ 13 milhões)	<b>Média</b>
<b>SETOR BENEFICIADO</b>	%	%	%	%	%	%
Relacionado à produção	42,5	30,2	32,1	37,3	23,3	33,1
Serviços prestados às empresas	11,4	15,0	5,8	11,9	15,9	12,2
Construção	14,6	5,5	2,6	24,6	8,5	11,2
VFX	12,5	6,4	1,8	8,1	4,5	6,7
Viagem e transporte	4,3	8,3	16,8	1,3	9,8	8,1
Hotéis e serviços de alimentação	2,3	3,6	10,6	3,6	12,8	6,6
Serviços financeiros e jurídicos	1,5	6,8	11,5	1,3	6,7	5,6
Setor imobiliário	1,6	9,7	7,6	2,2	6,4	5,5
Moda e beleza	4,6	2,2	7,6	5,4	5,8	5,1
Música e artes cênicas	2,7	6,4	2,2	2,8	3,4	3,5
Serviços elétricos	1,1	1,0	0,3	1,0	0,4	0,8
Segurança e vigilância	0,5	1,2	0,2	0,2	1,4	0,7
Educação	0,1	1,2	0,7	0,1	0,8	0,6
Setor da saúde	0,3	1,5	0,2	0,2	0,3	0,5
	100	100	100	100	100	100

A indústria audiovisual oferece outras razões para otimismo. O recente boom nos serviços de assinatura de vídeo sob demanda (SVOD, na sigla em inglês), coloquialmente chamados de serviços de streaming, consolidou a América Latina e o Caribe como um mercado que busca consumir conteúdo local de alta qualidade e de todos os gêneros. Por meio de serviços de streaming globais e regionais como Amazon Prime Video, Disney+, Netflix, Globoplay, Movistar+, Claro Video, HBO Max, Blim, entre outros, grandes empresas investem na produção de conteúdo original destinado ao mercado latino-americano, agregando assim seus orçamentos aos fluxos de investimentos já existentes na região. **Como o consumo de conteúdo audiovisual não reduziu apesar da pandemia, também não se espera que os investimentos desses agentes diminuam na região.**

A chegada do modelo de serviços de streaming à região, há uma década, destacou duas tendências-chave na história do audiovisual na América Latina: ressalta uma grande valorização por conteúdo próprio e destaca seu potencial como exportador de audiovisual que leva suas histórias aos lugares mais diversos do mundo. Isso não deve nos surpreender, já que o substrato criativo da região é resultado direto de uma vasta riqueza cultural e social e é atrativo além de nossas fronteiras. A ascensão da indústria audiovisual é prova de que na América Latina e no Caribe é possível encontrar histórias, talentos artísticos, locações para filmagens e um olhar criativo que já seduziu o mundo muitas vezes por meio de seus filmes, telenovelas, séries, comédias, animações e outros.

Apesar disso, também existem realidades que não podemos ignorar: os programas educacionais são incipientes e, por vezes, a demanda por serviços cresce mais rapidamente do que a oferta de talentos técnicos e criativos. Embora alguns países tenham desenvolvido marcos legais por meio de leis cinematográficas e programas estaduais e nacionais para acelerar o crescimento do setor, muitos outros estão em uma posição difícil para competir com centros audiovisuais mais consolidados no mundo, que oferecem talento, infraestrutura e incentivos diretos.

A oportunidade, no entanto, existe. De acordo com o estudo encomendado para esta publicação, a maioria dos produtores audiovisuais da América Latina e do Caribe considera que a demanda por empregos técnicos relacionados à produção audiovisual aumentará aqui nos próximos anos. Esses postos incluem trabalhos relacionados a efeitos especiais, efeitos visuais, paisagismo e dublês. Outros trabalhos relacionados a talento, como os de roteiro e maquiagem, podem se beneficiar de um treinamento adicional (upskilling). Muitos dos especialistas e insiders entrevistados nesta publicação concordam com a urgência de reforçar a capacitação e as parcerias público-privadas e fornecer aos talentos latino-americanos o conhecimento e as tecnologias necessárias para atender aos empregos que serão gerados por meio da produção audiovisual. Alguns entrevistados alertaram que seus países já enfrentam um “gargalo” em termos de talentos audiovisuais e, portanto, devemos estabelecer a capacitação e o aprimoramento de competências como prioridades na região. Para alcançarmos esse objetivo,



é necessário um trabalho conjunto do governo, do setor privado, de associações profissionais e de organizações multilaterais.

Graças a conversas com produtores, executivos, funcionários, roteiristas, experts e outros especialistas da indústria, buscamos focar a câmera para entender melhor as necessidades que existem nos bastidores. Temos certeza de que essas conversas apontam para a necessidade de implementação de políticas públicas específicas e, por isso, podem gerar recomendações para o desenvolvimento desse setor estratégico.

Por meio de um panorama que combina pesquisa, entrevista e narrativa, queremos compartilhar experiências que nos ajudem a enfrentar o enorme desafio de continuar promovendo os talentos e as histórias da América Latina e do Caribe, mas também as oportunidades únicas que se apresentam neste momento.



**PORTANTO  
LUZES,  
CÂMERA E  
AÇÃO!**

# ALGUNS ANÚNCIOS RECENTES DE INVESTIMENTOS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO LOCAL

## AMAZON PRIME VIDEO

“A Amazon Prime Video tem produções originais no México, Brasil, Argentina, Colômbia e Chile em diferentes estágios de produção, que serão lançados nos próximos anos. Recentemente, anunciamos que planejamos aprovar no México a produção de 10 a 15 séries originais e de 4 a 5 filmes originais por ano nos próximos 3 a 5 anos”.<sup>12</sup>

Em 2021, estreiam a segunda temporada de *De viaje con los Derbez*, *Pan y circo* e *El juego de las llaves*, e a terceira e quarta temporadas de *Last one laughing (LOL)*. Além disso, uma série biográfica sobre *Maradona (Maradona: sueño bendito)* e um documentário esportivo sobre as *Chivas de Guadalajara*. Também lançará a primeira série de terror mexicana na plataforma: *Soldados o zombies*.

Para o Brasil, foi anunciada a série dramática *Sentença* e as comédias *Desjuntados* e *5X Comedy*, uma adaptação do teatro.

A Amazon também anunciou um fundo de 2,65 milhões de dólares para apoiar a recuperação de produtoras de televisão, cinema e teatro no México e em outros países latino-americanos.<sup>13</sup>

## DISNEY+

A Walt Disney Company lançou a plataforma de streaming Disney+ na América Latina em 17 de novembro de 2020. Posteriormente, a empresa anunciou que tinha 71 produções em diversos estágios de desenvolvimento na América Latina, incluindo "15 no Brasil, 21 no México, 29 na Argentina e 6 na Colômbia", anuncia Diego Lerner, presidente da The Walt Disney Company Latin America. Essas produções incluem "histórias de ficção, programas de entrevistas, documentários [e] shows ao vivo".<sup>14</sup>

Algunos creadores latinoamericanos que participarán en estas producciones incluyen a Jay de la Cueva, Fito Páez, Adal Ramones, Fábio Porchat y Omar Chaparro, entre otros.

Recentemente, a empresa anunciou que em 31 de agosto de 2021 lançará a plataforma Star na América Latina. Voltada para o público adulto, ela funcionará inicialmente como um serviço complementar da Disney+, embora tenha "o peso necessário para se estabelecer como um serviço digital independente da Disney", segundo Lerner. Títulos como *Santa Evita*, *No fue mi culpa*, *El galán* e *Los protectores* são alguns dos conteúdos desenvolvidos integralmente na América Latina que estão previstos para serem lançados.<sup>15</sup>

## GLOBOPLAY

Em novembro de 2020, o conglomerado de mídia brasileiro Globo anunciou planos de investir US\$ 250 milhões em conteúdo e tecnologia e confirmou que tem 82 programas originais em desenvolvimento ou produção.<sup>16</sup>

12 Amazon, comunicación personal (26 de fevereiro de 2021).

13 Infobae, "Amazon donará más de USD 2,65 millones a productoras de América Latina por covid-19" (26 de janeiro de 2021). <https://www.infobae.com/america/agencias/2021/01/27/amazon-donara-mas-de-usd-265-millones-a-productoras-de-america-latina-por-covid-19/>

14 Disney, "Disney+ presenta su sólida oferta de contenido original, íntegramente producido en Latinoamérica" (30 de novembro de 2020). <https://www.disneylapresspack.com/disney-plus/post/5453>

15 Disney, "No Star+, cada consumidor encontrará exactamente o que quer ver" (14 de maio de 2021). <https://www.disneylapresspack.com/star-plus/post/7884>

16 Tom Grater, "How Brazilian TV Giant Globo Is Planning To Compete With Netflix & Amazon In The Streaming War", *Deadline* (19 de janeiro de 2021). <https://deadline.com/2021/01/how-brazilian-tv-giant-globo-is-planning-to-compete-with-netflix-amazon-in-the-streaming-war-1234676055/>

# ALGUNS ANÚNCIOS RECENTES DE INVESTIMENTOS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO LOCAL

## NETFLIX

**México** A Netflix anunciou mais de 50 produções originais, com um investimento de 300 milhões de dólares para 2021, conforme divulgado pela Forbes<sup>17</sup> em janeiro de 2021. Alguns dos projetos esperados são *Río Grande*, *Río Bravo*, uma série de cinco curtas-metragens documentais produzidos por Gael García Bernal, Elena Fortes e Daniela Alatorre; filmes como *Fondeados* (direção do roteirista e produtor Marcos Bucay, de *Club de cuervos*) e séries como *Los corruptores*, baseado no romance homônimo de Jorge Zepeda Patterson, e a série para jovens adultos *Sofía H.*, produzida pela Lemon Films.

**Brasil** Entre 2021 e 2022, a Netflix vai estrear séries como *De volta aos 15*, *Temporada de verão* e *Maldivas*, e as segundas temporadas de *Cidade invisível*, *Bom dia*, *Verônica*, *Hermandad*, além das versões brasileiras de reality shows como *Too hot to Handle* e *Love is blind*.

Depois do sucesso de filmes como *Pai em dobro* e *Modo avião*, que atingiram mais de 28 milhões de domicílios no mundo, a Netflix vai ampliar sua oferta de filmes originais brasileiros: já foi anunciado *Carnaval*, *Confissões de uma garota excluída* e *Lulli*, além das comédias *Vizinhos* e *Casamento à distância*, e o primeiro filme de ação brasileiro original, *Carga máxima*

**Colômbia** Para a Colômbia, são esperados mais de 30 novos projetos até 2022; entre eles, *Ritmo salvaje*, *Juanpis*, *Nada es igual*, *Goles en contra*, *Pálpito*, *Perfil falso*, *Diomedes* e uma série com Alejandra Azcárate.

**Argentina** Em fevereiro de 2021, a Netflix confirmou a produção na Argentina de novas séries e filmes. Em relação a séries, haverá uma segunda temporada de *Casi feliz* (com Sebastián Wainraich e Natalie Pérez), *El amor después del amor* (série de ficção sobre a vida de Fito Páez), as temporadas 4 e 5 de *El marginal*, *Cielo grande* (com Pilar Pascual, Abril Di Yorio, entre outros), *El eternauta* (série baseada na popular história em quadrinhos de ficção científica) e *El reino* (um thriller com Mercedes Morán e Diego Peretti, cuja estreia está marcada mais para o fim do ano). Também serão lançados os filmes *Granizo* (uma comédia estrelada por Guillermo Francella) e *Pipa* (comandado por Luisana Lopilato).

**Chile** A primeira série original da Netflix no Chile se chamará *42 días en la oscuridad* e será dirigida a quatro mãos por Claudia Huaiquimilla e Gaspar Antillo. Produzida por Fabula, produtora dos irmãos Juan de Dios e Pablo Larraín, terá como foco a história de uma mulher desaparecida e a corrida de sua irmã contra o tempo para encontrá-la.

**Perú** O primeiro filme original peruano para a Netflix será dirigido por Bruno Ascenzo, produzido pela produtora Tondero e terá como protagonista a peruana Stephanie Cayo e o ator espanhol Maxi Iglesias. Este ano também será lançado o filme *Distancia de rescate*, dirigido pela premiada diretora peruana Claudia Llosa e baseado no romance homônimo da argentina Samanta Schweblin, que escreveu o roteiro com Llosa.

17 Mauricio Hernández y Roberto Aguilar, "Netflix invertirá más de 300 millones de dólares en México para 2021", Forbes México (25 de janeiro de 2021). <https://www.forbes.com.mx/exclusiva-netflix-invertira-mas-de-300-millones-de-dolares-en-mexico-para-2021/>

# ALGUNS ANÚNCIOS RECENTES DE INVESTIMENTOS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO LOCAL

## HBO MAX

No final de abril de 2021, a HBO Max, pertencente à WarnerMedia, publicou seus planos de desenvolver mais de 100 produções locais na América Latina durante os próximos dois anos, das quais 33 já estão sendo produzidas.<sup>18</sup>

Em fevereiro de 2021, a WarnerMedia anunciou que *Días de gallos* e *Bunker* serão suas primeiras produções latino-americanas destinadas à plataforma de *streaming* HBO Max<sup>19</sup>, à qual serão adicionados *Amarras*, do México, e *Bilardo, el doctor del fútbol*, um documentário sobre o futebol argentino.

Ao longo de 2021, a HBO também estreará a série *Entre hombres* (Argentina), *Él huésped americano* (internacional, com talento brasileiro), *Hard* (segunda temporada, Brasil), *bem como Amsterdam*, filmada no México e no Uruguai. A terceira temporada de *El jardín de bronce* e as estreias de *Área de serviço* e da série documental *Tu casa es mi casa* completam os anúncios dessa empresa.<sup>20</sup>

## APPLETV+

AppleTV+ desenvolverá, junto com o mexicano Eugenio Derbez, um projeto chamado *Acapulco*. Outros criadores latino-americanos que trabalham com a plataforma incluem o uruguaio Fede Álvarez, que dirige a minissérie *Calls*, e o chileno Pablo Larraín, que dirige *Lisey's Story*, baseada no romance de Stephen King. À lista, deve ser adicionado o diretor Alfonso Cuarón, que assinou contrato de exclusividade com a AppleTV.<sup>21</sup>

A plataforma também filmou conteúdo na América Latina, como *The mosquito coast*, uma série em inglês baseada no romance de Paul Theroux, filmado em Jalisco, no México, em 2020.

## MOVISTAR+

Movistar+ anunciou em 2020 quinze séries em várias fases de produção, das quais dez são estreias e as restantes são novas temporadas de séries como *SKAM España*. *Dime quién soy*, baseada no romance homônimo de Julia Navarro, é definida como uma superprodução histórica, e a série *Antidisturbios* concentra-se em uma equipe de tropa de choque. Outra estreia recente é *Nasdrovia*, uma minificção cômica com Leonor Watling e Hugo Silva.<sup>22</sup>

18 WarnerMedia, "HBO Max Arrives in Full Force in Latin America With More Than 100 Local Original Productions Over the Next Two Years" (29 de abril de 2021). <https://pressroom.warnermedia.com/us/media-release/hbo-max/hbo-max-arrives-full-force-latin-america-more-100-local-original-productions-over>

19 John Hopewell, "WarnerMedia Latin America Unveils Its First Original Series for HBO Max, 'Días de Gallos' and 'Bunker'", *Variety* (13 de fevereiro de 2021). <https://variety.com/2021/streaming/global/warnermedia-latin-america-hbo-max-dias-de-gallos-bunker-1234907699/>

20 Forbes, "HBO anuncia todo el contenido original que llegará este 2021" (15 de fevereiro de 2021). <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/entretenimiento-hbo-estrenos-contenido-original-2021/>

21 El País, "Alfonso Cuarón ficha por Apple TV para crear series" (11 de outubro de 2019). [https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964\\_497938.html](https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964_497938.html)

22 Álvaro Onieva, "Las próximas series originales de Movistar+ para otoño de 2020 y 2021", *Fuera de series* (3 de agosto de 2020). <https://fueraadeseries.com/las-proximas-series-originales-de-movistar-para-otono-de-2020-y-2021-922067aff2fc/>

# ALGUNS ANÚNCIOS RECENTES DE INVESTIMENTOS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO LOCAL

## CLARO VIDEO

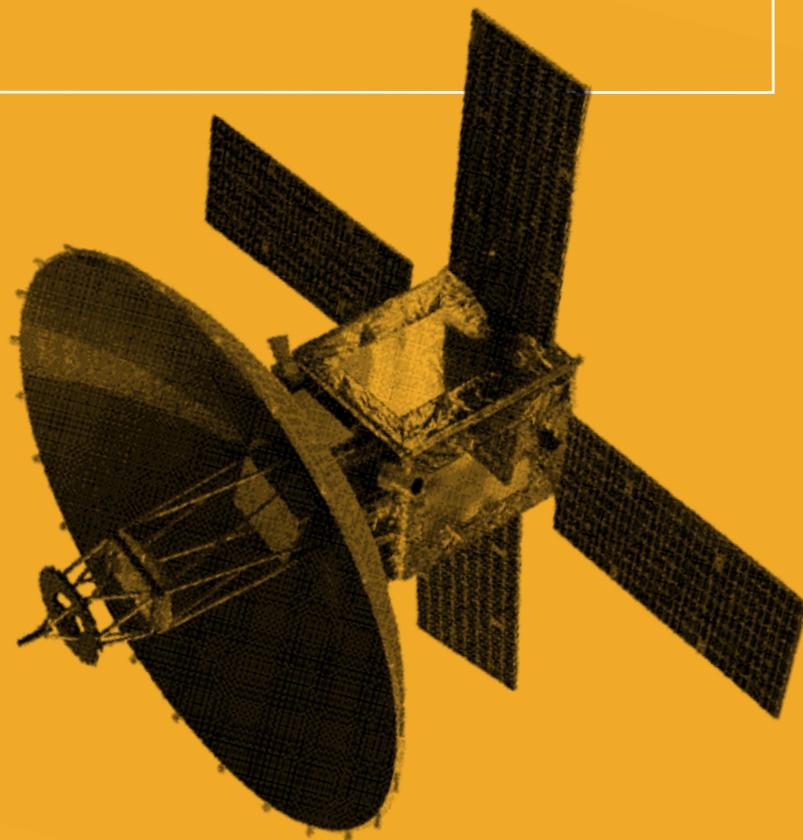
A Claro estreou, em fevereiro de 2021, *La negociadora*, uma série original estrelada por Bárbara Mori e coproduzida com a 11:11 Films TV. A plataforma tem prevista a transmissão dos Jogos Olímpicos do Japão.<sup>23</sup>

## PARAMOUNT+

Sob a direção do argentino Juan José Campanella, *Los enviados* é a primeira série em espanhol da Viacom CBS para a Paramount+. Será estrelada por Luis Gerardo Méndez, Irene Azuela e Ángel Silvestre.<sup>24</sup>

## TELEVISA-UNIVISIÓN

Em abril de 2021, as empresas de mídia Televisa e Univisión anunciaram sua fusão para entrar no mercado de *streaming* com uma plataforma que esperam ter disponível no início de 2022.<sup>25</sup>



23 El CEO, "Netflix, ClaroVideo y Amazon Prime apuestan por series para lidiar con nuevos rivales" (27 de janeiro de 2021). <https://elceo.com/negocios/netflix-clarovideo-y-amazon-prime-apuestan-por-series-para-lidiar-con-nuevos-rivales/>

24 El Horizonte, "Luis Gerardo Méndez a la cabeza de la nueva serie de Paramount Plus" (13 de abril de 2021). <https://d.elhorizonte.mx/escena/luis-gerardo-mendez-cabeza-nueva-serie-paramount-plus/3033584>

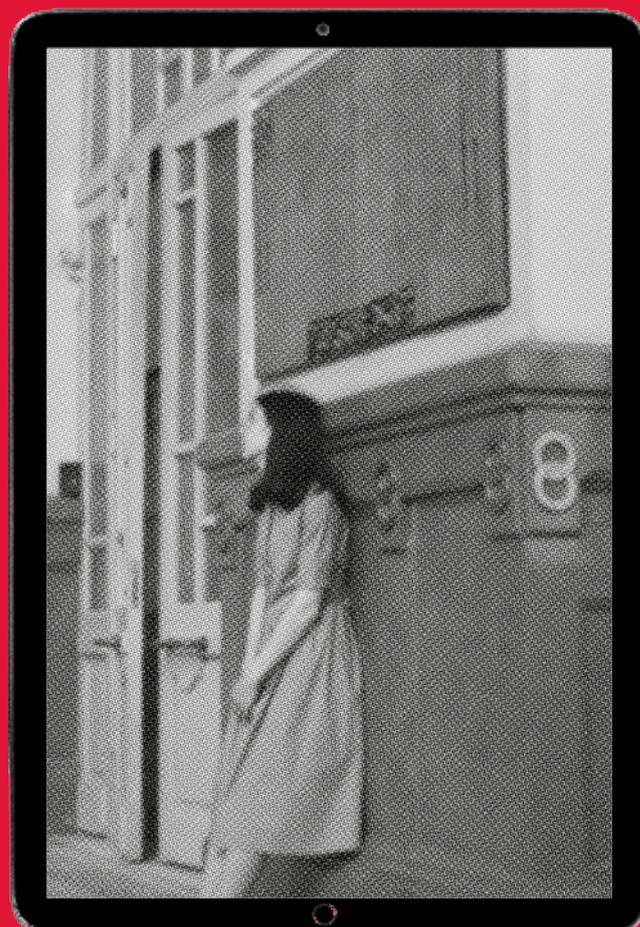
25 El País, "Televisa y Univisión se fusionan para competir contra las plataformas de 'streaming'" (14 de abril de 2021). <https://elpais.com/mexico/2021-04-14/televisa-y-univision-se-fusionan-para-competir-contra-las-plataformas-de-streaming.html>

**PARTE I**

MODELOS  
CONSAGRADOS  
E NOVOS RUMOS  
PARA O

AUDIOVISUAL: :

**DA DIGITALIZAÇÃO  
DA INDÚSTRIA  
À ASCENSÃO DO  
STREAMING**



## PARÊNTESES HISTÓRICO: UM SÉCULO AUDIOVISUAL

A história da indústria audiovisual na América Latina remonta a mais de um século, quando os irmãos Lumière viajaram ao México para divulgar sua nova invenção: o cinematógrafo. Eles foram seguidos por outros viajantes europeus que percorreram a região com uma câmera nas mãos, filmando os chefes de Estado a cavalo e os colonos nos mercados, dando origem, diriam alguns, à América Latina como cenário.

Mas os latino-americanos já demonstravam vontade de ser mais do que objetos de um retrato: logo decidiram fazer suas próprias fitas. A partir de 1918, com a Primeira Guerra Mundial, o cinema no continente americano teve seu primeiro apogeu. Os principais países exportadores de cinema da época – França, Alemanha e Itália – estavam ocupados demais no campo de batalha para prestar atenção à indústria cinematográfica, e a situação foi aproveitada tanto por Hollywood quanto pela Cidade do México e Buenos Aires. A fundação da Fox Film Corporation (1915) nos Estados Unidos coincide com o estabelecimento da Azteca Films (1917), a primeira produtora cinematográfica do México. Já em Buenos Aires, em 1915, a Cairo Filmes estreou *Noblezza gaucha*, um longa-metragem mudo que se tornou o primeiro sucesso internacional de bilheteria da história do cinema latino-americano.<sup>26</sup>

Os avanços técnicos marcaram eras e criaram novas oportunidades. O desenvolvimento dos filmes sonoros na década de 1930, em particular, revolucionou a indústria e desencadeou uma segunda onda de investimento e distribuição de filmes. Mas também ficou claro que o cinema era uma poderosa ferramenta de representação: no México da época, o cineasta russo Serguéi Eisenstein filmou os camponeses com calçados huaraches e sombreros, chapéus que se tornaram por décadas uma marca global do México. *Las Luces de Buenos Aires* (1931), o filme pioneiro do cinema sonoro argentino, lançou não só o músico Carlos Gardel, mas também a capital argentina, que passou a ser associada internacionalmente ao ritmo de tango que o filme apresentava (embora tenha sido filmado em Paris). O cinema californiano, por sua vez, tornou a cidade fronteira de Tijuana, no México, sede e protagonista do cinema: entre 1924 e 1935, um total de 20 filmes de Hollywood a escolheram como cenário ou tema.<sup>27</sup> O mesmo aconteceu com o Rio de Janeiro, que em 1933 foi cenário de *Flying down to Rio*, filme estrelado pela diva mexicana Dolores del Río e o americano Fred Astaire, e que espalhou a ideia arquetípica do Rio como uma cidade mística e elegante (tudo com a ajuda do governo brasileiro e sua Comissão de Cooperação Internacional, que viu no cinema a oportunidade de passar uma imagem positiva do Brasil no cenário internacional).<sup>28</sup> Oitenta anos depois desse filme, os turistas ainda chegam aos grandes hotéis de Copacabana em busca dos fantasmas de uma cidade maravilhosa que o cinema retratou.

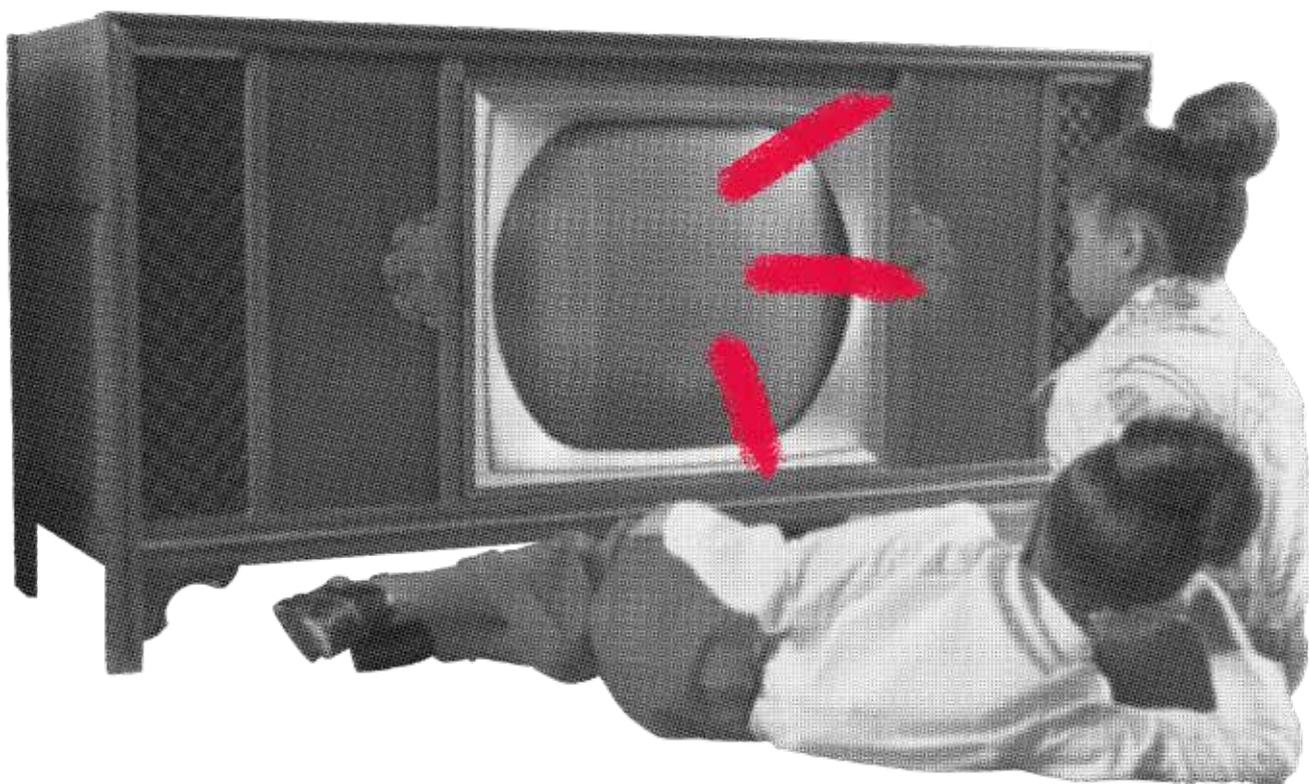
O grande auge do cinema latino-americano, principalmente no México e na Argentina, viria logo depois, graças aos efeitos colaterais da crise de 1929 e da Segunda Guerra Mundial. Com Hollywood descapitalizada, a Argentina aumentou a produção de filmes sonoros na década de 1930.<sup>29</sup> Em 1942, produziu 56 filmes, o maior número do mundo de língua espanhola naquele ano, e

seus filmes circularam por todo o Cone Sul. Os anos em que a Argentina se tornou uma potência do cinema são conhecidos como a era de ouro do cinema argentino, e foram as décadas de estrelas como Tita Merello, Zully Moreno e Libertad Lamarque.

Na década de 1940, o México acelerou sua produção de filmes e os exportou para o que alguns chamam de "mercado natural": América Central, norte da América do Sul e sul dos Estados Unidos. Esse crescimento ocorreu devido à inauguração dos Estúdios Churubusco, os mais modernos da região. Em 1950, do total anual de 124 filmes lançados no país, 36 eram produzidos nesses estúdios. E essa proporção aumentaria nos anos seguintes,<sup>30</sup> uma prova convincente da importância de se investir em infraestrutura. Graças à sua presença global, volume de produção e star system, o México teve sua própria era de ouro nessas décadas.



- 
- 26 Laura Tucker, "Páginas libres: Inclusion and Representation in Early Argentine Cinematic Practices". *Revista de Estudios Hispánicos*, 49 (2015), 131.
- 27 Tim Girven, "Hollywood's heterotopia: US cinema, the Mexican border and the making of Tijuana". *Travesía, Journal of Latin American Cultural Studies*, 3 (1994), 119-120.
- 28 João Mascarenhas, "La construcción de la imagen de Río de Janeiro en Hollywood durante los años treinta y cuarenta", *Procesos Históricos, Revista de Historia, Arte y Ciencias Sociales*, 31 (2018), 131.
- 29 Nadia Ponti, "La evolución del espacio escénico en la época dorada del cine argentino (1933-1943)", *Escena Uno | Escenografía, dirección de arte y puesta en escena*, 7 (2017), 1. <http://escenauno.org/wp-content/uploads/2017/12/La-evolucion-del-espacio-escenico-en-la-epoca-dorada-del-cine-argentino.pdf>
- 30 Isaac León Frías, *Más allá de las lágrimas: espacios habitables en el cine clásico de México y Argentina* (Lima: Universidad de Lima, 2018), edición Scribd, cap. II, apartado 13.



Nas décadas seguintes, comédias, melodramas e musicais se tornariam os gêneros por excelência do cinema latino-americano, marcados pelo surgimento de figuras como Mario Moreno "Cantinflas" ou Pedro Infante, cuja fama transcendeu as fronteiras e os transformou em objetos de admiração em lugares tão diversos como os Andes peruanos, a Patagônia chilena ou os povoados de Andaluzia. O México, em particular, teve vários momentos em que suas exportações audiovisuais alcançaram audiências inesperadas. Os filmes rancheros, por exemplo, ficaram famosos na Iugoslávia do general Josip Broz "Tito". Embora hoje a Iugoslávia não exista mais, na Sérvia e na Croácia ainda é possível encontrar adeptos de mariachis, o que mostra a influência cultural de longo prazo que a indústria audiovisual pode ter no imaginário social.

### A ASCENSÃO DA TELEVISÃO

A partir dos anos 1960, porém, o cinema encontra um novo concorrente: a televisão. Essa tecnologia, que existe desde a década de 1930, mas não teve distribuição em massa ou transmissão a cores em nossa região até a década de 1960, se instala pouco a pouco nos domicílios da América Latina. Assim, surge uma nova indústria liderada por empresas que levarão nomes como Telesistema Mexicano (hoje Televisa), TV Globo no Brasil, Caracol Televisión na Colômbia, Venevisión na Venezuela, entre outras, dedicadas a criar e transmitir conteúdos para o que seria por décadas o aparelho doméstico de excelência e a única tela nas casas: a televisão.

No início, a grade de programação consistia em programas ao vivo: noticiários, discursos políticos, programas de "variedades" com música e dança e alguns eventos esportivos. No entanto, a televisão adaptou os formatos até então cinematográficos e radiofônicos (as radionovelas, com a narrativa visual do cinema) para contar novos tipos de histórias. Nossa região deu origem ao que o pesquisador Eduardo Santa Cruz chama de "o produto cultural televisivo mais importante da América Latina": a telenovela.

As décadas de 1970 e 1980 foram um auge para a televisão, e o cinema teve dificuldade em competir. Durante esses anos, a maioria dos países latino-americanos também enfrentou graves crises econômicas e políticas que atingiram os consumidores e a indústria cinematográfica nacional. Além disso, a cinematografia regional sofreu um declínio de conteúdo, caracterizado por uma baixa qualidade de produções.<sup>31</sup> Os mecanismos de financiamento estatal foram reduzidos e o número de filmes produzidos caiu no México e no Brasil. Com a liberalização econômica e os acordos de livre comércio, o cinema americano ganharia mais importância, assim como o conteúdo de países como o Japão, cujas séries animadas – conhecidas como anime – tiveram uma presença inegável na nossa televisão nos anos 1990.

31 Isis Saavedra, "El fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994", *EIAL: Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 17 (2006), 111.

## O STREAMING ENTRA EM CENA

Mas aqui o conteúdo audiovisual ainda era produzido, principalmente para a televisão, por meio de conglomerados como Televisa, Caracol TV, Globo, TV Azteca e Venevisión. Na década de 1990, as novelas brasileiras, colombianas e venezuelanas encontraram mercado em outros países do continente, mas também na Europa, Ásia e África, com os consequentes benefícios econômicos de qualquer exportação. A ascensão da televisão por meio dos serviços a cabo e da televisão por satélite elevou a demanda audiovisual e contribuiu para manter vivo o trabalho de diretores, roteiristas, produtores e equipes técnicas (crews). A televisão por assinatura, que tinha cerca de 15 milhões de assinantes na América Latina no início do século XXI, gerou demanda por conteúdo<sup>32</sup> – importado e nacional – em mercados como Brasil, Argentina, México e Venezuela. Na década de 1990, as antenas parabólicas que coroavam os telhados faziam parte do skyline de cidades como São Paulo, Monterrey e Caracas. Empresas como Omnivisión Multicanal (Venezuela), Cablevisión (México), PCTV (México) e Net (Brasil) dominaram o setor. Por meio desses serviços, canais norte-americanos como Cartoon Network, MTV, Fox, CNN, Discovery Channel, entre outros, criaram suas versões latinas, com conteúdo produzido localmente, além dos que vinham da matriz dos Estados Unidos.

Nesse cenário, e apesar da ascensão da telinha, o impulso de fazer filmes não diminuiu. No final da década de 1990, uma leva de diretores como Alfonso Cuarón, Walter Salles, Fernando Meirelles e Alejandro González Iñárritu, no México e no Brasil, experimentou outros modelos de financiamento, incluindo investimento privado e coprodução internacional. Isso permitiu a criação de obras icônicas do cinema latino-americano da virada do século, como *Amores perros* (2000), *Central do Brasil* (1998), *Y tu mamá también* (2001) e *Cidade de Deus* (2002).

Com o novo século, a criação de fundos de subsídios representou novas fontes de financiamento para as indústrias cinematográficas nacionais da região. A multiplicação das salas de cinema e da televisão a cabo, por sua vez, aumentou os canais de distribuição, dinamizando ecossistemas de produção. Um caso interessante é o da HBO: desde seu lançamento pela Omnivisión Multicanal na Venezuela em 1991, o canal HBO Olé trouxe o modelo de televisão premium aos consumidores da América Latina. Nos anos 1990, a HBO dos Estados Unidos experimentou a produção de séries dramáticas originais, obtendo grande sucesso com *Oz* (1997) e *The Sopranos* (1999). Ambas as séries, que se estenderam por várias temporadas, serviram como modelo para produções da HBO na América Latina, como *Epitafios* (Argentina, 2004), *Mandrake* (Brasil, 2005), *Capadocia* (México, 2008) e *Prófugos* (Chile, 2011), que replicaram os elementos dessas séries americanas.

A maioria dos países latino-americanos se conectou à Internet pela primeira vez entre 1989 (México) e 1994 (Colômbia). Nos anos seguintes, o serviço deixou de ser disponibilizado apenas a pesquisadores universitários e funcionários do governo e começou a ser um serviço comum nos domicílios dos centros urbanos. No início, as velocidades da Internet permitiam que apenas pequenos arquivos, principalmente de texto, fossem transmitidos. As velocidades aumentaram drasticamente com a chegada das conexões de banda larga, que se tornaram mais comuns na região no início do século XXI.<sup>33</sup> Essas conexões rápidas permitiram o compartilhamento de arquivos maiores – como arquivos de vídeo – pela rede. Com o crescimento da Internet, um eletrodoméstico ganhou destaque nos domicílios: o computador desktop, que logo ganharia novos formatos como laptop, smartphone e, posteriormente, tablet, estabelecidos como possíveis meios de consumo de audiovisual.

Em 24 de abril de 2005, o usuário Jawed carregou um vídeo em uma nova página chamada YouTube. Esse vídeo, de apenas 19 segundos, mostra um jovem – Jawed Karim, um dos fundadores do site – falando em frente a uma área de elefantes de um zoológico e foi o primeiro vídeo na história da plataforma.

O YouTube, que nasceu como um serviço para qualquer usuário compartilhar ou assistir a um vídeo, apareceu em um momento crucial: quando o surgimento das câmeras digitais e o aumento da velocidade de download permitiam a disseminação de vídeos pela Internet. Menos de um mês após sua estreia, esse serviço receberia quase trinta mil visitas por dia de todos os cantos do mundo; em dezembro de 2005, o YouTube já havia atingido 25 milhões de visitas diárias.<sup>34</sup>

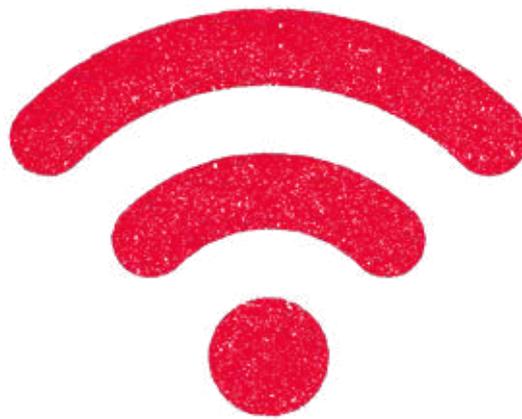
Embora não tenha sido o primeiro serviço a permitir o compartilhamento de vídeos (Vimeo, um serviço semelhante, data de 2004), o YouTube seria o pioneiro em levar ao público geral essa modalidade de consumo pela Internet que hoje conhecemos como streaming. Apesar de o primeiro ano de operação ter sido complicado – por exemplo, o YouTube teve dificuldades no início para atender à grande demanda de usuários e coibir materiais que violavam direitos autorais –, o crescimento vertiginoso de usuários mostrou que houve um grande interesse em consumir séries, filmes, vídeos e outros produtos audiovisuais (inclusive vídeos gerados pelos próprios usuários) na rede. Apenas um ano e meio após sua estreia, em novembro de 2006, o YouTube foi adquirido pelo Google por US\$ 1,6 bilhão. Desde então, o serviço não parou de crescer. E o suporte tecnológico que se popularizou – o streaming – tornou-se uma forma comum de visualização de todos os tipos de conteúdo.

32 Delia Crovi, "La televisión por cable en México", *Revista Telos* 69 (s.f.), 9. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero069/la-television-por-cable-en-mexico/?output=pdf>

33 Yevgeny Kuznetsov y Carl Dahlman, *Mexico's Transition to a Knowledge-Based Economy. Challenge and Opportunities* (Washington: World Bank Institute. Development Studies, 2008), 92.

34 William Hosch, "YouTube", *Encyclopedia Britannica*; <https://www.britannica.com/topic/YouTube>.

No início do século XXI, o serviço da Netflix consistia em enviar DVDs por correio para seus assinantes. No entanto, a partir de 2007, a empresa abandonou esse modelo e se tornou uma empresa de entretenimento que cobrava por acesso ao conteúdo em uma plataforma digital de streaming. **Ao contrário do cinema, que mede o sucesso com base nos ingressos vendidos, ou da televisão, que o mede com base na audiência, o sucesso dos serviços do modelo conhecido como assinatura de vídeo sob demanda é entendido a partir do acúmulo e retenção de assinantes.** Nos primeiros anos, o catálogo da Netflix era formado exclusivamente por conteúdo audiovisual cujos direitos de reprodução digital haviam sido adquiridos de estúdios cinematográficos de Hollywood, produtores independentes e emissoras de televisão.



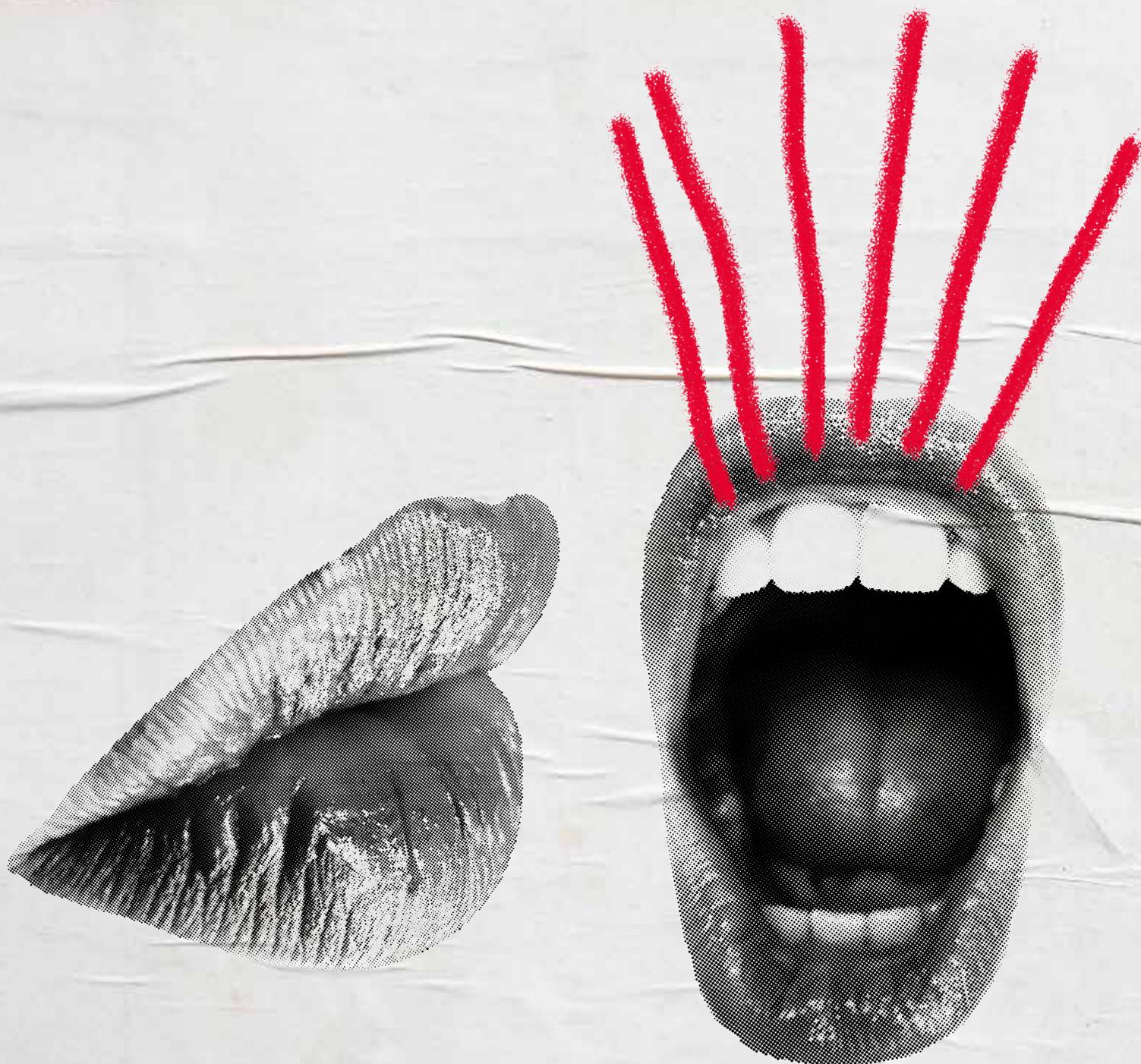
Atualmente, a Netflix, além de distribuir conteúdos sujeitos a licenças produzidas por terceiros (conteúdos licenciados ou licensed contents), lança programas e filmes exclusivos que adquire para distribuição global ou em um determinado território. O primeiro grande sucesso internacional desse modelo foi a série *House of Cards*, que lhe rendeu dois milhões de novos assinantes no primeiro trimestre de 2013.<sup>35</sup>

Em 2011, a empresa chegou à América Latina, região onde, apesar da exclusão digital e do acesso limitado a cartões de crédito, o serviço era usado principalmente pelo público urbano com acesso à Internet de banda larga, atraído pela enorme quantidade de conteúdos disponíveis. Ao longo dos anos, a plataforma ofereceu conteúdo original para esse mercado. Segundo Paula Pinha, diretora de políticas públicas da Netflix, “trabalhar com produtores independentes é fundamental para essa tarefa, e isso se traduz em investimentos significativos em conteúdo local, que por sua vez cria oportunidades significativas no ecossistema criativo.”<sup>36</sup> **Nesse mesmo ano, foi lançado o drama distópico brasileiro 3%, produzido junto com a brasileira Boutique Films. Ambas as séries seguiram o caminho inaugurado na década anterior pelas produções latino-americanas da HBO como *Epitafios* e *Capadocia*, misturando talentos latino-americanos com padrões de produção e formatos narrativos de Hollywood.** O padrão foi replicado em outras partes do mundo. Na Espanha, a série *La casa de papel* (2017), cuja primeira temporada foi produzida pela Atresmedia e adquirida pela Netflix, se tornaria a mais assistida globalmente no serviço em 2020.<sup>37</sup> De acordo com Francisco Ramos, VP de Conteúdo para a América Latina, mais de 80% dos novos assinantes da Netflix vêm de fora dos Estados Unidos, e a empresa produz volumes equivalentes de conteúdo dentro e fora do país, levando suas filmagens para mais de 100 países.

35 Laura Siri, “El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?”, *Hipertextos* 5 (2016), 65.

36 Paula Pinha, comunicação pessoal (12 de outubro de 2020).

**EM 2015, A NETFLIX APOSTOU EM CONTEÚDO ORIGINAL LOCAL, ANUNCIANDO SUA PRIMEIRA PRODUÇÃO EM ESPANHOL: CLUB DE CUERVOS. ESSA SÉRIE, PRODUZIDA EM CONJUNTO COM A ALAZRAKI ENTERTAINMENT, FOI FILMADA E PRODUZIDA NO MÉXICO, COM PROTAGONISTAS MEXICANOS.**



Na América Latina, a Netflix tem trabalhado com alguns dos mais importantes criadores, ampliando seus trabalhos junto ao público global: Alfonso Cuarón, Salma Hayek, Fernando Meirelles, Guillermo del Toro, Carlos Saldanha e Diego Luna são alguns dos que colaboraram com a Netflix, produzindo, dirigindo e atuando em filmes e séries. Contudo, o streaming tem dado mais visibilidade a criadores emergentes de toda a região e espaço a algumas das vozes mais reconhecidas do cinema independente latino-americano, como Amat Escalante, Marcela Said, Alonso Ruizpalacios, Pedro Aguilar, Laura Mora, Pablo González, Alejandra Márquez Abella, Manolo Caro e Mauricio Leiva-Cock.

**O sucesso desse modelo deixou uma lição valiosa no mercado: o crescimento do streaming está atrelado à oferta de conteúdo de alta qualidade, feito sob medida e adaptado ao gosto dos mercados locais.**

Em 2018, a Amazon Prime Video estreou sua primeira série de streaming criada para o mercado mexicano: *Diablo Guardián*.

Desde então, outros serviços como HBO, Disney+, Claro, AppleTV+, Blim, Movistar+ e Globoplay aderiram a essa tendência e aumentaram sua oferta de produtos criados para mercados locais na América Latina e disponíveis em suas plataformas VOD.

Segundo dados da FTI Consulting e da PwC, em 2020,

um em cada cinco domicílios da América Latina já teria pelo menos uma assinatura de serviço de streaming.<sup>37</sup> **Devido ao sucesso do modelo, e dada a necessidade crescente de captar e reter assinantes, estima-se que as empresas que atualmente competem por este mercado irão, em conjunto, investir centenas de milhões de dólares na aquisição e produção de conteúdo em nossa região. Em muitos casos, seus orçamentos podem ser iguais aos que associamos à construção de uma grande fábrica automotiva ou de uma rodovia.** De acordo com um estudo recente da Olsberg SPI, uma superprodução internacional gera um impacto econômico médio de US\$ 9,9 milhões semanais.<sup>38</sup>

No caso da Netflix, a empresa anunciou que buscará investir US\$ 200 milhões em conteúdo local para o México em 2020;<sup>40</sup> um ano depois, a empresa revelou que a quantia aumentaria para US\$ 300 milhões em 2021. De acordo com dados da NextTV, isso se traduziria em 14 produções mexicanas (nove séries, dois filmes, dois programas), mais custos de licença de transmissão; no Brasil, o anúncio foi de 350 milhões de reais.<sup>41</sup> A Amazon, por sua vez, divulgou em janeiro de 2021<sup>42</sup> que nos próximos cinco anos produziria “15 novas séries originais e locais e cinco filmes originais e locais” no México e posteriormente, em março, anunciaria três séries originais destinadas ao mercado brasileiro.<sup>43</sup> A Disney anunciou 70 produções para a região e a WarnerMedia revelou a chegada da HBO Max (que substitui a HBOgo) em 2021 e, como parte do lançamento da plataforma, mais de uma centena de produções originais latino-americanas nos próximos dois anos. No Uruguai, foi noticiada a produção ou filmagem de projetos da Amazon Prime Video, como a série policial *losi, el espía arrepentido*, com talento uruguaio, a série brasileira *Sentença* e uma série da HBO, além de futuras produções da Sony, Netflix e Disney+.<sup>44</sup>

**Ao contrário dos conglomerados de mídia do final do século XX que controlavam tanto a distribuição quanto a produção de conteúdo, as empresas de streaming são responsáveis pela distribuição, embora sua produção recaia em grande parte em empresas locais independentes. Muitos desses parceiros não são grandes estúdios consolidados, mas produtoras independentes que, por sua vez, contam com outras empresas em seu país, região ou mesmo em outras partes do mundo para realizar seus projetos.** Nos últimos anos, surgiu no continente um ecossistema de produção diversificado. Nas entrevistas em que se baseia este livro, alguns dos produtores mencionados repetidamente no México, por exemplo, são Noc Noc Cinema, La Corriente del Golfo, Alazraki Films, Caponeto, Lemon Studios, Vice Studios e Argos Comunicación, que em 2019 desenvolveu projetos para streaming.<sup>45</sup> No Brasil, destacam-se Gullane, 02, Prodigio Films, Zazen Produções e Boutique Films. Outras empresas da região incluem Polka (Argentina), Dynamo (Colômbia), Fabula e Invercine & Wood (Chile). Muitas dessas produtoras foram fundadas por diretores de cinema consagrados, mas as mais recentes foram impulsionadas por novos talentos que conseguiram lançar seus primeiros projetos por streaming.

37 Isobel Lewis, “Netflix’s most watched shows of 2020”, *Independent* (23 de janeiro de 2020). <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/netflix-most-watched-shows-2020-b1778004.html>

38 Digital TV Research, *Latin America OTT TV & Video Forecasts* (março de 2021). [https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC\\_sample\\_313.pdf](https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC_sample_313.pdf)

39 Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 7.

40 Agustín Bertran, “Netflix invertirá USD 200 millones en México el próximo año”, *Nextv News Latin American* (12 de setembro de 2019). <https://nextvlatam.com/netflix-invertira-usd-200-millones-en-mexico-el-proximo-ano/>

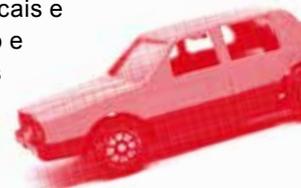
41 Agustín Bertran, “Netflix plans to invest about usd 87 million in Brazilian productions in 2020”, *Nextv News Internacional* (30 de outubro de 2019). <https://nextvnews.com/netflix-plans-to-invest-about-usd-87-million-in-brazilian-productions-in-2020/>

42 Infobae, “Fuerte inversión y decenas de producciones: Amazon Prime Video apuesta por México para su expansión en español” (28 de janeiro de 2021). <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2021/01/28/fuerte-inversion-y-decenas-de-producciones-amazon-prime-video-apuesta-por-mexico-para-su-expansion-en-espanol/>

43 Karol Albuquerque, “Amazon Prime Video announces original Brazilian series”, *Olhardigital* (2 de março de 2021). <https://olhardigital.com.br/en/2021/03/02/cinema-and-streaming/amazon-prime-video-announces-original-brazilian-series/>

44 TV Show, “HBO y Amazon vinieron a filmar a Uruguay: conocí los títulos y los famosos del elenco” (22 de janeiro de 2021). <https://www.tvshow.com.uy/series/hbo-amazon-vinieron-filmar-uruguay-conoce-titulos-famosos-elenco.html>

45 *Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2019*, 45.



Como já aconteceu com outras indústrias, as barreiras para participar do mundo da produção audiovisual vêm diminuindo. Embora o investimento em infraestrutura não seja pequeno, para ter sucesso nessa indústria agora também é importante ter boas ideias, conhecimento técnico, talento e capacidade de contar uma boa história. Como as indústrias criativas em geral, as ideias são tão importantes quanto, ou ainda mais, que a infraestrutura física. Se as décadas anteriores se caracterizaram por um modelo em que altos custos de investimento e a necessidade de contrato com uma emissora de televisão para distribuição de conteúdo fizeram com que apenas grandes conglomerados pudessem produzir um filme ou um seriado, surgiu um mundo em que cada vez mais produtoras independentes propõem, escrevem, desenvolvem e produzem conteúdo audiovisual que é adquirido por empresas de streaming em diferentes esquemas de distribuição em plataformas on-line.

Nos próximos anos, a concorrência pelo mercado regional de streaming será acirrada: o crescimento do acesso à Internet, combinado com uma demanda local que não sucumbe apesar das oscilações econômicas, e a chegada da Disney+, Paramount+ e AppleTV+, sugerem que as empresas buscarão aumentar – ou reter – o número de assinantes a todo custo. Mesmo a pandemia de coronavírus, que afetou as economias locais, não conseguiu impedir o crescimento da demanda por streaming em todo o mundo.<sup>46</sup> Se somarmos a isso o consolidado modelo de conteúdo próprio como forma de atrair públicos, é fato que a demanda por esse conteúdo – e, conseqüentemente, por serviços de produção de alta qualidade por parte dos ecossistemas locais – crescerá cada vez mais.

É importante notar que essas mudanças na realidade audiovisual ocorrem em um contexto midiático que é cada vez mais volátil e complexo. Até pouco antes da pandemia de 2020, e apesar da ascensão dos serviços de streaming, as salas de cinema continuavam tendo um papel inegável tanto na distribuição quanto no esquema tradicional de financiamento de filmes, que recuperam uma parte importante do seu investimento com uma primeira distribuição em salas de cinema. Antes da pandemia, o número de espectadores aumentava anualmente em países como Colômbia, República Dominicana e México. No final de 2020, os cinemas haviam perdido quase todos os seus espectadores, devido às restrições de movimentação, e grandes redes multinacionais que operam na região, como

Cinépolis, Cinemark e Cinemex, enfrentaram dificuldades econômicas e incertezas.<sup>47</sup> Os dados da Colômbia mostram uma queda de 73,1 milhões de espectadores em 2019 para 12,6 milhões em 2020.<sup>48</sup> Diante dessa realidade, que se repetiu em todo o mundo, o conglomerado WarnerMedia fez algo que em um passado não distante seria impensável: estreou uma superprodução em um serviço de streaming (HBO Max) antes de lançá-la no cinema. O mesmo ocorreu com grande parte da produção cinematográfica argentina de 2020, que estreou no canal CINE.AR e no aplicativo cine.ar play sem passar pelas salas de cinema do país, fechadas por boa parte de 2020.<sup>49</sup> Para isso, foi necessária uma resolução que modificou o regulamento do Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais (INCAA) para que os produtores recebessem o subsídio para exibição em salas de cinema apesar da estreia digital (Resolução 166/2020),<sup>50</sup> algo que foi replicado em outros países da região. Ainda não está claro se essa tendência é irreversível, mas alguns especialistas consultados para este livro apontam que a janela de distribuição – o tempo entre a estreia no cinema e o momento em que o filme é transmitido por streaming – provavelmente será ainda mais curta no mundo pós-pandemia.

Deve-se destacar que as emissoras de televisão aberta ainda são muito mais assistidas do que os serviços de streaming. De acordo com dados do Instituto Federal de Telecomunicações do México, 76% da população urbana e 79% da população rural assistem à televisão aberta, mas apenas 21,6% da população urbana e 6% da rural assistem à Netflix.<sup>51</sup> Apesar dessa grande diferença, **o futuro aponta para a ascensão da televisão, tanto gratuita quanto paga, por meio de dispositivos conectados à Internet.** De acordo com estimativas da Digital TV Research, o número de latino-americanos com acesso a serviços de televisão paga deverá diminuir de 72 milhões de assinantes em 2017 para 67 milhões em 2025.<sup>52</sup>

Em outras palavras, o médio prazo aponta para um mundo no qual o streaming não se limitará a conteúdo de vídeo sob demanda, mas se tornará um complemento cada vez mais claro dos serviços de televisão públicos e privados existentes. O fato de, durante a pandemia, os festivais de cinema, a televisão por assinatura, o cinema independente, o teatro, a animação, entre outros, terem optado pelo streaming como ferramenta indica que a produção de conteúdo para esses serviços será cada vez mais ampla e variada.

46 BBC News, "TV watching and online streaming surge during lockdown" (5 de agosto de 2020). <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-53637305>

47 Edgar Apanco, "El silencio de Cinemex y el futuro de las salas multiplex", *Cine Premiere* (26 de fevereiro de 2021). <https://www.cinepremiere.com.mx/cinemex-cierre.html>  
Daniel Arias, "¿Se extinguirán las salas de cine?", *Los Andes.com* (11 de octubre de 2020). <https://www.losandes.com.ar/estilo/se-extinguiran-las-salas-de-cine/>

48 Claudia Triana (directora de Proimágenes Colombia), comunicación personal (febrero de 2021).

49 Impulso Baires, "CINE.AR PLAY se consolida como una de las revelaciones de este tiempo de pandemia" (15 de agosto de 2020). <https://www.impulsobaires.com.ar/nota/285197/cinear-play-se-consolida-como-una-de-las-revelaciones-de-este-tiempo-de-pandemia/>

50 Boletín oficial de la República Argentina, "Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales - Resolución 166/2020" (27 de abril de 2020). <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>

51 Instituto Federal de Telecomunicaciones. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2019, 82-93. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/01encca2019vp.pdf>

52 Panorama Audiovisual, "América Latina perderá cinco millones de abonados a televisión de pago" (3 de septiembre de 2020). <https://www.panoramaaudiovisual.com/2020/03/09/america-latina-perdera-cinco-millones-abonados-televisión-pago/>



## CAPÍTULO 1

# AS REGRAS DO JOGO AUDIOVISUAL MUDAM PARA OS GIGANTES DA INDÚSTRIA

Nas últimas duas décadas, a América Latina e o Caribe avançaram no desenvolvimento de um marco normativo e cultural que inclui a indústria audiovisual. Nesse período, a maioria dos países criou diferentes programas de promoção e financiamento, por exemplo, da cinematografia. Após anos difíceis no final do século passado – particularmente complicados para a indústria cinematográfica do México e do Brasil –, o ecossistema de produção de conteúdo audiovisual passa por um momento favorável na maioria dos países latino-americanos, e o setor foi um dos primeiros a serem retomados após a primeira onda da pandemia de coronavírus em março de 2020. No caso dos três gigantes do audiovisual latino-americano – México, Brasil e Argentina – existem, no entanto, complexidades políticas e econômicas que merecem destaque.

No início de 2021, o México avaliava novas formas de financiar sua indústria após a extinção de dois importantes mecanismos: Foprocine e Fidecine (foi criada uma nova figura, o Focine, para financiar o setor). Em 2019, o orçamento da Ancine no Brasil foi reduzido em 43% para 2020. A indústria audiovisual na Argentina enfrenta dificuldades relacionadas à macroeconomia nacional. Conglomerados midiáticos e televisivos históricos como Globo, Televisa e Clarín reformulam seus canais de distribuição, devido à maior concorrência da publicidade digital.

O Chile e a Colômbia viram sua indústria crescer nos últimos anos. Embora a indústria audiovisual nesses dois países não tenha atingido um tamanho comparável ao das "históricas", os dois países deram saltos qualitativos na última década. O Chile, apesar de ter um mercado interno pequeno, criou uma indústria audiovisual marcada pela qualidade e com grandes ambições exportadoras; em 2019, exportou 38,7 milhões de dólares em "serviços audiovisuais, publicidade e animação" para os Estados Unidos, um valor 8,2% superior ao de 2018.<sup>53</sup> A Colômbia, por sua vez, cresceu como mercado consumidor e, nos últimos anos, graças às inúmeras leis que visam ao fortalecimento do setor e à evolução de seu ecossistema local, aumentou sua capacidade de atração de produções estrangeiras. Entre 2013 e 2018, as "exportações de audiovisual e serviços relacionados" apresentaram um crescimento médio anual de 20%, situando as exportações colombianas de audiovisual em torno de 48,2 milhões de dólares em 2018.<sup>54</sup>

Um dos desafios compartilhados na região é assimilar, no nível regulatório, as evoluções recentes dos modelos de streaming. As plataformas de vídeo sob demanda (VOD, na

sigla em inglês) transmitem conteúdo, mas não são emissoras; elas são um serviço de livre transmissão pela Internet (OTT), mas não são empresas de tecnologia ou software. Essas distinções são importantes, pois nos falamos de uma indústria que, além de incipiente, ainda não está completamente definida, o que dificulta a formulação de legislação pertinente que se mantenha em vigor ao longo do tempo, dadas as constantes mudanças no que pretende regular.

Isso nos obriga a fazer duas perguntas: Como regular o que está sempre mudando? Como não afetar o serviço que o público acessa? A natureza do audiovisual atrai, em última análise, os telespectadores, aqueles que exigem uma representação mais plural e diversa nas telas. Compreender essa tensão é fundamental para gerar melhores políticas públicas na formulação de marcos regulatórios na América Latina e no Caribe.

## “NOSSA CULTURA FAZ PARTE DO NOSSO PATRIMÔNIO, MAS NÃO ESTÁ ISENTA DE SUA CIRCULAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO”.

— Lucrecia Cardoso

“A política pública sempre fracassou quando não esteve sincronizada com os avanços científicos tecnológicos”, diagnostica Lucrecia Cardoso, secretária de Desenvolvimento Cultural da Argentina. “Nossa cultura faz parte do nosso patrimônio, mas não está isenta de sua circulação e comercialização no contexto da globalização. O desafio é que as políticas públicas acompanhem as mudanças ocorridas historicamente, as estimulem e entendam que a produção cultural é um fenômeno global que os países devem promover acompanhando seus criadores e trabalhadores, pois hoje representam um percentual significativo da economia da região e nos tornam atrativos para o mundo por nossos talentos e competitividade”.<sup>55</sup>

53 ProChile, “Ministro de Relaciones Exteriores y Director General de ProChile inauguran Encuentro de Negocios para empresas del sector audiovisual con foco en Estados Unidos” (23 de novembro de 2020). <https://www.prochile.gob.cl/noticia/ministro-de-relaciones-exteriores-y-director-general-de-prochile-inauguran-encuentro-de-negocios-para-empresas-del-sector-audiovisual-con-foco-en-estados-unidos/>

54 Cámara de Comercio de Bogotá, “Colombia exporta más de 80% de su producción cinematográfica a EE.UU.” (março de 2019). <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2019/Marzo-2019/Colombia-exporta-mas-de-80-de-su-produccion-cinematografica-a-EE.UU>

55 Lucrecia Cardoso, comunicação pessoal (4 de janeiro de 2021).

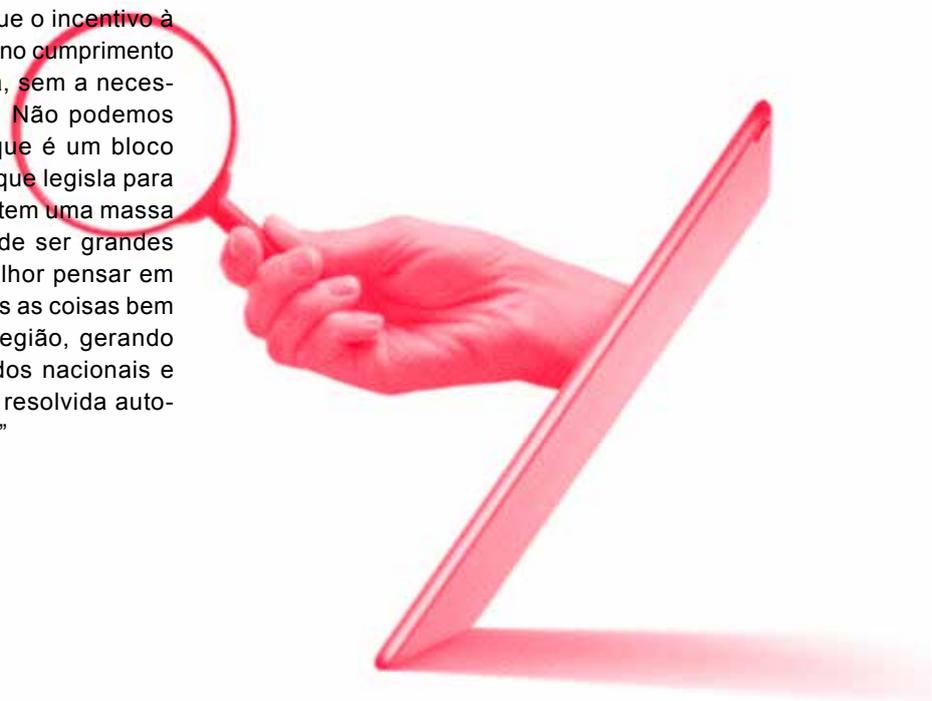
O Observatório Latino-Americano de Regulação, Mídia e Convergência (Observacom), uma organização com sede no Uruguai que se dedica a estudar as diferentes legislações do audiovisual de nossa região e a emitir recomendações para os serviços OTT, insiste em uma regulamentação que garanta a proteção das audiências, livre concorrência, neutralidade da rede e, acima de tudo, direitos humanos. Observacom também sugere que nossos países tomem como referência o modelo promovido pela União Europeia, que, além dos incentivos à produção, inclui mecanismos para garantir diversidade e livre concorrência: cotas de conteúdo de nível europeu, o que significa que na oferta da plataforma deve haver uma porcentagem de produções ou coproduções de origem europeia, que deve ser acompanhada de medidas de destaque e traduzida na visibilidade de títulos na plataforma.

Muitos outros especialistas consultados, no entanto, acreditam que a realidade da União Europeia, onde a governança inclui 27 Estados-membros, é muito diferente da América Latina para ser replicável, portanto a utilização do modelo seria arbitrária. Seria mais adequado desenvolver políticas específicas que respondam às particularidades da realidade latino-americana.

Nesse sentido, Cardoso acredita que o incentivo à produção deve ser priorizado: “Apostamos no cumprimento da cota de conteúdo local seja cumprida, sem a necessidade de exigir percentuais arbitrários. Não podemos nos comparar com a União Europeia, que é um bloco continental, com um Parlamento próprio que legisla para todos os países-membros e que também tem uma massa crítica de usuários muito grande, além de ser grandes produtores de conteúdo”. Para ela, é melhor pensar em uma mistura: “Acreditamos que se fizermos as coisas bem e as plataformas confiarem em nossa região, gerando hubs de produção e produzindo conteúdos nacionais e internacionais, essa discussão pode ser resolvida automaticamente, pois a cota será cumprida.”

Yvette Marichal, que é diretora geral do Cine de la República Dominicana no momento da redação deste documento, está convicta de que a solução está no público, naturalmente inclinado aos conteúdos que retratam suas experiências e cotidiano: “Quando o dominicano vai ao cinema, o que ele mais consome são os filmes locais. Mais pessoas foram ver filmes dominicanos do que Star Wars”.<sup>56</sup>

Seja em países de médio ou grande porte, é importante que os governos incluam a indústria audiovisual como possível eixo de atração de investimentos globais que movimentam bilhões de dólares em todo o mundo. Grandes mercados possuem talento e infraestrutura, mas muitas vezes faltam formação, mecanismos de financiamento e atualização de marcos políticos para que as indústrias sejam competitivas na escala necessária. Muitos são os países do mundo que competem para desenvolver uma indústria audiovisual, e os “gigantes audiovisuais” da região não deveriam dormir sobre os louros, pois é preciso mais do que a inércia da história para uma indústria prosperar.



56 Yvette Marichal, comunicación personal (2 de novembro de 2021).

# MÉXICO: UMA NOVA ERA DE OURO?



**POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR::**

*México, produção independente, fomento para produção, cinema autoral, cinema independente, formação*

A partir da década de 1940, o México se tornou um dos epicentros da indústria cinematográfica. Nas décadas seguintes, atores como Pedro Infante e Dolores del Río e personagens como Cantinflas e Pepe el Toro ficaram conhecidos do Texas à Terra do Fogo. Os filmes épicos mexicanos lotavam os cinemas romenos e as comédias eram aplaudidas na Espanha. A época ficou conhecida como Era de Ouro e foi marcada pelo volume e qualidade das produções. Desde então, o México tem sido um importante motor da indústria audiovisual mundial. Exceto por algumas décadas difíceis, principalmente entre 1980 e 1990, em que o cinema viu seus números caírem, sua produção teve alcance internacional, conquistando não só crescimento econômico, mas também soft power e reconhecimento global.

Na última década, em particular, tem havido um renascimento da sua produção audiovisual, que inclui cinema, televisão e conteúdos dirigidos a streaming. O México, com 126 milhões de habitantes e alto índice de desenvolvimento, é por muitos motivos um mercado atraente para qualquer empresa que deseja criar conteúdo audiovisual. O país é um grande consumidor de cinema e séries, mas suas produções também podem ser naturalmente disseminadas pelo mundo: filmes como *Los olvidados* (1950) e *Amores perros* (1998) são hoje clássicos do cinema mundial. Filmes de Hollywood inspirados em temas mexicanos, como *Coco* (2017) – um filme de animação sobre o Dia dos Mortos – e *Frida* (2002) foram sucesso de bilheteria internacional. E vale ressaltar que seus habitantes receberam o streaming de braços abertos: hoje, de acordo com a Dataxis, o México tem quase 12 milhões de assinantes de serviços SVOD (segundo trimestre de 2020). **Segundo dados da PwC, estima-se que o mercado mexicano over-the-top (OTT) chegará a 1,42 bilhão de dólares em 2024, tornando-se o maior mercado da América Latina.**<sup>57</sup> Não é por acaso que, nos últimos cinco anos, serviços como Netflix, Amazon e HBO produziram dezenas de conteúdos para o mercado local de streaming: *Ingobernable*, *Diablo guardián*, *Oscuro deseo*, *Sr. Ávila* e *La casa de las flores* são algumas séries que fizeram sucesso dentro e fora do país.

Nos últimos anos, sua produção audiovisual e cinematográfica teve grandes momentos. Filmes como *Después de Lucía* (2012), *Te prometo anarquía* (2015) e *Roma* (2018) receberam prêmios internacionais importantes. *Roma*, em particular, foi um exemplo de como a obra de um autor – Alfonso Cuarón –, independente na sua concepção e produção inicial, pode atingir um público global através da distribuição por streaming. Gravado em espanhol e mixteca e estrelado pela estreante Yalitza Aparicio, o filme ganhou o Oscar de melhor filme estrangeiro. Documentários como *Bellas de noche* (María José Cuevas, 2016) e *Tempestad* (Tatiana Huezo, 2016) têm captado a atenção do público e reconhecimentos no circuito de festivais de classe A, contribuindo para um grande campo de produção documental que tem espectadores em todo o mundo.

Em uma entrevista em 2019, Alejandro González Iñárritu, cineasta que ganhou diversos prêmios, previu um ecossistema de produção em rápido crescimento: "Há uma quantidade de produções que vocês não imaginariam, de muitos formatos, de muitos gêneros... Quantitativamente, estamos vivendo uma era de ouro".<sup>58</sup> Iñárritu, que deixou o México no final dos anos 1990 para buscar oportunidades em Hollywood que não encontrou em casa, declarou diante de uma plateia de estudantes de cinema uma frase de otimismo impensável até recentemente: "Vocês não precisam mais sair do país para fazer cinema."

Após o início da pandemia em 2020, o panorama econômico no México se complicou, os orçamentos culturais diminuíram e o otimismo no cinema se tornou menos palpável. A crise do coronavírus atingiu especialmente esse país, que sofreu uma queda de 8,5% no PIB em 2020.<sup>59</sup>

Alguns cineastas consultados para esta publicação ficaram consternados com a eliminação dos incentivos do Fundo de Investimento e Incentivo ao Cinema (Fidecine), bem como do Fundo de Produção Cinematográfica de Qualidade (Foprocine). Juntos, esses fundos serviram para financiar quase setecentos projetos cinematográficos entre 2000 e 2020, quase metade do total nacional.<sup>60</sup> No entanto, os apoios não desapareceram por completo, foram substituídos pelo Focine, programa cujo orçamento contempla um valor reduzido.

A produtora Paula Amor, diretora da La Corriente del Golfo, acredita que os estúdios pequenos serão os mais afetados. "Há empresas que têm segurança e continuarão a ter projetos, mas há outras que não têm a mesma sorte. Algumas empresas menores e independentes, que realizam projetos maravilhosos, não terão mais as mesmas oportunidades de continuar produzindo".<sup>61</sup>

Mónica Lozano, presidente da Academia Mexicana de Artes e Ciências Cinematográficas (AMACC), acredita que essa redução terá efeitos na temática cinematográfica e na representação, pois sem o cinema independente corremos o risco de "nos tornarmos um grande país que cobre conteúdos com identidades que não nos pertencem e não refletem nossa realidade".<sup>62</sup>

57 PwC, "Global Entertainment and Media Outlook 2020-2024. La industria del entretenimiento y medios se reconfigura". [http://explore.pwc.com/mx\\_gemo2020/wp\\_gemo2020\\_mexico](http://explore.pwc.com/mx_gemo2020/wp_gemo2020_mexico)

58 UNAM Global. (s.f). *Ya no hay que salir del país para hacer cine: González Iñárritu*. (Archivo de video). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=6cH-hUellBw>

59 Yolanda Morales, "En el 2020, el PIB de México se desplomó 8,5%", *El Economista* (25 de febrero de 2021). <https://www.eleconomista.com.mx/economia/El-PIB-de-Mexico-se-desplomo-8.5-en-2020-la-peor-caida-desde-1932-20210225-0043.html>

60 César Huerta. "Imcine presenta el apoyo que sustituirá a Fidecine", *El Universal* (18 de diciembre de 2020). <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/imcine-presenta-el-apoyo-que-sustituira-fidecine>

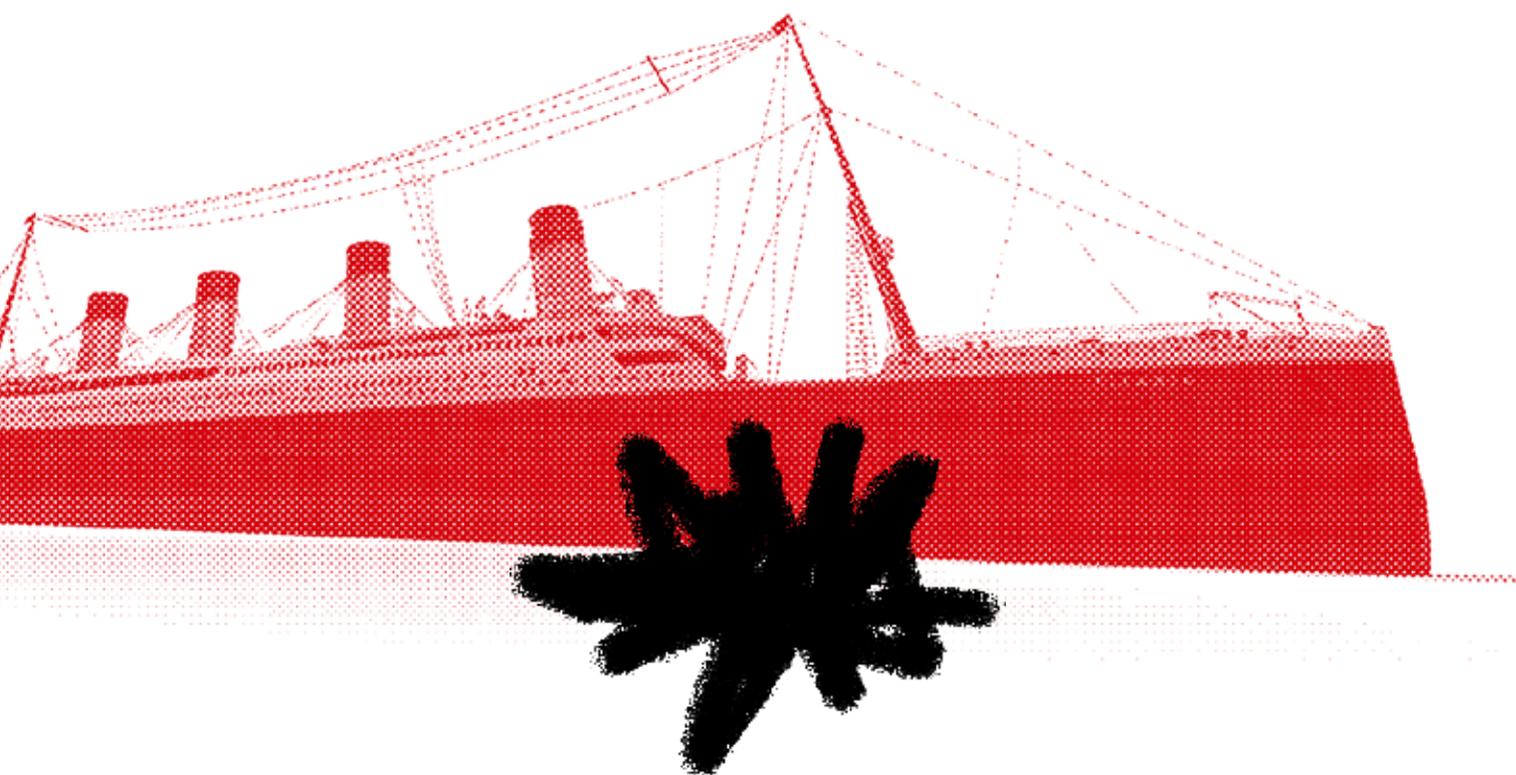
61 Paula Amor, comunicação pessoal (4 de dezembro de 2020).

62 Mónica Lozano, comunicação pessoal (19 de fevereiro de 2021).

O cinema independente mexicano desempenha um papel muitas vezes invisível. Embora chegue a um pequeno público e os seus temas pareçam alheios às "massas", alguns especialistas consultados destacam o seu papel como semeador de talentos e espaço de desenvolvimento profissional. Um grande número de diretores e fotógrafos atuais, duas áreas em que o México se destaca mundialmente, são produtos de um fluxo de trabalho (pipeline) de talentos que surge de universidades de cinema no México e no exterior, se forja no cinema independente e depois alimenta a indústria audiovisual de alcance nacional e internacional. Alguns dos cineastas mais famosos por seguir esse caminho são Guillermo del Toro, Alfonso Cuarón e Emmanuel Lubezki. Mais recentemente, outros jovens cineastas como Alejandra Márquez Abella e Alonso Ruizpalacios, que desenvolvem projetos de streaming, seguiram um caminho semelhante. A existência desse campo de talentos é um ponto positivo para a sua indústria audiovisual; atrapalhar seus ciclos pode prejudicar não apenas os filmes independentes, mas também o futuro da indústria como um todo.

Mas o país enfrenta outros desafios que exigem uma visão de longo prazo, incluindo quadros técnicos insuficientes. "Há um grupo limitado de técnicos de iluminação, câmera, figurino, maquiadores, editores e engenheiros de som que deve ser aumentado para atender à demanda", diz Lozano. A melhora da segurança também é uma questão pendente, de acordo com Ana María Magaña, diretora-geral da MPA México, que acredita que a falta de segurança muitas vezes afasta a produção internacional.<sup>63</sup> Isso é particularmente notável no norte do país, onde alguns apontaram que o aumento da violência desde 2008 retardou o desenvolvimento de polos como Rosarito-Tijuana, que se tornou famoso na década de 1990 por abrigar os estúdios onde James Cameron filmou *Titanic*.<sup>64</sup>

Por enquanto, porém, parece que o México tem tudo para se recuperar do impacto da pandemia e seguir em frente com sua indústria audiovisual: tem talento, histórias e uma presença global invejável. Produtoras de toda a América Latina querem entrar nesse mercado, que veem como uma plataforma para o mundo, pois há infraestrutura aqui e os investimentos irão continuar nos próximos anos. No entanto, é importante que os profissionais do audiovisual e o governo trabalhem para determinar as melhores vias para nutrir essa área. Fortalecer os programas que funcionam e diagnosticar conjuntamente as áreas de oportunidade será essencial para que a nova Era de Ouro se torne uma realidade permanente.



63 Ana María Magaña, comunicação pessoal (29 de janeiro de 2021).

64 Nuria Rozas, "Así es el estudio de cine acuático más grande del mundo", *Diario SUR* (7 de setembro de 2016). <https://www.diariosur.es/culturas/cine/201608/22/aguas-hollywood-20160822084343.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

# “O MÉXICO TEM QUALIDADE, VARIEDADE, PREÇO E INDÚSTRIA”

POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*México, produção independente, telenovelas, investimento, VOD, séries contemporâneas*

Quando Epigmenio Ibarra deixou seu emprego como correspondente de guerra nos anos 1990 para fundar a produtora independente Argos Comunicación, o mercado mexicano de televisão estava concentrado em duas grandes empresas: Televisa e TV Azteca. A chegada de um produtor independente era, em suas palavras, "inédita" e a ideia de gerar conteúdo fora de uma das principais emissoras de televisão parecia uma missão impossível.

Ibarra sonhava em fazer documentários que pudessem mudar o país. Mas logo teve um insight: se ia mudar a cultura mexicana, seria mais fácil fazê-lo por meio de formatos populares. Se o melodrama havia servido para a "educação sentimental" do mexicano na metade do século, por que não usar o mesmo formato para discutir as questões que preocupavam a sociedade dos anos noventa?

Em 1997, a Argos produziu *Mirada de mujer*. A telenovela, estrelada por Angélica Aragón e baseada na colombiana *Señora Isabel* (1993), contou a história de uma mulher que se apaixonou por um homem mais jovem. O programa revolucionou a forma de retratar os protagonistas mexicanos que haviam sido vítimas ou vilões, mães abnegadas ou malvadas, com pouca voz e complexidade. Em *Mirada de mujer*, a protagonista era uma mulher forte que questionou a sociedade conservadora e colocou temas tabu como a sexualidade feminina na boca de todos. A telenovela foi um sucesso absoluto para a Argos e para a TV Azteca, que a distribuiu. Rubén Jara, fundador do Ibope, chegou a dizer que nenhuma novela havia deixado uma marca tão profunda na psiquê mexicana.<sup>65</sup>

A Argos Comunicación continuou produzindo conteúdo para televisão. Em 2008, a empresa colaborou pela primeira vez com a rede HBO para produzir *Capadocia*, uma série que se comprometeu em trazer formatos próprios da rede, caracterizados por seus altos valores de produção, para o mercado mexicano. Ibarra relata que *Capadocia* já dava indícios de algo que viria depois: uma transição para um

novo tipo de televisão em que o enredo importava menos que o personagem, em que os arcos narrativos eram mais densos e as formas de produção mais próximas da cinematografia do que da televisão.

A previsão se tornou realidade e essa nova forma de produzir explodiu, segundo Ibarra: "Estamos vivendo uma época muito empolgante porque há cinco anos isso não existia, [imaginar] uma indústria de produção de conteúdo independente era uma utopia compartilhada por uns três ou quatro produtores."<sup>66</sup> Ele atribui essa virada diretamente à entrada da Netflix no mercado mexicano, que em todo o mundo exige mais conteúdo local para complementar seu catálogo global.

## DA NOVELA DE 180 CAPÍTULOS AO THRILLER DE 18 CAPÍTULOS

Uma produtora que historicamente produziu novelas está pronta para fazer séries? Que mudanças os novos formatos de televisão exigem? No caso da Argos, os investimentos se concentraram na construção de mais infraestrutura e na atualização dos estúdios de pós-produção. Uma das apostas consistia na criação da Cinematic Media, empresa dedicada à correção de cores, edição, som e delivery, que exigiu um investimento de cerca de cinco milhões de dólares, segundo Ibarra.

Além disso, o produtor relata que, ao contrário dos anos 1990, quando produzia para emissoras de televisão locais, ele hoje trabalha principalmente para empresas de fora do México, ou seja, ele exporta. "Produzimos de tudo no México, e 80% ou 85% dos negócios dependem do exterior e 15% de produtoras que também atuam no exterior." Isso ressalta a tendência das empresas estrangeiras demandarem conteúdo produzido no México.

65 Paul Julian Smith, "Netflix's *The House of Flowers* and the New Telenovela", *Film Quarterly*, vol. 72 (2019), 59-61.

66 Epigmenio Ibarra, comunicação pessoal (28 de outubro de 2020).

**“ESTAMOS VIVENDO EM UMA ÉPOCA MUITO EMOCIONANTE PORQUE HÁ CINCO ANOS ISSO NÃO EXISTIA, [IMAGINAR UMA] INDÚSTRIA DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO INDEPENDENTE ERA UMA UTOPIA COMPARTILHADA POR CERCA DE TRÊS OU QUATRO PRODUTORES”**

— Epigmenio Ibarra





Ibarra acredita que o país está em uma posição privilegiada para aproveitar o crescimento do streaming. “O México tem qualidade, variedade, preço e indústria, mas precisa crescer.” Para isso, é fundamental que o número de profissionais aumente. Nos próximos anos, serão necessários “designers de produção, assistentes de direção, diretores, coloristas, tudo”, adverte. “Não há gente para tanto trabalho, as disputas por escritores, diretores, diretores de fotografia são complicadas.”

Por enquanto, a aposta da Argos nos novos formatos tem valido a pena. Duas de suas produções mais marcantes foram *Ingobernable* e *Oscuro deseo*, ambos para a Netflix. As séries têm algo em comum com *Mirada de mujer*: uma protagonista madura e forte, decidida a explorar suas complexidades.

O conteúdo produzido pela Argos confirma que o público global deseja consumir histórias mexicanas. *Ingobernable* (2017), estrelado por Kate del Castillo, gerou audiência em países como a Turquia, Itália e Coreia do Sul.<sup>67</sup> Além disso, 35 milhões de contas da Netflix em 77 países optaram por assistir *Oscuro deseo*, estrelado por Maite Perroni, que chegou ao top 10 das séries mais assistidas da Netflix em junho de 2020.

Esses produtos para a era de streaming podem dar ao México a representação imaginária que foi dada pelas telenovelas, que promoveram uma face misteriosa, sensual e até luxuosa do país em lugares distantes do mundo? “É hora de ganharmos essa relevância”, acredita Ibarra.

67 About Netflix, “Netflix Expands its Latin America Investments, Announcing New Original Series, *Diablero*, Filmed Entirely in Mexico” (2 de agosto de 2017). <https://about.netflix.com/en/news/netflix-expands-its-latin-america-investments-announcing-new-original-series-diablero-filmed-entirely-in-mexico>

# A COLÔMBIA EMERGE COMO POTÊNCIA AUDIOVISUAL



**POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:**

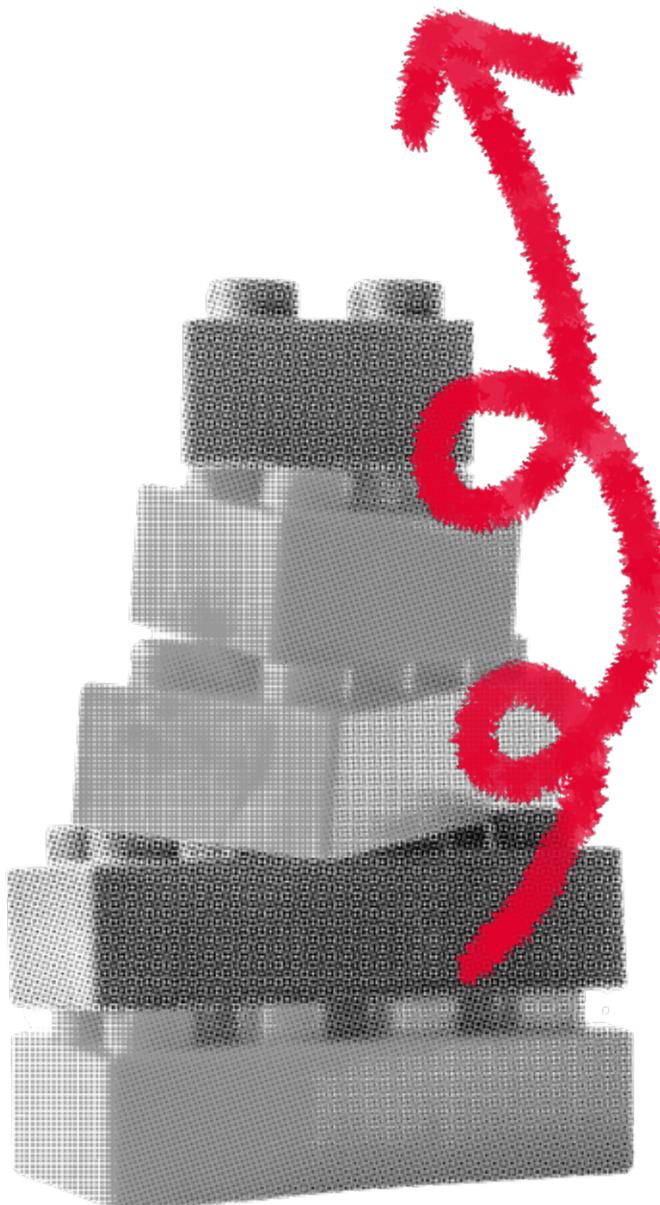
*Colômbia, produção independente, incentivos, novelas, políticas públicas*

A Colômbia não é o país que mais exporta, nem o que mais produz, nem o que mais investiu. Mas é sem dúvida um dos que mais construiu: há dez anos não tinha muita indústria audiovisual além da televisão e hoje tem um ecossistema próspero. Quando os especialistas do setor querem apontar para um país que faz as coisas rapidamente, eles quase sempre dizem: "Vejam o que a Colômbia está fazendo." Não que antes este país fosse um deserto audiovisual: produziu novelas de sucesso desde os anos oitenta e desde a estreia de *Café con aroma de mujer*, em 1994, iniciou sua ascensão como país exportador não só de novelas, mas também de roteiros e adaptações para as telinhas do mundo.<sup>68</sup> Esse processo culminaria com *Yo soy Betty, la fea* (1999), uma série que foi adaptada para mais de treze versões locais<sup>69</sup>— Vietnam, China, Estados Unidos, Brasil e até Geórgia tiveram sua própria Betty —, por isso alguns a consideram a novela de maior sucesso de todos os tempos.<sup>70</sup>

Mas até 2010 continuou a ter pouco desenvolvimento do cinema nacional e, como não tinha uma indústria de serviços de produção muito consolidada, estava fora do radar das produtoras internacionais mundiais.

A Colômbia também tinha um desafio de imagem: devido aos conflitos sociais que assolaram o país durante parte do século XX, a percepção internacional era a de uma terra repleta de perigos. Para uma indústria como a audiovisual, que exige segurança e condições estáveis, filmar ali parecia um esporte de alto risco, e poucas produções internacionais ousaram fazê-lo; boa parte delas fez documentários voltados para os conflitos políticos e sociais e com certa dose de sensacionalismo.

Mas a Colômbia tinha um plano. Desde 2003, quando foi aprovada a Lei do Cinema, a legislação tem buscado acelerar o crescimento do setor. E graças a esses esforços e a um ousado pacote de estímulos e incentivos à produção, conseguiu aumentar primeiro o número de filmes nacionais e depois o número de produções internacionais rodadas no país. Assim, passou de 18 filmes nacionais em 2011 para 37 em 2018.<sup>71</sup> Agora, a indústria colombiana ocupa o quarto lugar na região em termos de exportações de audiovisual.<sup>72</sup> Segundo Felipe Buitrago, ex-Ministro da Cultura da Colômbia, se o setor se recuperar e voltar a crescer no ritmo dos anos anteriores à pandemia, a Colômbia poderá atingir 1% do mercado audiovisual global nos próximos cinco anos.<sup>73</sup>



68 Janet McCabe y Kim Akass, *TV's Betty Goes Global: From Telenovela to International Brand*. (Londres: IB Tauris, 2013), 50.

69 Rocío Quispe-Agnoli, "La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado". *La Mirada de Telemo 2* (2009), 6. <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20338/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

70 Quispe-Agnoli, "La telenovela latinoamericana...", 6.

71 Cine Colombia Distribución, *Resumen Industria Cinematográfica Colombia* (2018), 21. <https://www.proimagenescolombia.com/secciones/centrodoc/estudios.php>

72 Yolanda Amaya, "Exportaciones: la producción audiovisual se posiciona bien", *El Tiempo* (18 de março de 2019). <https://www.eltiempo.com/economia/exportaciones-la-produccion-audiovisual-se-posiciona-bien-338926>

73 Felipe Buitrago, comunicação pessoal (19 de novembro, 2020).

Nos últimos tempos, inúmeras produções internacionais tiraram proveito do cash rebate, protegido pela lei nº. 1.556, de 2012, que consiste na devolução de 40% dos gastos realizados pelas produtoras em serviços nacionais de pré-produção, produção e pós-produção e 20% dos gastos logísticos.

Alguns desses filmes são *Triple frontera* (2019), uma superprodução estrelada por Ben Affleck e Pedro Pascal, que filmaram várias cenas nos arredores de Bogotá, ou *Gemini man* (2019), de Will Smith com direção de Ang Lee, que filmou cenas de ação em becos e muralhas de Cartagena das Índias. *The boy* (2015), produzido por Elijah Wood, aproveitou o incentivo colombiano para construir um cenário que seria inacessível nos Estados Unidos.<sup>74</sup> Embora a história se passe em um motel em uma área remota do Colorado, os cineastas optaram por filmá-la perto de Medellín, em uma cidade que guardava semelhanças geográficas com o sudeste dos Estados Unidos. Outras produções internacionais que foram filmadas em seu território incluem *The padre* (2018), *Mile 22* (2018), *The Belko Experiment* (2016), *The lost city of Z* (2016), *Out of the dark* (2014) e capítulos da série *Narcos* (2015).

Para se qualificar para os incentivos, essas produções precisam necessariamente incluir um parceiro colombiano. Isso desencadeou um ecossistema de empresas audiovisuais locais que cresceram e se profissionalizaram em grande velocidade. A mais conhecida de todas é a *Dynamo*, que se consolidou como uma das maiores produtoras independentes da América Latina e referência no mundo do VOD, com 40 longas-metragens e quase vinte séries de ficção, incluindo *Narcos* e *Narcos 2* (Netflix), *El Chapo* (Univision), *Falco* (Amazon Prime Video) e *Arde Madrid* (Movistar+). Além de ter escritórios na Colômbia, a *Dynamo* já possui representações na Cidade do México, Madri e Nova York.

Outro caso interessante é a *Congo Films*, empresa fundada pelo cineasta Carlos Congote, que se dedica ao aluguel de equipamentos de última geração para produções nacionais e estrangeiras. A empresa, que também oferece workshops e cursos técnicos, aluga seus equipamentos para produções no México, Peru e Chile, onde abriu recentemente uma filial. Congote viu o seu negócio crescer nos últimos anos e descreve o sistema atual como "muito favorável", acrescentando que os incentivos "ajudaram a indústria a crescer e nós andamos de mãos dadas com ela".<sup>75</sup>

Esse otimismo se estende a criadores como Pablo González, que foi roteirista de *Historia de un crimen: Colmenares* (2019) e director de *El robo del siglo* (2020), ambas as séries desenvolvidas para streaming. González vê com bons olhos as mudanças mais recentes na Lei 1.556, anunciadas em 2020, que incorporam incentivos para séries, videoclipes e publicidade. "Acho que isso vai nos ajudar muito", diz o criador.<sup>76</sup> Ele conta que sua experiência na Colômbia o ajudou a aumentar sua projeção como diretor e que atualmente trabalha em dois projetos fora de seu país. É uma situação cada vez mais comum para os profissionais do audiovisual colombiano, cuja indústria vem ganhando espaço no cenário internacional.

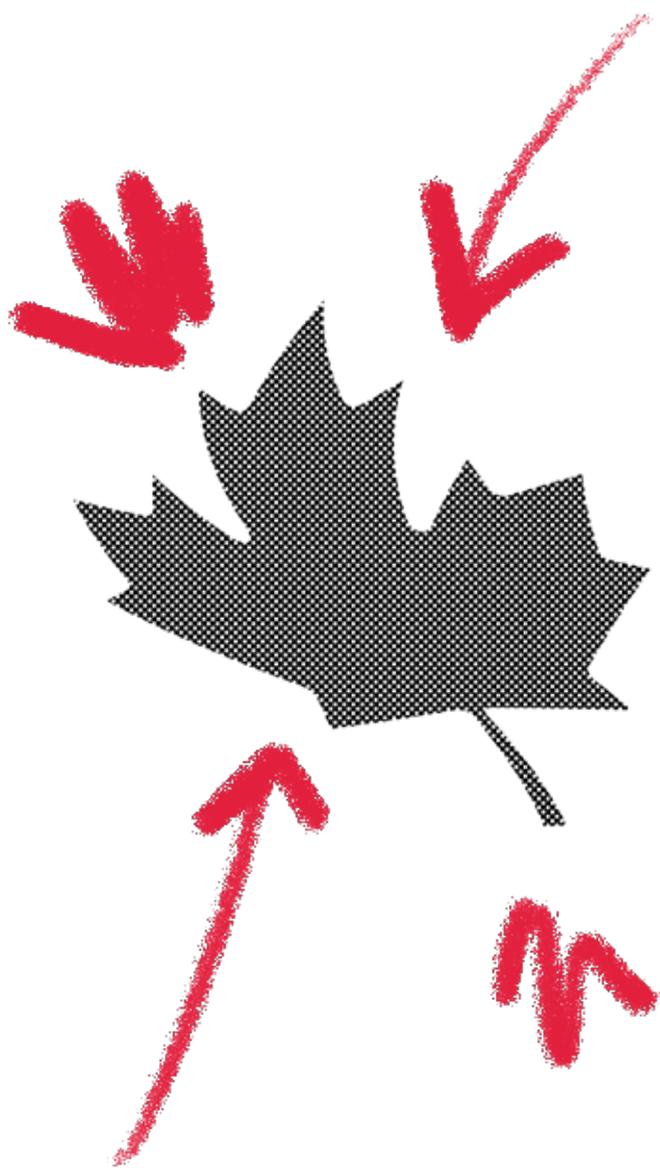
A conjuntura global coloca a nação em uma posição ideal para produzir conteúdos de alta qualidade, com aspirações na articulação entre o global e o local. Embora os estereótipos do passado não tenham desaparecido por completo e tenham alimentado produções que fascinam o público em todo o mundo, as narrativas propõem novas formas de contar histórias. Nesse sentido, a Colômbia tem utilizado suas políticas públicas para atrair investimentos, dando flexibilidade a criadores e empresas para trabalhar em diversos projetos. E à medida que a indústria cresce, os novos projetos que chegam ao país não procuram mais contar a história de um traficante, mas por que é um bom lugar para fazer filmes.

74 Papa Vinyard, "SXSW '15: Vinyard questions director Craig William Macneill and writer Clay McLeod Chapman about THE BOY!", *Ain't It Cool News* (22 de março de 2015): <http://legacy.aintitcool.com/node/70811>

75 Carlos Congote, comunicação pessoal (11 de novembro de 2020).

76 Pablo González, comunicação pessoal (20 de outubro de 2020).

# O QUE SÃO INCENTIVOS CINEMATOGRAFICOS



Os incentivos cinematográficos são descontos e créditos concedidos a empresas que incorrem em despesas com serviços audiovisuais em um território ou país. Embora variem muito em seus requerimentos, esses programas têm em comum o fato de buscarem atrair produtores estrangeiros para uma região ou estimular a produção audiovisual nacional.

Os primeiros programas de incentivo ao cinema datam do final dos anos 1990 e foram implementados no Canadá.<sup>77</sup> O governo os usou para atrair filmagens americanas para o país, e funcionou. Logo, cidades como Toronto e Vancouver substituíram Nova York e Chicago como destinos de filmagem. A indústria canadense não se limitou a promover suas locações e desenvolveu uma indústria de serviços de produção e pós-produção audiovisual que hoje inclui importantes empresas de pós-produção, animação, efeitos visuais e videogames.

Após o sucesso canadense, alguns estados da União Americana, como Louisiana e Novo México, implementaram programas de incentivos em 2002. Esses estados atraíram produções icônicas, incluindo a série *Tremé* (2010), da HBO, e *Breaking Bad* (2008), da AMC. Além dos gastos incorridos, essas séries colocaram novos locais no mapa de turistas interessados em ver locações de filmes e televisão que não eram percorridos anteriormente por viajantes – por exemplo, a cidade de Albuquerque, no Novo México.

A partir da primeira década do século, algumas nações da Europa introduziram programas de incentivo ao cinema. As primeiras foram Alemanha, Reino Unido e Islândia,<sup>78</sup> mas logo quase todo mundo as seguiu. Até o momento, a maioria dos países do velho continente – incluindo Noruega, Espanha, Irlanda, Montenegro, Bulgária, Malta e Portugal – tem esses programas de incentivos. Recentemente, a tendência se espalhou para a Ásia, onde a Malásia, Taiwan, Coreia do Sul, Tailândia e Filipinas os introduziram.

O programa de incentivos colombiano, dotado de um fundo de 12,5 milhões de dólares, é um modelo de como fazer crescer uma indústria em pouco tempo, segundo muitos dos especialistas consultados, e desde que foi criado, em 2012, alguns países da América Latina já optaram também por legislar esquemas desse tipo.

Os incentivos preferidos dos produtores e empresas geralmente são os cash rebates ou reembolsos em dinheiro, embora os créditos fiscais transferíveis ainda sejam comuns em várias jurisdições ao redor do mundo. O primeiro consiste em uma contraprestação (devolução de uma porcentagem do valor total da despesa) que é entregue ao investidor após o cumprimento de determinadas condições; o segundo é um crédito fiscal que o produtor pode vender a um contribuinte, como uma empresa com um passivo tributário, que com isso reduz sua carga tributária. Colômbia, República Dominicana, Uruguai, Panamá, Trinidad e Tobago e Chile (este último com programa piloto) contam com esquemas de incentivos.

77 KPMG, *Media and Entertainment Film Financing and Television Programming. A Taxation Guide* (2012). <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/03/Film%20financing%20and%20television%20programming-%20canada.pdf>

78 Jonathan Olsberg y Andrew Barnes, "Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe", Observatorio Audiovisual Europeo (2014), 24-25. <https://rm.coe.int/impact-analysis-of-fiscal-incentive-schemes-supporting-film-and-audiov/16808e4506>

# INCENTIVOS CINEMATOGRAFICOS NA REGIÃO (E EM MERCADOS CONCORRENTES)

## COLÔMBIA

O Fondo Fílmico de Colombia oferece um cash rebate – reembolso em dinheiro – de 40% do valor das despesas diretas com serviços audiovisuais e de 20% do valor das despesas indiretas ou logísticas para “obras cinematográficas, séries e videoclipes”.

Outra ferramenta de captação de investimento estrangeiro introduzida em 2020 é o Certificado de Investimento Audiovisual (Certificado de Inversión Audiovisual), que permite o acesso a um desconto fiscal de até 35% do valor total dos serviços realizados em território nacional. Essa ferramenta também pode ser aplicada a videogames e séries.

Para estarem sujeitas a esses incentivos, as despesas na Colômbia devem ser custeadas por “empresas colombianas ou indivíduos de nacionalidade colombiana domiciliados no país”.<sup>79</sup>

Somam-se a isso incentivos regionais como o Incentivo FilMedellín, que devolve até 10% do total das despesas com serviços contratados na cidade de Medellín.<sup>80</sup>

## URUGUAI

Redução de 10,6%, 17,6% ou 25% na despesa de produção no país, conforme o nível de gastos. Aberto a “longas-metragens, curtas-metragens, videoclipes, animações, documentários, produções televisivas e séries internacionais”. Os comerciais internacionais produzidos aqui podem ter uma redução de 20%, desde que a despesa executada seja superior a US\$ 300 mil.

Pelo decreto 220/998, há isenção do pagamento de imposto sobre valor agregado (IVA, 22%) sobre despesas de produção realizadas no exterior, mas filmadas no Uruguai.

## REPÚBLICA DOMINICANA

Crédito fiscal transferível – transferable tax credit – do total para filmes dominicanos e um crédito de 25% para produções estrangeiras – “obras cinematográficas, filmes para televisão, séries e minisséries para televisão, documentários, novelas e videoclipes” –<sup>81</sup> gastando mais de US\$ 500 mil e tendo um mínimo de 25% de equipe dominicana.

## PANAMÁ

Desconto de 25% para produções filmadas no país, com investimento de pelo menos US\$ 500 mil em custos locais (esse percentual foi recentemente elevado em 15%).

O reembolso total pode ser garantido antecipadamente com uma seguradora para fluxo de caixa na produção.<sup>82</sup>

79 Location Colombia, *Incentivos*. [https://locationcolombia.com/incentivos/#move\\_ley](https://locationcolombia.com/incentivos/#move_ley)

80 Film Medellín. *Beneficiarios Incentivo FilMedellín 2020* (30 de dezembro de 2020). <https://filmedellin.com/noticias/incentivo2020/>

81 Dirección General de Cine. *Guías de los incentivos de la Ley 108-10*. República Dominicana. <https://dgcine.gob.do/filmar-en-rd/guias-de-los-incentivos-de-la-ley-108-10/#23-25-wpfd-credito-fiscal-transferible-articulo-39>

82 Ver Filmpanama.gob.pa

# INCENTIVOS CINEMATOGRAFICOS NA REGIÃO (E EM MERCADOS CONCORRENTES)

## CHILE

Em 2018, o Chile implementou um programa piloto de Apoio a Investimentos Audiovisuais de Alto Impacto que estipula o retorno de até 30% das despesas qualificadas para séries de televisão e filmes, com um teto de três milhões de dólares.<sup>83</sup>

## TRINIDAD Y TOBAGO

Redução de 12,5% a 35%, dependendo do nível de gastos com produções estrangeiras (longas-metragens, filmes realizados para a televisão, séries dramáticas ou minisséries, documentários, animações e comerciais estrangeiros: reembolso máximo de 3,76 milhões de dólares). Para produções locais, o desconto é uma taxa fixa de 35%. A este valor deve ser adicionado o reembolso de 20% dos custos de mão de obra local contratada.<sup>84</sup>

## MÉXICO

Por meio da Eficine 189, o país permite que os contribuintes concedam recursos para a produção ou distribuição de projetos e coproduções cinematográficas mexicanas em troca de um crédito fiscal equivalente ao valor contribuído, que pode ser descontado no imposto de renda (máximo de 10% do exercício)<sup>85</sup> No primeiro período de 2021, apoiou a produção de 55 projetos.<sup>86</sup>

Inclui também o reembolso do imposto sobre valor agregado (IVA), com 16% de todas as despesas realizadas no país.

## ECUADOR

Taxa de IVA de 0% para serviços de pré-produção, produção e pós-produção. Reembolso de 50% do IVA em compras locais e importação de bens e serviços para desenvolvimento audiovisual.<sup>87</sup>

83 Gobierno de Chile, *Chile en acción: Guía para rodar*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y Film Commission Chile, 2018. <https://oibc.oei.es/uploads/attachments/393/chile-en-accion-guia-para-rodar.pdf>

84 Ver <https://filmtt.co.tt/rebate/>

85 Instituto Mexicano de Cinematografía, "Eficine 189. Estímulo fiscal a proyectos de inversión en la producción y distribución cinematográfica nacional", s.f. <http://www.incine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/eficine189/>

86 Secretaría de Hacienda y Crédito Público, *Listado de proyectos susceptibles de autorización para la aplicación del Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional, correspondiente a los proyectos de inversión en la producción cinematográfica nacional que ingresaron en el primer periodo del ejercicio fiscal 2021 (2021)*. <https://www.cultura.gob.mx/PDF/Eficine/EFICINE-Produccion-proyectos-susceptibles-1er-periodo-2021.pdf>

87 Listado Ecuatoriano del Cine y Audio Visual (LEA). Instituto de Cine y Creación Audiovisual <http://www.servicioscreatividad.gob.ec/lea/filmin.html>

# INCENTIVOS CINEMATOGRAFICOS NA REGIÃO (E EM MERCADOS CONCORRENTES)

## INCENTIVOS EM OUTRAS REGIÕES

### ALEMANHA

O Fundo Federal de Cinema da Alemanha (DFFF, na sigla em inglês) concede um subsídio equivalente a 20% a 25% dos custos aprovados de produção<sup>88</sup> através de uma série de fundos (DFFF I, DFFF II e o German Motion Picture Fund). Desde a sua introdução em 2007, os fundos DFFF I e II desembolsaram cerca de 867 milhões de euros e apoiaram 1.501 produções, com investimentos de 5,1 bilhões de euros no ecossistema audiovisual alemão.

### ESLOVÁQUIA

O Fundo Eslovaco para o Audiovisual oferece um reembolso de 33% para conteúdo cinematográfico (longas-metragens, documentários ou animação) ou séries de televisão produzidas no país. Os projetos devem exceder um orçamento mínimo e passar por um “teste cultural”.<sup>89</sup>

### GRECIA

Desconto de 40% para “longas-metragens, documentários, séries televisivas, filmes de animação e jogos digitais” em que o país apareça na cinematografia, na fase de produção ou na pós-produção.

O incentivo é válido para produções nacionais e internacionais e coproduções. O fundo, que é administrado pelo Centro Nacional de Meios de Comunicação e Audiovisual, é de 75 milhões de euros para o período de 2018 a 2022.<sup>90</sup>

### FILIPINAS

O Conselho de Desenvolvimento de Filmes oferece um reembolso de até 20%, limitado a 10 milhões de pesos filipinos, por meio de seu programa de incentivo à localização de filmes.

### TAILÂNDIA

Desde 2017, concede um desconto de 15% a 20% para produções que trabalham com coordenação local e que gastam mais de 50 milhões de baht no país.

### CONNECTICUT, EE. UU.

Crédito fiscal de 10% sobre os custos de produção entre 100 mil e 500 mil dólares, com um aumento de 15% nos projetos com custos qualificados de mais de 500 mil dólares. Projetos acima de um milhão de dólares podem obter até 30% de crédito.<sup>91</sup>

88 Ver [www.dfff-ffa.de/en.html](http://www.dfff-ffa.de/en.html)

89 Ver <https://www.filmcommission.sk/cash-rebate/>

90 Ver <https://www.filmcommission.gr/incentives/40-cash-rebate/>

91 Connecticut's State. "Tax Incentives". *Connecticut Department of Economic and Community Development* <https://portal.ct.gov/DECD/Services/Film-TV-Digital-Media/Tax-Incentives>

BRASIL:

# UMA GRANDE INDÚSTRIA QUE SEGUE NOVOS RUMOS



POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Brasil, produção independente, regulação, fundos públicos*

Embora faça fronteira com quase todos os países da América do Sul, o Brasil é uma nação culturalmente distante de seus vizinhos. O gigante sul-americano é a sexta nação mais populosa do planeta e isso se traduz em autossuficiência: sua cultura – música, literatura e cinema – muitas vezes parece trilhar um caminho diferente do hispano-americano. Devido ao seu grande tamanho, alguns sugerem que se trata de um planeta separado: com uma órbita autônoma, capaz de gerar suas próprias forças de atração.

No campo do audiovisual, desenvolveu uma indústria que se caracteriza pelo olhar para dentro, com foco em suas histórias e audiência. Com o surgimento do Cinema Novo nos anos 60, com criadores como Glauber Rocha e Nelson Pereira dos Santos, a cinematografia consolidou um olhar estético marcado por um desejo profundo de desvendar a complexidade nacional. E havia muito a explorar, pois sua diversidade cultural, geográfica e social é infinita: da selva de concreto de São Paulo à Amazônia, das colinas verdes do Rio de Janeiro ao árido interior do Sertão, aliada às suas complexas raízes multiculturais, o Brasil possui inúmeros temas e contrastes sociais que alimentam a arte e a criação.

Ao contrário da indústria audiovisual argentina que se espalhou pelo Cone Sul, ou da mexicana que buscou mercados na América Central e do Sul, a indústria audiovisual brasileira nunca dependeu muito de exportações para sobreviver. Ter um mercado nacional gigante – com cerca de 210 milhões de habitantes, a maior nação lusófona do mundo – significava que, para terem sucesso, bastava as produções nacionais se popularizarem no seu mercado. No entanto, o cinema de Glauber Rocha e as novelas da Rede Globo são alguns dos produtos audiovisuais brasileiros que tiveram alcance internacional na segunda metade do século 20.

Atualmente, devido à digitalização e ao crescimento da demanda global, sua indústria audiovisual vive uma situação paradoxal: por um lado, o país possui um ecossistema sólido, com produtoras experientes e um pipeline de produção de alto padrão técnico e criativo. O boom da produção independente pode ser atribuído em parte à Lei 12.485, de 2011, conhecida como Lei da TV por Assinatura, que estabeleceu cotas que obrigaram as empresas de televisão por assinatura a realizar conteúdo com produtoras independentes, o que aumentou a disponibilidade de conteúdo próprio.<sup>92</sup>

## EL BOOM DE LA INDUSTRIA DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE SE PUEDE ATRIBUIR EN PARTE A LA LEY 12.485, DE 2011, CONOCIDA COMO LEY DE TV PAGA, QUE ESTABLECIÓ CUOTAS QUE OBLIGARON A LAS COMPAÑÍAS DE TELEVISIÓN DE PAGA A HACER CONTENIDOS DE LA MANO DE PRODUCTORAS INDEPENDIENTES, LO QUE INCREMENTÓ LA DISPONIBILIDAD DE CONTENIDOS PROPIOS.

Por outro lado, existem grandes incertezas no país. Antes de o Brasil ser fortemente atingido pela pandemia de COVID-19 em 2020, foram anunciados cortes significativos no orçamento da Agência Nacional do Cinema. Em outubro de 2020, o jornal O Globo revelou que a agência aprovou financiamento para apenas um projeto nos últimos dez meses, sendo que em 2018 aprovava em média 25 projetos por mês.<sup>93</sup>

Alguns entrevistados compararam esse corte com a extinção da estatal Empresa Brasileira de Filmes, que financiou grande parte do cinema nacional entre 1969 e 1990 e cuja dissolução em prol das noções de mercado livre marcou uma época de escassa produção cinematográfica.<sup>94</sup> Logo após o anúncio do corte, em um documento assinado por 63 entidades audiovisuais, os criadores lembraram que sua indústria é responsável por uma movimentação econômica de 25 bilhões de reais por ano, 0,46% do PIB nacional e 330 mil empregos.<sup>95</sup>

Com a redução do apoio público, a indústria audiovisual busca novas opções para continuar a desenvolver seu trabalho. Beto Gauss, produtor executivo da Prodigio Films, diz que a estratégia de sua produtora tem sido depender cada vez menos do orçamento público. "Desde então [há meia década], decidimos que a nossa empresa trabalharia o mínimo possível com fundos públicos."<sup>96</sup> Essa ideia é compartilhada por Rodrigo Guimarães, diretor de produção local da Warner, que relata: "Estamos começando a explorar modelos alternativos de financiamento 100% privados", recorrendo menos a mecanismos estatais como o artigo 3º da Lei do Audiovisual, que prevê a possibilidade de concessão de créditos fiscais em troca do financiamento de projetos audiovisuais independentes.<sup>97</sup>

92 Agência Nacional do Cinema. *Ley de TV Paga*. <https://antigo.ancine.gov.br/es/regulacion/ley-de-tv-paga>

93 O Globo, "Ministério Público da 15 dias para Ancine explicar por que aprovou apenas um projeto em dez meses" (20 de outubro de 2020.) <https://oglobo.globo.com/cultura/ministerio-publico-da-15-dias-para-ancine-explicar-por-que-aprovou- apenas-um-projeto-em-dez-meses-24703679>

94 Centro Técnico Audiovisual, "A Embrafilme" (10 de outubro de 2018). <http://ctav.gov.br/2008/10/10/a-embrafilme/>

95 Terra, "Audiovisual: um setor com importante força econômica" (16 de novembro de 2020). <https://www.terra.com.br/noticias/dino/audiovisual-um-setor-com-importante-forca-economica.e295e555d018a14abf43e23aa6e738f4es0q5d2.html>

96 Beto Gauss, comunicação pessoal (25 de fevereiro de 2021).

97 Creative Film Finance Forum, *Mesa: Produção de conteúdo original* [Vídeo]. Youtube, 6 de abril de 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ZvEi2LuELi8>

Gauss e outros profissionais consultados veem uma certa esperança no aumento da demanda por plataformas de streaming para continuar crescendo. Hoje, o Brasil é o país latino-americano com o maior número de usuários de serviços de streaming (21,6 milhões no terceiro trimestre de 2020, segundo a Dataxis) e, portanto, um importante mercado para a HBO, que desde 2005 produz séries em português, como *Mandrake* (2005-2007), *Pico da neblina* (2019) e *Santos Dumont* (2019). Recentemente, plataformas como Netflix e Amazon Prime Video produziram séries originais, e a Disney descreveu o pipeline de desenvolvimento de conteúdo brasileiro como sendo muito intenso. “Esses doze meses de pandemia foram o ano em que mais iniciamos novos projetos e que mais assinamos novos contratos”, afirma Bruno Bluwol, gerente de produções locais da Disney Brasil.<sup>98</sup>

A presença do conglomerado Globo no streaming também merece destaque. A empresa, responsável por algumas das novelas mais famosas da história do Brasil, como *Roque Santeiro* (1985) e *Avenida Brasil* (2012), participa de streaming pela plataforma Globoplay. Esse serviço visa a conquistar o público local, mas também a diáspora nacional nos Estados Unidos e na Europa. Segundo relatos, em janeiro de 2021 o serviço já contava com 30 milhões de usuários (gratuitos e pagos) e desenvolvia 82 produções originais.<sup>99</sup> **Em abril de 2021, sob o lema *O futuro é feminino*, a empresa anunciou na MipTV global uma série de produções originais focadas em protagonistas mulheres, de documentários a dramas e séries policiais.**<sup>100</sup>

Diante da nova onda tecnológica, os formuladores de políticas públicas se perguntam se faz sentido regulamentar os serviços de streaming. Dentre as medidas discutidas, destacam-se as cotas de conteúdo nacional para esses serviços. Até o momento, a cota não se concretizou porque não há evidências de que o modelo que funcionava com televisão por assinatura possa ser replicado fielmente para streaming, em que o usuário tem liberdade para escolher o conteúdo que deseja ver. Além disso, mesmo sem cotas, as plataformas produzem conteúdo local em ritmo acelerado.

De acordo com Paula Pinha, diretora de Políticas Públicas da Netflix, um dos motivos pelos quais as plataformas de streaming apostam em produzir no Brasil é o potencial de o conteúdo local ultrapassar as fronteiras nacionais. Esse foi o caso de *Cidade invisível*, uma série

produzida pela Prodigio Films, que alcançou o top 10 dos conteúdos mais vistos na Netflix em mais de 40 países,<sup>101</sup> e o filme *Tudo bem no Natal que vem*, que atingiu 26 milhões de domicílios em todo o mundo.<sup>102</sup>

No entanto, os produtores – acostumados a defender o caráter próprio do audiovisual nacional – costumam insistir na necessidade de mais regulamentação. Caio Gullane, sócio-produtor da Gullane Entretenimento, criadora de *Ninguém tá olhando*, que ganhou o Emmy de melhor série de comédia internacional em 2020, afirma que: “É fundamental que os países que não falam inglês tenham políticas de regulamentação da indústria audiovisual para preservar sua identidade cultural e permitir a sobrevivência da indústria audiovisual local.”<sup>103</sup>

Mesmo sem regulamentação, as discussões que ocorrem na sociedade repercutem na indústria audiovisual. Em momentos marcantes, a temática das produções muitas vezes aborda questões complicadas: documentários como *Democracia em vertigem* (indicado ao Oscar na categoria de melhor documentário longa-metragem em 2020), que aborda o autoritarismo e a violência, esteve no top 10 dos documentários mais assistidos na Netflix em 2019.<sup>104</sup> Igualmente notável é o fato de que, mais do que em outros países do continente, a representação da população negra é tema de grandes discussões: em 2018, quando o romance *Segundo sol*, situado na Bahia, um estado 80% negro, apresentou um elenco 80% branco, as reclamações dos ativistas foram instantâneas.<sup>105</sup>

De acordo com Rodrigo Antonio, sócio-diretor da Associação dos Profissionais do Audiovisual Negro (APAN), apesar dos avanços, a indústria nacional ainda tem muito trabalho a fazer nesse sentido. “A Internet tem ajudado a fortalecer a conexão entre os profissionais negros e se tornou uma nova janela para contarmos nossas histórias, mas enfrentamos disparidades decorrentes da discriminação racial que persiste.” Antonio lamenta que o desenvolvimento dos profissionais negros do audiovisual, principalmente roteiristas, produtores e diretores, não conte com os recursos necessários, mas pontua que parte da solução estaria na capacitação regional: “No norte do país, por exemplo, só temos um programa universitário federal relacionado ao cinema. O Amazonas é um dos três estados do Brasil com maior demanda por locações para filmagens, atrás apenas do Rio de Janeiro e de São Paulo, mas são poucas as produções que vêm de lá”.

Algo com que todos os brasileiros consultados para este livro parecem concordar é que, por mais complexas que sejam as circunstâncias atuais, o futuro do audiovisual local exige cooperação entre os agentes da indústria. “Nosso mercado e nossos talentos merecem atenção e prioridade dos players que trabalham aqui para se desenvolver”, insiste Caio Gullane. Embora as possibilidades de diálogo sejam difíceis de serem imaginadas, é necessário algum tipo de trabalho conjunto para atender prioridades comuns – como o desenvolvimento de talentos –, estabelecer um ambiente regulatório favorável ou continuar desenvolvendo conteúdo próprio capaz de atrair o público mundial.

98 Creative Film Finance Forum, *Mesa: Produção de conteúdo original* [Video]. Youtube, 6 de abril de 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=ZvEi2LuELi8>

99 Tom Grater, “How Brazilian TV Giant Globo Is Planning To Compete With Netflix & Amazon In The Streaming War”, *Deadline*, 19 de janeiro de 2021. <https://deadline.com/2021/01/how-brazilian-tv-giant-globo-is-planning-to-compete-with-netflix-amazon-in-the-streaming-war-1234676055/>

100 Emiliano Granada, “Brazil’s Globo Proclaims ‘The Future is Female’ with Women-Centric MipTV Slate as its Reformats Classics”, *Yahoo News* (14 de abril de 2021). <https://news.yahoo.com/brazil-globo-proclaims-future-female-171508003.html>

101 *Todo TV News*. “Netflix renueva su serie brasileña *Cidade invisível*, éxito en 40 países” (3 de março de 2021). <https://todotvnews.com/netflix-renueva-su-serie-brasilena-cidade-invisivel-exito-en-40-paises/>

102 Netflix, carta de accionistas (19 de janeiro de 2021). [https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc\\_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf)

103 Caio Gullane, comunicação pessoal (26 de março de 2021).

104 Cristina Padiglione, “Documentário sobre impeachment está entre os mais vistos de 2019”, *Folha de São Paulo* (30 de dezembro de 2019). <https://telepadi.folha.uol.com.br/confira-em-primeira-maos-os-documentarios-mais-vistos-da-netflix-brasilena-cidade-invisivel-exito-en-40-paises/>

105 Joe Leahy y Andrés Schipani, “Soap opera row shines light on treatment of black Brazilians”, *Financial Times* (17 de junho de 2018). <https://www.ft.com/content/e5700466-7076-11e8-92d3-6c13e5c92914>

**ALGO COM QUE TODOS OS BRASILEIROS CONSULTADOS PARA ESTE LIVRO PARECEM CONCORDAR É QUE, POR MAIS COMPLEXAS QUE SEJAM AS CIRCUNSTÂNCIAS ATUAIS, O FUTURO DO AUDIOVISUAL LOCAL EXIGE COOPERAÇÃO ENTRE OS AGENTES DA INDÚSTRIA. “NOSSO MERCADO E NOSSOS TALENTOS MERECEM ATENÇÃO E PRIORIDADE DOS PLAYERS QUE TRABALHAM AQUI PARA SE DESENVOLVER”, INSISTE CAIO GULLANE.**

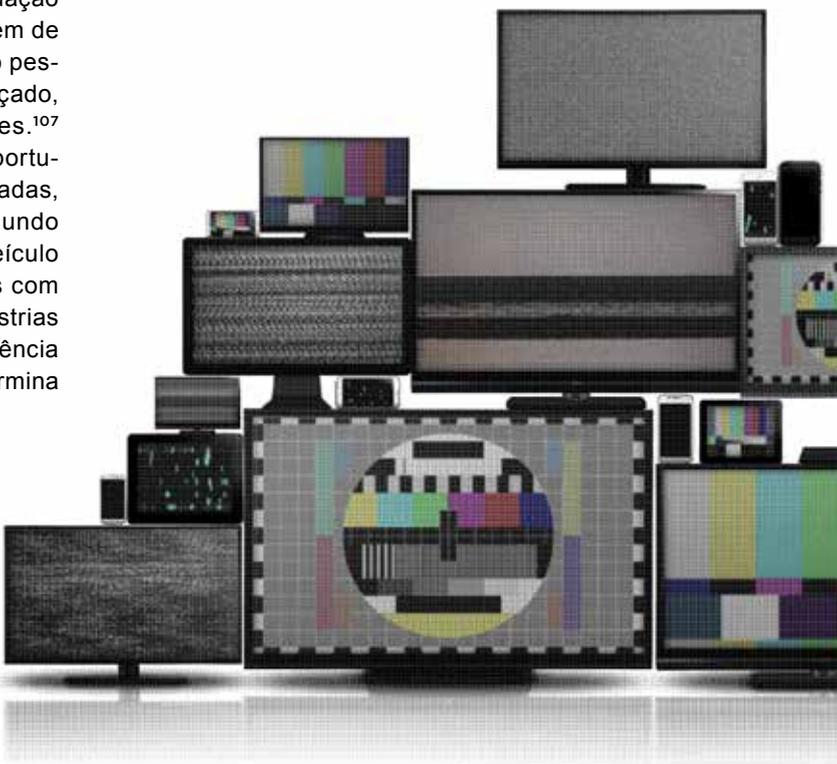
Para isso, é fundamental que produtoras independentes, plataformas, emissoras de televisão e o governo se sentem à mesa e construam um caminho conjunto. Não é uma tarefa fácil e pode até parecer impossível, mas isso não pode ser adiado.



# BRASIL: AS VOZES À MARGEM GANHAM DESTAQUE

Poucas nações desfrutam da diversidade do Brasil, com um território de proporções continentais. O último censo demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostrou um número surpreendente sobre a autopercepção de um país que, como muitos na América Latina e no Caribe, é representado na tela como branco: a porcentagem de brasileiros que se declaram negros é de 56%,<sup>106</sup> um número que continua a crescer. Apesar de ser maioria, a população afrodescendente enfrenta condições de vida mais difíceis, com maior participação em empregos informais, maiores taxas de analfabetismo e maior risco de viver em moradias inadequadas. A perspectiva é ainda mais grave para as mulheres, especialmente aquelas que vivem na pobreza ou estão inseridas em comunidades racializadas. O relatório mais recente da Comissão Interamericana de Direitos Humanos sobre a situação dos direitos humanos no Brasil observou que a desigualdade estrutural é evidenciada em uma discriminação histórica contra afrodescendentes, povos originários e mulheres, e uma discriminação socioeconômica voltada para trabalhadores rurais, migrantes forçados, pessoas em situação de rua, moradores de comunidades e periferias, além de outros grupos em situação de vulnerabilidade como pessoas privadas de liberdade, vítimas de trabalho forçado, pessoas da comunidade LGBTQI+ e adolescentes.<sup>107</sup> Assim, as indústrias criativas representam uma oportunidade para que essas vozes, muitas vezes silenciadas, sejam ouvidas e ampliem seu alcance: em um mundo cada vez mais digitalizado, o audiovisual é um veículo de conexão com as novas gerações. Conversamos com cinco criadores sobre a experiência deles nas indústrias criativas e no audiovisual do ponto de vista da dissidência e da diferença sexual e racial, em que a exclusão germina novas visões e até modos de vida.

**“A desigualdade no Brasil tem cor, sexo, gênero e está localizada à margem da sociedade e, conseqüentemente, dos espaços de poder em que circulam as decisões sobre nosso corpo e o futuro de nossas gerações”, afirma Evandro Fióti,** um dos fundadores, com o irmão Emicida, do Laboratório Fantasma, uma agência de entretenimento que tem como protagonista a cultura de rua, negra e periférica. Para Fióti, que também é músico, o maior desafio é a falta de espaços empresariais “que reconheçam a necessidade de uma reparação histórica” no Brasil, o último país a abolir a escravidão e cuja população é predominantemente afrodescendente. “Nossa arte e nossa música são extremamente reconhecidas no exterior, sobretudo a arte que vem das periferias. Se o Brasil começar a incentivar nosso mercado interno e nossos talentos, sem perdê-los para o genocídio e a falta de oportunidades, não tenho dúvidas de que conseguiremos ficar entre as maiores economias do mundo”.<sup>108</sup>



106 Nathália Afonso, “Dia da Consciência Negra: números expõem desigualdade racial no Brasil”, *Lupa* (20 de novembro de 2019). <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/11/20/consciencia-negra-numeros-brasil/>

107 Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH], *Situación de derechos humanos en Brasil* (2021), 19-60. <http://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/Brasil2021-es.pdf>

108 Evandro Fióti, comunicação pessoal (25 de maio de 2021).

## “NENHUMA INDÚSTRIA DE ENTRETENIMENTO ALCANÇARÁ SEU POTENCIAL SE SEU CONTEÚDO VIER DE UMA ÚNICA FONTE CRIATIVA. PORTANTO, ABRAÇAR A DIFERENÇA COMO UM PRINCÍPIO BÁSICO DE SUCESSO É CENTRAL”.

Caroline Fioratti é roteirista e diretora, criadora da série *A grande viagem*, indicada para melhor minissérie no prêmio internacional Emmy Kids 2018. Seu filme de estreia, *Meus 15 anos*, também gira em torno de temas juvenis, um de seus principais interesses, especialmente se forem tratados com honestidade, diz ela. “Gosto de me aprofundar em temas que podem ser tabu, mas que são urgentes”, explica ela sobre seu papel como criadora de conteúdo para adolescentes. “Existem dois aspectos da Caroline criadora: a cineasta autoral que aborda temas nem sempre agradáveis e a diretora comercial que aproveita a capacidade de se comunicar massivamente com o público para apresentar os problemas humanos de diversidade e empatia”.<sup>109</sup>

Viviane Ferreira, diretora e roteirista afro-brasileira, acredita que a desigualdade na indústria audiovisual em seu país ainda reproduz práticas antigas. Seu longa-metragem *Um dia com Jerusa* (2019) foi o primeiro filme brasileiro realizado por uma equipe formada em sua maioria por mulheres negras. Essa decisão, segundo Ferreira, nasceu do desejo de que o filme fosse “uma grande vitrine para mostrar o trabalho de outras mulheres negras, além do meu”. Ferreira reconhece que o caminho a ser percorrido tem sido complicado. “O racismo estrutural impede a sociedade brasileira e, conseqüentemente, a indústria audiovisual de reconhecer em alguém com um fenótipo como o meu a capacidade de transitar [por diferentes facetas profissionais]”. Para Ferreira, o trabalho dos criadores negros também é de negociação. “Quase sempre tenho que convencer os tomadores de decisão da indústria de minha capacidade”, lamenta.

Para promover vozes mais diversas por trás das câmeras, Ferreira insiste que são necessários três elementos: coragem, generosidade e solidariedade. “Nenhuma indústria do entretenimento alcançará seu potencial se seu conteúdo vier de uma única fonte criativa. Portanto, é essencial abraçar a diversidade como um princípio básico do sucesso”.<sup>110</sup>

A produtora Carolina Alckmin também vê no audiovisual uma oportunidade de contar histórias que moldam a sensibilidade dos jovens. Seu próximo projeto, *De volta aos 15*, é centrado em uma mulher na casa dos 30 que, após uma ironia do destino, retorna à adolescência. “Embora minha geração, a dos millennials, seja muito diferente da

geração Z, a transição que a adolescência impõe a todos é igualmente desafiadora”, afirma. “Entramos na casa das pessoas. O que criamos e escrevemos faz parte da vida do público, que sonhará com essas histórias e com nossos personagens. Por isso, precisamos ser muito responsáveis com o conteúdo que criamos”.<sup>111</sup> Essa responsabilidade passa pelas lentes das criadoras e por sua posição no audiovisual. Alckmin explica que existem mais produtoras do que criadores, e elas acabam sendo a força de trabalho que permite que as ideias dos homens decolem. Uma mudança necessária para ela: dar às mulheres uma voz mais criativa.

Cris D'Amato é diretora, conhecida por filmes como *S.O.S.: Mulheres ao mar* e *Confissões de adolescente*. Porém, como muitos profissionais da indústria, ela começou como assistente de direção, onde encontrou uma diferença significativa no salário entre homens e mulheres. “Na época, pensei que fosse por mérito ou experiência de muitos dos assistentes homens, mas depois percebi que era um viés estrutural no universo cinematográfico”, comenta. Talvez por isso, como diretora, ela se dedique a retratar histórias protagonizadas por mulheres, com quem se sente mais à vontade. “Não faço filmes pensando nos resultados de bilheteria, mas para atingir um público do qual também faço parte”, afirma.<sup>112</sup> Trabalhar com conteúdo para plataformas de streaming é um ótimo aprendizado, segundo D'Amato, porque o resultado final pode ser apreciado por telespectadores em todo o mundo, independentemente do idioma. “O olhar criativo torna-se macro”, conclui.

109 Caroline Fioratti, comunicação pessoal (23 de maio de 2021).

110 Viviane Ferreira, comunicação pessoal (25 de junho de 2021).

111 Carolina Alckmin, comunicação pessoal (23 de maio de 2021).

112 Cris D'Amato, comunicação pessoal (18 de maio de 2021).

# ARGENTINA: LIBERANDO O POTENCIAL



**POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:**

*Argentina, cinema autoral, incentivos, cinema nacional, consumo cultural*

De todos os países da América do Sul, talvez nenhum tenha uma tradição cinematográfica tão ampla quanto a Argentina. Suas escolas de cinema são o berço de renomados diretores, roteiristas e fotógrafos, e suas empresas produzem filmes e televisão de alcance global, com altos níveis de produção que conquistaram um lugar na história do cinema mundial. Ao longo do século passado, seus filmes receberam muita atenção internacional, incluindo sete indicações ao Oscar de melhor filme estrangeiro, e seus profissionais – de compositores a fotógrafos e engenheiros de som – são reconhecidos em todo o mundo.

Há apenas uma década, a Argentina era uma escola de audiovisual para o Cone Sul: se um latino-americano quisesse aprender a fazer filmes ou aumentar sua experiência, não tinha dúvidas, iria para a Argentina. Nos últimos anos, porém, a posição da nação no audiovisual enfraqueceu. Quase dez anos de desafios econômicos dificultaram o avanço do setor e hoje o impedem de aproveitar como deveria o boom global da indústria.

Na década de 1990, a Argentina liderou o estabelecimento de uma lei cinematográfica (Lei de Promoção e Regulamentação da Atividade Cinematográfica Nacional nº 24.377, de 1994). Isso impulsionou sua filmografia em um momento em que países como o México lutavam para obter fundos e elevou a indústria local a um grande patamar: foi o nascimento da corrente conhecida como Novo Cinema Argentino, que com diretores como Lucrecia Martel, Adrián Caetano e Daniel Burman foi projetado para o exterior. Hoje, embora a indústria audiovisual represente 27% do PIB cultural e 0,71% do PIB nacional (valor semelhante ao da mineração),<sup>113</sup> sua indústria perdeu a grande vantagem que tinha sobre outras nações. Os alunos que há alguns anos olhavam com inveja estão agora competindo de frente com quem era a estrela da turma.

“Se compararmos 2010 e hoje, a Argentina ficou em um lugar semelhante e a região mudou radicalmente”, diz Diego Andrasnik, produtor da Polka, uma das mais importantes produtoras independentes.<sup>114</sup> Andrasnik descreve que “o negócio é menor, para mais pessoas” e os números oficiais comprovam isso: em 2010, a Argentina produzia mil horas de ficção por ano;<sup>115</sup> em 2015, esse número caiu para 527 horas.<sup>116</sup>

Atualmente, grande parte das complexidades que a indústria audiovisual nacional enfrenta é macroeconômica. Os entrevistados para este livro citaram, entre outros aspectos, as restrições cambiais, as complexidades fiscais, a inflação, bem como uma legislação trabalhista mais rígida em comparação com a de seus vizinhos. Tudo isso reduz o investimento estrangeiro e faz com que seus profissionais do audiovisual emigrem para tentar a sorte em outros mercados.

Apesar disso, a Argentina tem suas vantagens, inclusive por ser um grande mercado de cultura: seus habitantes consomem música, livros e todo tipo de produtos audiovisuais como cinema, televisão e séries. Além disso, possui um público ávido. Dados da Pesquisa Nacional de Consumo Cultural mostram que 87,7% assistem a “séries ou novelas de ficção” e 57,2% o fazem “diariamente ou quase diariamente”. Em meados de 2020, a consultoria Dataxis estimou cerca de 700 mil assinantes da Amazon Prime Video e 4,4 milhões de assinantes da Netflix no país, ou seja, cerca de um décimo de sua população.

Outras empresas de streaming pelas quais os argentinos se interessam incluem a Clarovideo, a HBO e o serviço de streaming de teatro Teatrix. Andrasnik conta que produtoras como a Polka estão acostumadas com a versatilidade desse mercado que consome tanto comédias românticas quanto séries de alto valor de produção e que atendem a essas demandas distintas do público.

A alta capacidade da Argentina – que é uma potência editorial, artística e esportiva – se traduz em um grande conjunto de histórias, e nos últimos anos empresas como HBO e Netflix optaram por conteúdos criados a partir de romances e personagens locais, como *El jardín de bronce* (2017), baseado no romance homônimo de Gustavo Malajovich, ou na série temática de futebol *Apache: la vida de Carlos Tévez* (2019).

Se adicionarmos a isso o fato de que o país possui universidades de cinema de longa data, como a Escuela Nacional de Experimentación y Realización de Cine e a Universidad del Cine, uma população instruída e alguns dos mais altos níveis de penetração de Internet na região, podemos dizer que o país tem tudo para que suas exportações de serviços audiovisuais sejam maiores do que são atualmente (cerca de 475 milhões de dólares, segundo dados de 2019).<sup>117</sup>

Para o setor audiovisual, o impacto econômico causado pela pandemia, somado às crises das últimas décadas, coloca o país em um cenário complicado. No entanto, muitos acreditam que a Argentina tem o talento técnico e criativo para superá-lo. É importante, no entanto, que aja rapidamente para não perder sua posição. Entre as políticas mencionadas, algumas falam de incentivos e outras falam de capacitação e mudanças na lei de exportação. A verdade é que, dada a sua situação, provavelmente é necessária uma combinação de todos esses fatores.

Em dezembro de 2020, foi regulamentada a Lei do Regime de Promoção da Economia do Conhecimento (Lei 27.506), que visa a diminuir a carga tributária e a reduzir a zero a cota de exportação de determinados setores vinculados às indústrias do conhecimento, entre eles, produção e pós-produção audiovisual.<sup>118</sup> Alguns produtores argentinos consultados expressaram “otimismo” em relação a esse esforço, o que sugere que o governo está atento ao setor.

113 Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, *INCAA. Memoria de Gestión 2017-2019*, 9 de dezembro de 2019.

114 Diego Andrasnik, comunicação pessoal (9 de novembro de 2020).

115 Letra P, “La industria de la ficción nacional cayó casi 65% en 10 años” (2 de novembro de 2020). <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-11-2-11-9-0-la-industria-de-la-ficcion-nacional-cayo-casi-65-en-diez-anos>

116 Gustavo Aprea, Mónica Kirchheimer e Ezequiel Rivero, “Argentina: cae la producción nacional, crece la extranjera y sin embargo la ficción pierde pantalla”. En Guillermo Orozco y María Inmacolata (coords.), *(Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva: anuario Obitel* (Porto Alegre: Sulina, 2016), 119.

117 María Teresa Mangold, Treisy Neyra y César Salazar, *La exportación de servicios audiovisuales en Argentina. Evolución reciente, perspectivas y oportunidades* (Buenos Aires: ICBC Fundación, 2021), 4. [https://www.biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/1/12/Informe\\_Servicios\\_Audiovisuales\\_2020\\_Final\\_compressed.pdf](https://www.biblioteca.fundacionicbc.edu.ar/images/1/12/Informe_Servicios_Audiovisuales_2020_Final_compressed.pdf)

118 Argentina.gob.ar, *Ley de Economía del Conocimiento: se establecen las actividades promovidas* (13 de janeiro de 2021). <https://www.argentina.gob.ar/noticias/ley-de-economia-del-conocimiento-se-establecen-las-actividades-promovidas#:~:text=La%20ley%2C%20que%20fue%20sancionada,a%20servicios%20basados%20en%20el>

# CHILE: DAS COISAS BOAS, UM POUCO?



**POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:**

*Chile, cinema autoral, séries, televisão premium, serviços de produção, VOD*



O último meio século de cinematografia do Chile é complexo: em setembro de 1973, após o golpe, os militares incendiaram grande parte do acervo da empresa cinematográfica estatal ChileFilms. Durante os anos de governo militar, o cinema foi visto como um ato subversivo e a liberdade criativa diminuiu, sendo que quase toda a produção com certa ambição artística realizada por chilenos ocorreu no exílio: na Suécia, Alemanha, França, União Soviética, entre outros países.<sup>119</sup> Em outras palavras, há apenas trinta anos, quando o Chile iniciou sua transição para a democracia, a cinematografia praticamente teve que renascer das cinzas.

E o impressionante é que conseguiu. Títulos como *Machuca* (Andrés Wood, 2006), *La nana* (Sebastián Silva, 2009) e *Una mujer fantástica* (Sebastián Lelio, 2017) conquistaram prêmios nos festivais de Vancouver, Sundance, Berlim, San Sebastián, Guadalajara e até o Oscar de melhor filme estrangeiro para este último. *Historia de un oso*, de 2014, ganhou o Oscar de melhor curta-metragem de animação.

Apesar de suas ambições estéticas, o Chile não possui uma grande indústria audiovisual por um motivo muito simples: a ausência de um mercado interno massivo. Seus quase 20 milhões de habitantes são poucos se comparados aos 212 milhões de brasileiros, 126 milhões de mexicanos ou mesmo aos 44 milhões de argentinos. A indústria audiovisual se beneficia de escala, o que no passado colocou o Chile em desvantagem.

Mas o Chile tem outros pontos a seu favor: nos últimos anos, sua ambição estética criou um ecossistema cinematográfico em que pouco se produz em quantidade, embora o talento criativo e técnico tenha alcançado níveis de qualidade notáveis, capazes de atender a padrões exigentes. “Do longa-metragem passamos para a televisão; somos herdeiros desse processo, e não o contrário. Temos formas de trabalhar que partem da cinematografia para a televisão: trabalhando com arte, som e pós-produção. Isso afetou a qualidade”, explica Patricio Pereira, produtor executivo da Invercine Producciones, que atualmente desenvolve uma série baseada no romance *Noticias de un secuestro*, de Gabriel García Márquez, para a Amazon Prime Video na Colômbia, liderada por talentos chilenos.<sup>120</sup>

O Chile é talvez o país da América Latina com mais surpresas no mundo das séries. Esse formato – nem telenovela nem longa-metragem – é um herdeiro direto do cinema autoral: histórias bem narradas, cinematografia primorosa, atores que interpretam personagens com um papel dominante no arco narrativo. Um estudo de caso é a produtora *Fabula*. Fundada por Pablo Larraín, diretor que se tornou internacionalmente reconhecido por *No* (2012, vencedor em Cannes), e seu irmão, Juan de Dios Larraín, é uma das produtoras das quais mais se falou nos últimos anos. Além de produzir longas-metragens como *Jackie* (2016), *Neruda* (2016) e *El club* (2015), aventurou-se em conteúdo premium para serviços de streaming. Sua série *La Jauría*, lançada em 2020, foi selecionada pela *Variety* como uma das melhores séries internacionais daquele ano. Distribuída pela Fremantle e produzida com fundos do Conselho Nacional de Televisão do Chile, da Corporação para a Promoção da Produção e de seu capital próprio, *La Jauría*, dirigida pela argentina Lucía Puenzo, estreou na televisão local e foi distribuída internacionalmente pela Amazon Prime Video (América Latina e Espanha) e HBO Max (Estados Unidos).

“Estamos sempre em busca de caminhos para crescer, os últimos anos foram de total expansão no Chile”, afirma Mariane Hartard, produtora da *Fabula*.<sup>121</sup> “Qualquer pessimista diria há três, cinco ou oito anos que estávamos na nossa capacidade máxima, mas no Chile há muito talento que nos permite continuar crescendo”, conclui.

Mariane Hartard acredita que o país possui uma equipe técnica qualificada e atribui o bom desempenho do setor à profissionalização dos programas educacionais. Ela também reconhece que a *Fabula* contou com talentos internacionais e, em particular, de países vizinhos. Talvez o exemplo mais claro desse modelo de produção pan-latino-americano seja *El presidente*, uma série satírica sobre corrupção no futebol que a *Fabula* produziu e vendeu para a Amazon Prime Video, com estreia em 2020. A série é estrelada pelo colombiano Andrés Parra e pela mexicana Paulina Gaitán, que aprenderam a dominar o sotaque chileno em seus papéis. O showrunner do projeto foi o argentino Armando Bó e os efeitos visuais foram feitos no Chile.

119 José Miguel Palacios, “El cine chileno en el exilio”, *Centro Cultural La Moneda*, s.f. <https://www.cclm.cl/especial/el-cine-chileno-en-el-exilio/>

120 Patricio Pereira, comunicação pessoal (2 y 8 de fevereiro de 2021).

121 Mariane Hartard, comunicação pessoal (11 de janeiro de 2021).

“Podemos gerar um conteúdo muito bom do ponto de vista criativo, bem como produzi-lo com alta qualidade, e acho que isso nos permite exportar um produto que se posiciona no mercado internacional”, argumenta Hartard. O governo chileno tem intensificado seus esforços no assunto: a Corporação de Fomento (Corfo), por exemplo, tem buscado atrair mais produções estrangeiras para o país por meio de um programa de incentivo conhecido como IFI Audiovisual, que de 2017 a 2019 investiu 1.627.029.500 de pesos chilenos para alavancar um investimento estrangeiro de 6.677.707.814 pesos por meio de três séries e um filme. “Para cada peso investido pela Corfo, os gastos quadruplicaram e mais de duzentos empregos foram gerados de forma direta por projeto”, diz Isidora Cabezón, coordenadora de Economia Criativa da Corfo.<sup>122</sup>

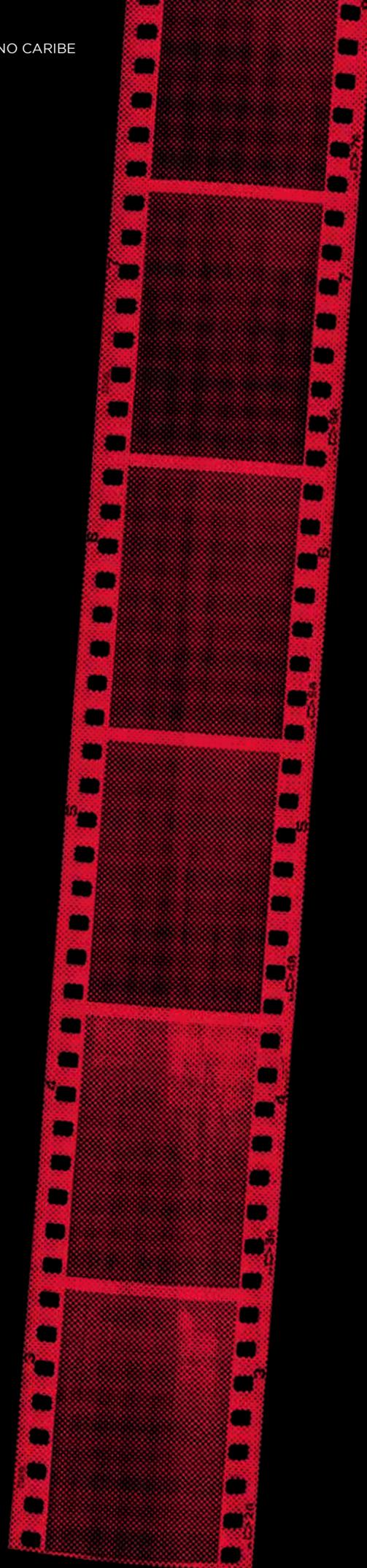
Um modelo de produção interessante é *Dignidad*, uma série coproduzida pela chilena *Invercine & Wood* e pela produtora alemã *Story House Pictures*. Gravada em espanhol e alemão, a série foi financiada por um fundo da CNTV chilena e com capitais alemães e chilenos. Estreou na plataforma SVOD alemã *Joyn* e no canal de televisão aberta chileno *Mega*, sendo distribuído via streaming pela *Amazon Prime Video* e *HBO* em diferentes mercados. A cineasta *María Elena Wood*, produtora executiva da série, diz que foi um processo complexo que envolveu a redação em dois idiomas e diálogos transatlânticos entre criadores chilenos e alemães. A série foi aclamada pela crítica de ambos os lados do oceano.<sup>123</sup>

Apesar do sucesso da televisão premium chilena, *Wood* destaca o caráter frágil do ecossistema. Lamenta especialmente a complexidade dos esquemas de financiamento: o dinheiro não está disponível quando se precisa, não existem bancos que emprestem fundos ao setor audiovisual e os projetos nem sempre são lucrativos. “Arriscamos muito e às vezes perdemos muito”, diz *Wood*. Frequentemente, são os trabalhos publicitários das produtoras que acabam pagando os projetos mais ambiciosos, como longas-metragens e séries. Apesar disso, *Wood* está convencido de que a televisão premium será fundamental para o futuro de suas exportações de audiovisual. “É um produto que nasceu para viver no mundo, não no Chile... Nasceu pensando que seu alcance é no exterior, pois seus temas são de valor universal”.

Essa ambição de universalidade caracteriza boa parte do ecossistema audiovisual chileno, que produziu uma primeira temporada bem-sucedida de produtos audiovisuais para exportação. O mundo aguarda com interesse as próximas.

122 Isidora Cabezón, comunicação pessoal (13 de janeiro de 2021).

123 María Elena Wood, comunicação pessoal (2 y 8 de fevereiro de 2021).



# CAPITAL DE RISCO PARA A INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

O auge da produção audiovisual em nossa região criou a necessidade de novas fontes de financiamento. Enquanto os fundos públicos são insuficientes para cobrir a demanda de capital exigida por projetos cada vez mais numerosos, e como muitos desses projetos são comerciais e não artísticos, o mercado já começa a responder com novos modelos de financiamento que buscam corrigir uma área negligenciada por bancos e outras fontes tradicionais de crédito.

É o caso da gestora de fundos de investimento Screen Capital. Fundada em 2018 por Tatiana Emden, Joyce Zylberberg e Edgar Spielmann, a empresa utiliza modelos de financiamento mistos para apoiar a indústria do entretenimento. “O foco principal são os conteúdos audiovisuais da região que realizam parte das produções no Chile. Construir a indústria localmente, mas atraindo mais oportunidades para o país”, explica Tatiana.

Seu primeiro fundo, Screen One, é estruturado como um venture capital fund (fundo de capital de risco), com financiamento da Corporação para Fomento da Produção, que fez um empréstimo de 2 para 1 com capital privado. Esse modelo permite impulsionar o retorno sobre investimento em um fluxo de trabalho de cerca de três anos, ao contrário de outros projetos que podem levar até uma década. “É assim que montamos o fundo de quase 21 milhões de dólares, sendo 7 privados e 14 alavancados publicamente por empréstimos a juros baixos”, diz Tatiana. Mas não foi fácil convencer os investidores: “É uma indústria muito arriscada porque nenhum produto é igual ao anterior”, explica. Ou seja, são obras intangíveis que ainda não existem e não há parâmetros para avaliar projetos criativos. “O diagnóstico que compartilhamos com os investidores e com o comitê é que queremos investir em um portfólio de conteúdo e, portanto, diminuir o risco do investimento, que é o grande temor dessa indústria”, afirma Tatiana.<sup>124</sup>

Ao investir nas etapas iniciais de desenvolvimento, o fundo protege a propriedade intelectual e, principalmente, as produtoras independentes. Também investe em um

processo ao qual poucos prestam atenção: o desenvolvimento. “O desenvolvimento de projetos, que podem partir de uma ideia, vale a pena para nós porque nos permite conectar-nos com os talentos mais jovens. É de lá que vêm as ideias mais frescas, e acreditamos que é um elo que não deve ser deixado de lado”, afirma Joyce.<sup>125</sup>

Considerando o número de produções audiovisuais com estreia programada na América Latina e no Caribe nos próximos dois anos, a escassez de gestores de fundos desse tipo chama a atenção. No entanto, a Screen Capital não é a única da região. Há quatro anos, a VCS Capital atua no México, se autodenominando o primeiro fundo de investimento de private equity do país com foco em projetos audiovisuais. Para Marco Forte, um dos seus fundadores, existiam “necessidades de financiamento que os bancos tradicionais não atendiam” e foi aí que encontraram uma oportunidade, em uma indústria onde pode haver mais risco, mas também maior rentabilidade. A VCS Capital tem interesse em investir em projetos em várias etapas, desde os que estão para ser distribuídos até os que estão em fase de roteiro, mas que sem dúvida sejam disruptivos. “Dependendo da qualidade do projeto, entendemos o que é necessário, qual é o nível de risco, e a partir disso fazemos uma proposta”, explica Forte.<sup>126</sup>

Na região, é fundamental criar mais fundos de investimento para a Economia Criativa que sejam capazes de atrair capital estrangeiro e acelerar o crescimento de empresas e produtoras nas indústrias criativas. No entanto, resta uma tarefa pendente em toda a América Latina e no Caribe: a criação de um fundo regional que reduza a lacuna de financiamento e habilidades de gestão necessárias para maximizar o potencial das indústrias criativas, especialmente o crescente setor audiovisual.

124 Tatiana Emden, comunicação pessoal (7 de dezembro de 2020).

125 Joyce Zylberberg, comunicação pessoal (7 de dezembro de 2020).

126 Marco Forte, comunicação pessoal (10 de dezembro de 2020).

# AMÉRICA LATINA E CARIBE NO OSCAR

## ARGENTINA

O país tem tido uma seleção eclética no Oscar. Sete de seus filmes foram indicados ao prêmio de melhor filme estrangeiro desde 1975. Dois deles levaram a estatueta dourada.

La tregua (Sergio Renán, 1974), baseado no romance homônimo do uruguaio Mario Benedetti, foi o primeiro filme argentino a conseguir essa distinção e o segundo na América do Sul.

Camila (María Luisa Bemberg, 1984), um drama histórico ambientado no século XIX, foi o segundo que obteve indicação nessa categoria.

Como se exigisse justiça, La historia oficial (1985), de Luis Puenzo, levou para casa o Oscar em 1986 e também foi indicado para melhor roteiro original.

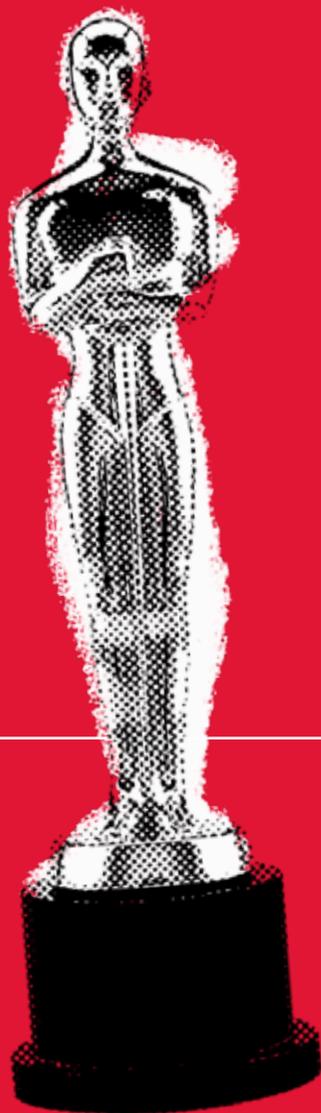
Tango, no me dejes nunca (1998), de Carlos Saura, e El hijo de la novia (2001), de Juan José Campanella, foram os próximos filmes a serem indicados nessa categoria. Em 2010, Campanella levou a estatueta de melhor filme estrangeiro com El secreto de sus ojos (2009). Em 2015, a comédia Relatos salvajes, de Damián Szifron (2014) é até o momento o último indicado ao Oscar de melhor filme estrangeiro.

A Argentina se destaca por seus compositores; dez de seus criadores foram indicados nessa categoria: o compositor Lalo Schifrin por pelo menos sete vezes (entre 1968 e 1984), recebendo o Oscar honorário em 2018; um Oscar para Luis Bacalov por Il Postino (Michael Radford, 1994) e dois para Gustavo Santaolalla em duas edições consecutivas, para Brokeback Mountain (Ang Lee, 2005) e Babel (Alejandro González Iñárritu, 2006).

Eugenio Zanetti foi indicado duas vezes ao Oscar de melhor diretor de arte e em 1995 ganhou a estatueta pelo drama histórico britânico-americano Restoration (Michael Hoffman, 1995).

Na categoria de efeitos especiais, Pablo Helman obteve três indicações (2003, 2006, 2020) para Star Wars: Episode II – Attack of the clones (George Lucas, 2002), War of the worlds (Steven Spielberg, 2005) e The Irishman (Martin Scorsese, 2019).

Em 2014, Armando Bó e Nicolás Jacobone ganharam o Oscar de melhor roteiro original com o filme Birdman (2014), dirigido pelo mexicano Alejandro González Iñárritu.



# AMÉRICA LATINA E CARIBE NO OSCAR

## BRASIL

*O Pagador de Promessas* (Anselmo Duarte, 1962) se convirtió en la primera obra de América del Sur en ser nominada al Oscar por mejor película extranjera en 1963.

En los premios Oscar de 1996, *O Quatrilho* (Fábio Barreto, 1995) se granjeó la segunda nominación en su historia a mejor película extranjera, y de ahí siguió una racha productiva: en 1998, el drama político *O Que é Isso, Companheiro?* (Bruno Barreto, 1997) obtuvo una nominación, y un año después *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998) fue nominada en la misma categoría, además de ganar una nominación para su actriz principal, Fernanda Montenegro.

*Cidade de Deus* (Fernando Meirelles y Kátia Lund, 2002), que se adentraba en las favelas de Río de Janeiro para mirarlas a pie de calle, se convirtió en una de las cintas latinoamericanas más reconocidas en los premios Oscar: en la edición de 2004 obtuvo nominaciones para mejor fotografía, mejor edición, mejor guion adaptado y mejor dirección.

En 2014, *The Salt of the Earth* (Win Wenders y Juliano Ribeiro Salgado, 2014), una coproducción brasileña, también fue nominado en esa categoría. Su más reciente incursión en los premios Oscar fue gracias al documental político *Democracia em vertigem* (Petra Costa, 2019), que fue nominado a mejor largometraje documental en la emisión de 2020.

## CHILE

O Chile foi indicado duas vezes na categoria de melhor filme estrangeiro, com *No* (Pablo Larraín, 2012) e *Una mujer fantástica* (Sebastián Lelio, 2017). Este último, que explorou os dias após a morte do companheiro de uma mulher trans, levou a estatueta. Em 2016, *Historia de un oso* (2014), de Gabriel Osorio e Patricio Escala, ganhou na categoria de melhor curta-metragem de animação, um prêmio que colocou a animação nacional no mapa.

O chileno-americano Claudio Miranda foi indicado como melhor fotografia por *The Curious Case of Benjamin Button* (David Fincher, 2008) e, em 2013, levou a estatueta com *Life of Pi* (Ang Lee, 2012).

Na edição de 2021 do Oscar, o documentário *El agente topo* (Maite Alberdi, 2020) foi indicado para melhor longa-metragem documental.

## COLÔMBIA

A atriz Catalina Sandino foi indicada para melhor atriz por seu papel em *Maria Full of Grace* (Joshua Marston, 2004), que costuma ser considerado a primeira participação da Colômbia no Oscar. Contudo, em 1996, a antropóloga e cineasta Patricia Cardoso ganhou um prêmio especial que existia na época, a medalha de ouro na categoria estudantil com seu curta-metragem *El reino de los cielos* (1996).<sup>127</sup>

Em 2008, o curta-metragem documental *La corona*, da diretora colombiana Isabel Vega e Amanda Micheli, foi indicado nessa categoria.<sup>128</sup>

*El abrazo de la serpiente* (Ciro Guerra, 2015) é considerado a grande entrada do país no Oscar, sendo indicado na edição de 2016 ao prêmio de melhor filme estrangeiro.<sup>129</sup>

127 El Nuevo Siglo, "Los colombianos que han sonado en los Oscar" (26 de janeiro de 2020). <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/01-2020-los-colombianos-que-han-sonado-en-los-oscar>

128 El País, "La colombiana Isabel Vega opta al mejor corto documental en los Oscar", *Pantalla Colombia* Nº. 756 (22 de janeiro de 2008). [https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803\\_850215.html](https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803_850215.html)

129 ProImágenes Colombia, "*El abrazo de la serpiente*, primera película colombiana nominada a los premios Oscar" (15 de janeiro de 2016). [https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla\\_colombia/breves\\_plantilla.php?id\\_noticia=7357](https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=7357)

# AMÉRICA LATINA E CARIBE NO OSCAR

## CUBA

*Fresa y chocolate* (Tomás Gutiérrez Alea e Juan Carlos Tabío, 1994) foi o primeiro e único filme cubano a ser indicado ao prêmio de melhor filme estrangeiro.

## EL SALVADOR

Em 1977, o salvadorenho André Gutfreund dividiu com Peter Werner o prêmio de melhor curta-metragem com *In the Region of Ice* (1976).

## MÉXICO

O México levou várias indicações e prêmios do Oscar e com *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018) bateu dois recordes com a indicação da atriz Yalitza Aparicio, a primeira mulher de origem mixteca e indígena a receber essa indicação.<sup>130</sup> além disso, *Roma* recebeu dez indicações em categorias como melhor atriz e melhor atriz coadjuvante, som e direção de arte, e foi a primeira obra latino-americana a ser indicada para a categoria de melhor filme. Por fim, ganhou três prêmios: de melhor fotografia, melhor diretor e melhor filme estrangeiro.

O México também se destacou em categorias como melhor roteiro original: há quase cinco décadas, Luis Buñuel foi indicado ao prêmio com *El discreto encanto de la burguesía* (1972) e, em 2001, Alfonso e Carlos Cuarón foram indicados nessa categoria com *Y tu mamá también* (2001). Na edição de 2007, houve duas indicações: Guillermo Arriaga pelo roteiro de *Babel* (Alejandro González Iñárritu, 2006) e Guillermo del Toro com *El laberinto del fauno* (2006), que também dirigiu. Em 2015, Alejandro González Iñárritu ganhou a estatueta de melhor roteiro original para *Birdman* (2014). Guillermo del Toro foi indicado pelo roteiro e direção de *The Shape of Water* (2017), vencendo na última categoria.

Alfonso Cuarón foi um dos vencedores do Oscar mais prolíficos, com onze indicações e cinco estatuetas, duas vezes como melhor diretor por *Gravity* (2013) e *Roma* (2019).

Na categoria de melhor filme estrangeiro, o México foi indicado nove vezes: na edição de 1961, por *Macario* (Roberto Gavaldón, 1960) e um ano depois por *Ánimas Trujano* (Ismael Rodríguez, 1961). Outros filmes indicados nessa categoria foram *Tlayucan* (Luis Alcoriza, 1962), *Actas de Marusia* (direção do chileno Miguel Littin, 1975), *Amores perros* (Alejandro González Iñárritu, 2000), *El crimen del padre Amaro* (Carlos Carrera, 2002), *El laberinto del fauno* (Guillermo del Toro, 2006), *Biutiful* (Alejandro González Iñárritu, 2010) e o já mencionado *Roma*, que levou a estatueta.

Além disso, o país tem se destacado por seus fotógrafos: em 1965, com *The Night of the Iguana* (John Huston, 1964), o fotógrafo Gabriel Figueroa foi indicado nessa categoria. Por sua vez, o mexicano Emmanuel Lubezki foi indicado oito vezes e foi o vencedor três vezes. O segundo fotógrafo nacional mais indicado é Rodrigo Prieto, com três indicações. Guillermo Navarro ganhou o Oscar de melhor fotografia em 2007 por *El laberinto del fauno*.

Em direção de arte, Eugenio Caballero levou a estatueta com *El laberinto del fauno* em 2007.

Vários atores e atrizes mexicanos foram indicados para papéis principais ou coadjuvantes. Um caso especial é o de Anthony Quinn, que se tornou o primeiro ator mexicano e latino-americano a vencer duas vezes na categoria de melhor ator coadjuvante por *¡Viva Zapata!* (Elia Kazan, 1952) e *Lust for Life* (Vincente Minnelli, 1956). Outra indicação de destaque foi Salma Hayek, como melhor atriz por *Frida* (2002, Julie Taymor).

130 Helga Flores y Andrea Ortega, "El cine se lleva el Oscar al desarrollo", BID (s.f.), <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/el-cine-se-lleva-el-oscar-al-desarrollo>

## AMÉRICA LATINA E CARIBE NO OSCAR

### NICARAGUA

Em 1983, estabelecendo um precedente, a Nicarágua foi indicada como melhor filme estrangeiro por *Alsino y el cóndor* (1982), dirigido pelo chileno Miguel Littin.

### PERÚ

*La teta asustada* (2009), de Claudia Llosa, tornou-se o primeiro filme peruano a obter uma indicação de melhor filme estrangeiro.





## CAPÍTULO 2

# NOVOS CENTROS EMERGENTES, NOVAS OPORTUNIDADES

Com o crescimento recente e projetado da produção audiovisual na América Latina e no Caribe, são vários os países e regiões que, embora historicamente impedidos de construir uma indústria cinematográfica devido ao seu pequeno tamanho e população, encontraram novas oportunidades de participar do boom audiovisual atual.

Junto com a produção de obras que contribuem para a história da nossa cinematografia, vários desses centros emergentes estão trabalhando para se posicionar como lugares competitivos para serviços de produção cinematográfica e hubs audiovisuais. É o caso do Uruguai, República Dominicana e Panamá, e de cidades como Mendoza, na Argentina, e Recife, no Brasil.

Um dos setores mais atrativos para uma indústria audiovisual em desenvolvimento são os serviços de produção, que consistem em fornecer suporte técnico, logístico e até jurídico a estrangeiros que buscam filmar em um país por meio de uma produtora local. Os projetos que apoiam podem ser longas-metragens ou séries ambiciosas, embora às vezes sejam produções mais simples: um capítulo de um documentário, um programa de meia hora ou mesmo um comercial. Apesar de os responsáveis pelos serviços de produção não terem um papel no lado criativo do projeto – e, portanto, serem rejeitados por muitos cineastas – seu crescimento oferece uma oportunidade de profissionalização em países e regiões onde a indústria está nos estágios iniciais. Os especialistas consultados para esta publicação concordam que a experiência em serviços de produção pode ser um ponto de partida para empreendimentos futuros de maior sofisticação técnica e artística.

A América Latina oferece vantagens importantes para os produtores estrangeiros: custos relativamente baixos, proximidade com o principal mercado audiovisual do mundo – os Estados Unidos –, fusos horários compatíveis com esse país e paisagens variadas. Mas esses atributos não são suficientes, pois são necessários infraestrutura, capacitação e um arcabouço jurídico adequado para atrair investimentos.

Conforme relatam as histórias desta seção, várias áreas emergentes tiveram avanços interessantes nessas áreas. Uruguai, República Dominicana e Panamá, por exemplo, combinaram leis cinematográficas e programas de incentivo para atrair investimentos e infraestrutura de última geração. Algo semelhante acontece em Córdoba e Mendoza (Argentina), Recife (Brasil) ou Guadalajara (México), onde os produtores regionais desempenham um papel cada vez mais importante em um ecossistema historicamente concentrado em Buenos Aires, Bogotá e Rio de Janeiro/São Paulo.



O Peru também elevou sua importância no cenário regional: o aumento do número de salas de cinema, aliado a uma maior renda per capita, levou ao surgimento de uma indústria que apresenta suas primeiras surpresas. A comédia ¡Asu Mare!, lançada em 2013, teve mais de três milhões de espectadores no Peru – foi assistida por um em cada dez habitantes do país – tornando-se o filme nacional de maior sucesso da história. Apesar de sua conotação cômica e de seu caráter marcadamente comercial, sua importância social não foi subestimada pelos especialistas: o pesquisador Alberto Vergara a descreveu no *Harvard Review of Latin America* como "uma metáfora para o Peru contemporâneo."<sup>131</sup> Devido à crescente oferta de serviços audiovisuais e à promessa de mercado, tanto a Movistar+ como a Netflix desenvolveram séries e longas-metragens para o país. Em 2019, a Movistar+ estreou *Un día eres joven*, a primeira de suas produções originais feitas no Peru; a Netflix planeja lançar o filme *Mochileros* em 2021 e também filmará uma série sobre o jogador de futebol Paolo Guerrero,<sup>132</sup> sem contar que a série *Maradona en Sinaloa* (2019) esteve a cargo da produtora peruana Pacha Films.<sup>133</sup>

Tal como acontece com os grandes players, os centros audiovisuais emergentes ainda precisam trabalhar para melhorar a distribuição do cinema que produzem. Segundo a diretora panamenha Pituka Ortega, festivais de cinema como o de Guadalajara têm sido muito úteis para divulgar a cinematografia dos centro-americanos a um público mais amplo.<sup>134</sup> A ascensão dos serviços de streaming também significa um novo canal de distribuição de filmes que, de outra forma, não cruzariam as fronteiras com tanta facilidade.

131 Alberto Vergara, "Nostalgia, anhelo y anomia", *ReVista. Harvard Review of Latin American* (2014). <https://archive.revista.drclas.harvard.edu/book/nostalgia-anheloy-anomia>

132 RPP Noticias, "Netflix en Perú: Plataforma alista una serie sobre Paolo Guerrero y una cinta dirigida por Bruno Ascenzo" (20 de febrero de 2020). <https://rpp.pe/tv/netflix-netflix-alista-serie-sobre-paolo-guerrero-y-una-cinta-dirigida-por-bruno-ascenzo-noticia-1246886>

133 Peru.info, "Netflix estrena 'Maradona en Sinaloa', documental producido por la empresa peruana Pacha Films" (s.f.). <https://peru.info/es-pe/filminperu/noticias/del/netflix-estrena-maradona-en-sinaloa--documental-producido-por-la-empresa-peruana-pacha-films>

134 Pituka Ortega, comunicação pessoal (17 de novembro de 2020).

DE DA PRAIA  
PARA A TELA: :

# REPÚBLICA DOMINICANA NÃO QUER APENAS OFERECER SERVIÇOS, MAS CONSOLIDAR UMA INDÚSTRIA

POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*República Dominicana, Lei do Cinema, incentivos, cinema nacional, serviços de produção*

Há pouco mais de uma década, a indústria cinematográfica dominicana era quase inexistente. De vez em quando, vinham crews de Hollywood para filmar nas ruas de Santo Domingo ou nas praias de Punta Cana. Mas grandes projetos eram raros e a indústria local adormecia à espera de uma filmagem que trouxesse recursos e experiência. Também não havia muito cinema nacional: durante o século XX e no início do século XXI, a República Dominicana exibia quase que exclusivamente cinema estrangeiro, e cineastas locais que aspiravam fazer longas-metragens encontravam poucas saídas criativas.

No entanto, alguns dominicanos perceberam que a ilha vizinha de Porto Rico tinha uma indústria audiovisual próspera e se perguntaram se algo semelhante poderia ser feito em seu país, que goza das mesmas vantagens climáticas, maior variedade geográfica e menores custos de filmagem. Em 2006, teve início o Festival de Cinema Global Dominicano, e foi então que alguns agentes da indústria discutiram a possibilidade de apresentar uma lei cinematográfica.<sup>135</sup>

Isso acabou acontecendo: em 2010, foi aprovada a Lei n.º 108-10 de Promoção da Atividade Cinematográfica, mais conhecida por Lei do Cinema. Ela contava com um dos incentivos à produção mais generosos do mundo: os criadores dominicanos teriam acesso a um crédito fiscal transferível – transferable tax credit – de 100% para filmes nacionais, e os criadores estrangeiros gozariam de um crédito de 25% para produções estrangeiras superiores a US\$ 500 mil. Os efeitos foram quase instantâneos: as salas de cinema estrearam de 10 a 28 filmes nacionais por ano. A indústria cinematográfica dominicana, que estreou 101 filmes entre 1922 e 2009, lançou 169 filmes entre 2011 e 2020.<sup>136</sup>

135 Yvette Marichal, comunicação pessoal (2 de novembro de 2020).

136 Dirección General de Cine República Dominicana, "Ley para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana N.º. 108-10" (29 de julho de 2010). <http://cultura.gob.do/index.php/sobre-nosotros/marco-legal/category/13-leyes?download=7:ley-108-10-para-el-fomento-de-la-cinematografia>



**“Por que funcionou na República Dominicana e crescemos tanto assim? Tivemos a liberdade governamental para permitir que funcionasse, mas o setor privado é o mais importante. É ele que financia a indústria e que tem se dedicado 100% para essa Lei do Cinema; a cada ano temos mais investidores e é isso que nos tem permitido estar em franco crescimento”, diz Yvette Marichal, proprietária da DG Cine, no momento da entrevista.**

Os dominicanos abraçaram o cinema nacional mais do que qualquer outro país da região: dados do Panorama Audiovisual Iberoamericano indicam que o cinema nacional tem uma taxa de mercado de 26,4% (a mesma taxa é de 15% no Brasil, 8,9% no México e 3,4 % na Colômbia).<sup>137</sup> Em 2017, a comédia romântica *Colao* superou em bilheteria *Velozes e furiosos 8*, que ficou em segundo lugar no ranking de filmes mais assistidos mundialmente naquele ano.<sup>138</sup> Em outras palavras, as acrobacias de *Vin Diesel* atraíram menos espectadores do que as piadas do elenco dominicano liderado por Manny Pérez.

Esse boom do cinema dominicano foi acompanhado por importantes apostas de investimento. A maior delas foi a do Pinewood Dominican Republic Studios, que em 2014 inaugurou três sets e um reservatório de água para as filmagens, um dos mais sofisticados do mundo. Segundo Albert Martínez, diretor executivo da Lantica, a empresa que administra os estúdios, o projeto envolveu um investimento de cerca de 50 milhões de dólares, incluindo capital dominicano e britânico. Martínez destaca que esse investimento foi viável graças às garantias que a Lei do Cinema oferece.

“Antes tinha um filme estrangeiro de um certo porte a cada quatro ou cinco anos” e agora isso aumentou para “trinta filmes locais e cerca de dez projetos estrangeiros por ano”, diz Martínez,<sup>139</sup> de origem espanhola, embora viva na República Dominicana desde 2013. De acordo com ele, a Pinewood planeja construir um quarto set em 2022 para atender à “enorme demanda” por serviços, que nos últimos meses inclui produções como *The I-Land* (Netflix) e *Old*, este último do diretor M. Night Shyamalan. Os capitais britânicos e de Hollywood não são os únicos que estão de olho no país: a produtora Acun Medya, um

O setor privado é quem financia a indústria e que foi entregue a

# 100%

conglomerado de mídia turco, tem escritórios na República Dominicana, onde são filmados projetos para a televisão da Turquia, sendo *Survivor* o mais famoso deles.

Mas nem tudo é certo. A República Dominicana está ciente de que continuar crescendo implica superar obstáculos consideráveis. Talvez o mais importante seja gerar talentos suficientes para atender à demanda por serviços. Dar o passo para oferecer pós-produção é outro grande desafio. Embora já existam empresas que prestam serviços de animação e efeitos visuais para o mercado local, as empresas internacionais que filmam na República Dominicana ainda relutam em confiar nos serviços nacionais de pós-produção, afirma Mila Ramírez, produtora e cineasta dominicana.<sup>140</sup>

Yvette Marichal destaca que a ambição sempre foi construir uma indústria: “Ter uma lei cinematográfica que não promove a indústria local não funciona. Assim você apenas se torna um país que oferece serviços, em vez de ter uma indústria realmente próspera”.

Para que essa indústria cresça é importante continuar educando, atraindo investimentos e fazendo bons filmes. Ninguém diz que será fácil, mas na República Dominicana respiramos entusiasmo.

137 Oscar Berrendo, Juan Antonio Serrano y Enrique Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019* (Madrid: Egeda, 2019). <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>

138 Ley 108-10, de 2010-2019, *Ley para el Fomento de la Actividad Cinematográfica en la República Dominicana*. Dirección General de Cine República Dominicana (29 de julio de 2010). <http://cultura.gob.do/index.php/sobre-nosotros/marco-legal/category/13-leyes?download=7:ley-108-10-para-el-fomento-de-la-cinematografia>

139 Albert Martínez, comunicação pessoal (23 de outubro de 2020).

140 Mila Ramírez, comunicação pessoal (22 de outubro de 2020).

# CÓRDOBA E MENDOZA QUEREM LEMBRAR AO MUNDO QUE EXISTE UMA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL NACIONAL ALÉM DE BUENOS AIRES

POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Argentina, hubs regionais, clusters, publicidade, Córdoba, Mendoza, FilmAndes*

Houve um tempo em que a província argentina de Mendoza era cenário de filmes de cowboy: os investidores internacionais vinham atraídos por 300 dias de sol por ano e paisagens majestosas. Construíam sets e filmavam faroestes nos vales áridos. Mas o sonho durou pouco. Na década de 1960, sua indústria cinematográfica desapareceu: os estúdios fecharam e a capital do vinho que sonhava em fazer cinema seguiu outros rumos; os estúdios de cinema de Godoy Cruz, por exemplo, tornaram-se envasadoras de refrigerantes.

Mendoza, porém, nunca desapareceu do mapa do cinema. Na década de 1990, os Andes de Mendoza fizeram as vezes de Himalaia em Sete Anos no Tibet (1997), uma superprodução que trouxe Brad Pitt e Jean-Jacques Annaud para essa região. O filme lembrou ao mundo que a Argentina não é apenas pampas e cidades, mas também montanhas, e os locais filmados se tornaram ícones turísticos e difundiram as paisagens de Mendoza pelo mundo.

Algo semelhante acontece hoje: à medida que uma indústria audiovisual se desenvolve fora da capital, Buenos Aires, as distâncias entre metrópole e província, cidade e cordilheira se encurtam.

A indústria audiovisual argentina cresce em Córdoba, Patagônia, Misiones e Mendoza, onde surgiu a FilmAndes. Este cluster nasceu com apenas seis produtoras e cresceu para incluir vários setores relacionados com as indústrias criativas, inspirados nos modelos do norte da Itália, Catalunha e País Basco. Trata-se de uma das grandes apostas do Banco Interamericano de Desenvolvimento, com o qual desde 2018 executa um programa milionário em que produz e divulga informação estratégica por meio do Observatório do Audiovisual, gera um sistema de mentoria para melhorar o conteúdo e permite "rodadas de negócios internacionais".<sup>141</sup> Quando recebeu seu primeiro subsídio direto de quase um milhão de dólares, a Fundação ProMendoza anunciou: "Não há precedente em toda a história do BID de um apoio tão grande a uma proposta para o desenvolvimento da Economia Criativa."<sup>142</sup>

141 FilmAndes.com: "Se realizó con éxito la Maratón para desarrolladores de Videojuegos" (s.f.). <https://filmandes.com/se-realizo-con-exito-la-maraton-para-desarrolladores-de-videojuegos/>

142 ProMendoza, "Lo que no sabías y lo que sorprende del clúster audiovisual de Mendoza" (16 de maio de 2019). <https://www.promendoza.com/es/lo-que-no-sabias-y-lo-que-sorprende-del-cluster-audiovisual-de-mendoza/>



A FilmAndes pretende criar um “ecossistema de relacionamento” audiovisual na cidade, segundo Marcelo Ortega, presidente da entidade. Até o momento, já conta com mais de 60 associados – de produtoras a empresas de videogames – que pretendem usar a posição estratégica de Mendoza como ponto de conexão com Buenos Aires e também com a vizinha Santiago do Chile, com Córdoba ou mesmo com o Paraguai e o Uruguai. Dentro dos seus objetivos, a FilmAndes busca não só dar um impulso à indústria do cinema, televisão ou publicidade, mas também a setores relacionados com a tecnologia, como a indústria dos videogames.

A indústria audiovisual estava em alta até a pandemia de 2020, que ocasionou a suspensão de dez projetos internacionais, segundo Ortega. Mas Mendoza conseguiu compensar parcialmente esse déficit com filmagens publicitárias, mais fáceis de serem controladas do ponto de vista sanitário. O faturamento entre junho de 2020 e fevereiro de 2021 foi de mais de 135 milhões de pesos, gerando pouco mais de 1.500 empregos temporários, segundo Ortega.<sup>143</sup>

O surgimento de iniciativas desse tipo e de organizações como a Associação dos Produtores Audiovisuais de Córdoba (APAC) ou o Corredor Audiovisual Argentino é um sinal de um ressurgimento do audiovisual fora da capital. A província de Misiones, no nordeste do país, por exemplo, passou de duas filmagens por ano em 2016 para oito em 2019.<sup>144</sup> Em Córdoba, no centro da Argentina, o ecossistema já conta com 118 produtoras audiovisuais de todos os portes, segundo dados da APAC.<sup>145</sup> Embora historicamente tenha sido uma região conhecida por montagem de automóveis, o crescimento da indústria de software nos últimos anos criou um ecossistema tecnológico favorável para determinados serviços de pós-produção.

Embora dados do Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais (INCAA) ressaltem que a Cidade Autônoma de Buenos Aires ainda concentra 32% do setor audiovisual argentino, a segunda região com maior concentração audiovisual é o centro (Córdoba), com 20% das empresas audiovisuais do país.<sup>146</sup> O setor, em geral, busca atrair mais investimentos e produções que ajudem a agregar experiência e profissionalismo.

Mas a única maneira de crescer é aumentando o volume de produção. Para isso, diz Ortega, é fundamental pensar em quatro coisas: atrair investimentos com incentivos, aumentar a capacidade tecnológica instalada com estúdios, ter um vínculo internacional e desenvolver histórias locais. Ortega acredita que legislar um pacote de incentivos capaz de competir com o Uruguai ou com a Colômbia é o passo mais urgente, seguido de uma formação continuada, que compete tanto ao setor público quanto ao privado.

“Fazemos parte de um país centralista, com o interior um pouco esquecido”, afirma Ortega, onde a capital concentra população, economia e grande parte da indústria audiovisual. “E isso tem que mudar.”

143 Marcelo Ortega, comunicação pessoal (31 de março de 2021).

144 Palavras de Joselo Schuap, ministro de Cultura de Misiones, Coloquio APAC.

145 Associação dos Produtores Audiovisuais de Córdoba [APAC], “Observatorio Audiovisual Córdoba” (s.f.). <http://www.asociacionapac.org/observatorio-audiovisual-cordoba/>

146 Associação dos Produtores Audiovisuais de Córdoba, “Observatorio Audiovisual Córdoba”...

# O CASO DO URUGUAI: UMA OFERTA QUE SUPERA A DEMANDA E OUTROS PROBLEMAS INVEJÁVEIS, MAS URGENTES

POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Uruguai, investimento, incentivos, hubs regionais, publicidade*

À sombra de seus dois vizinhos imponentes, o Uruguai é um país que por vezes teve que se esforçar para ser notado. Para muitos, é fácil passar por esse recanto de cidades, litoral e pampas que, com apenas 3,5 milhões de habitantes, constitui uma das nações menos populosas da América do Sul. Mas quem conhece sua história e cultura sabe que é surpreendente: hoje, o Uruguai tem um dos maiores PIB per capita da América Latina (pouco mais de US\$ 16 mil por habitante, segundo o Banco Mundial)<sup>147</sup> e, proporcionalmente, é o maior exportador de software da região. Tudo isso ocupando os primeiros lugares do continente em estabilidade econômica. Com diligência e abertura, alcançou êxitos sociais e de políticas públicas que ultrapassam sua pequena geografia.

Algo semelhante pode ser dito de sua indústria audiovisual, que existe há mais de um século. Embora por muitos anos tenha se concentrado em comerciais em vez de longas-metragens, a indústria sempre teve ambições que associamos a países maiores, especialmente desde meados da década de 1990, quando começou a lançar filmes em um ritmo mais acelerado.

Nos últimos vinte anos, em particular, o Uruguai se consolidou como um destino atrativo para filmagens. Montevidéu é tão versátil que até passou por Havana no longa-metragem *Miami Vice* (2006) e por cidades da América do Norte e Europa em inúmeros comerciais. Mas é graças à Lei nº 18.284, de 2008, ou Lei da Cinematografia, que essa indústria melhorou: após a criação do Fundo de Desenvolvimento Cinematográfico e Audiovisual, o Uruguai passou de lançar menos de uma dezena de filmes por ano em 2004 para 20 filmes em 2018.<sup>148</sup>

Com o objetivo de continuar desenvolvendo sua indústria, o país endossou o Programa Audiovisual do Uruguai (Programa Uruguay Audiovisual – PUA) em 2020, um sistema de incentivos que visa acelerar a produção audiovisual estrangeira. A partir de um fundo de quatro milhões de dólares por ano,<sup>149</sup> oferece um reembolso em dinheiro entre 10,6% e 25% para despesas de produção incorridas no país.<sup>150</sup> Segundo Jaime Miller, diretor da Uruguai XXI, agência nacional de promoção das exportações, os argumentos para dobrar o valor do fundo, que em seu primeiro ano era de dois milhões de dólares, foram contundentes: "Para cada dólar de incentivo, calculamos um impacto econômico direto, indireto e induzido de US\$ 1,65."<sup>151</sup> Um dos primeiros projetos a colher os benefícios foi *Conquest*, uma série da Netflix produzida por Keanu Reeves, com estreia prevista para 2021. Em abril de 2021, a Amazon também revelou que havia concluído três grandes filmagens da Amazon Originals no país destinadas ao mercado brasileiro.<sup>152</sup>

147 Banco Mundial, "PIB per cápita (US\$ a precios actuales)-Uruguay" (s.f.). <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=UY>

148 Berrendo, Serrano e Encinas, *Panorama Audiovisual Iberoamericano* 2019, 39.

149 Ver [uruguayaudiovisual.com/incentivos](http://uruguayaudiovisual.com/incentivos)

150 Ver Reducto. Cash rebate PUA. Contenidos internacionales. <https://reducto.uy/es/uruguay/cash-rebate.html>

151 Jaime Miller e Roberto Blatt, comunicação pessoal (21 de dezembro de 2020).

152 Telemundo, "Por qué Uruguay resulta atractivo como mercado audiovisual para compañías como Amazon", 16 de abril de 2021. <https://www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/por-que-uruguay-resulta-atractivo-como-mercado-audiovisual-para-companias-como-amazon/>

O reembolso (cash rebate) não é a única aposta para atrair investimentos internacionais. Outro investimento relevante é a Zona Franca do Audiovisual de Maldonado, também chamada de Punta del Este Studios, um local que terá sets, escritórios e estúdios de pós-produção, e cujo investimento inicial chegará a 25 milhões de dólares.<sup>153</sup> Os benefícios fiscais da zona franca também se estendem aos locais de filmagem, portanto é possível filmar fora de lá e ainda aproveitar suas vantagens. Nicolás Aznárez, sócio-fundador do projeto, relata que o Uruguai oferecia importantes benefícios: alta conectividade, locações privilegiadas e uma localização geográfica entre dois grandes mercados em um momento de instabilidade. O capital do projeto é 60% brasileiro e Aznárez estima que 75% dos negócios projetados serão com Brasil e Argentina. “Para que o Uruguai cresça, é preciso investir em infraestrutura”. E os estúdios prometem isso: a infraestrutura<sup>154</sup> necessária para concretizar uma produção internacional.

Com o programa de incentivos, somado às “boas experiências de filmagem” expressas por empresas estrangeiras, o governo estima que as exportações audiovisuais possam saltar de 20 para 40 milhões de dólares por ano. O documentarista Roberto Blatt, diretor do Instituto Nacional de Cinema e Audiovisual, descreve o pipeline de produção audiovisual para 2021 como “muito sólido”, mas destaca que precisam “promover a formação técnica rapidamente ou vamos ter um gargalo”.

Uma oferta que supera a demanda é um problema invejável, diriam alguns. Mas a formação de talentos não é um problema menos relevante. Identificar os perfis dos cargos necessários e oferecer uma formação à altura dos grandes projetos que pretende atrair é o próximo desafio que o Uruguai terá de enfrentar. É um desafio considerável, mesmo para um país acostumado com surpresas.



## **IDENTIFICAR OS PERFIS DOS CARGOS NECESSÁRIOS E OFERECER UMA FORMAÇÃO À ALTURA DOS GRANDES PROJETOS QUE PRETENDE ATRAIR É O PRÓXIMO DESAFIO QUE O URUGUAI TERÁ DE ENFRENTAR.**

153 Prensario Internacional, “Punta del Este Studios: el proyecto que posiciona a Uruguay en el mapa audiovisual global”, 27 de julho de 2020. <https://www.prensario.net/29629-Punta-del-Este-Studios-el-proyecto-que-posiciona-a-Uruguay-en-el-mapa-audiovisual-global.note.aspx>

154 Nicolás Aznárez, comunicação pessoal (5 de janeiro de 2021).

# PERÚ, ECUADOR, BOLÍVIA: A REGIÃO ANDINA É UMA ZONA EMERGENTE

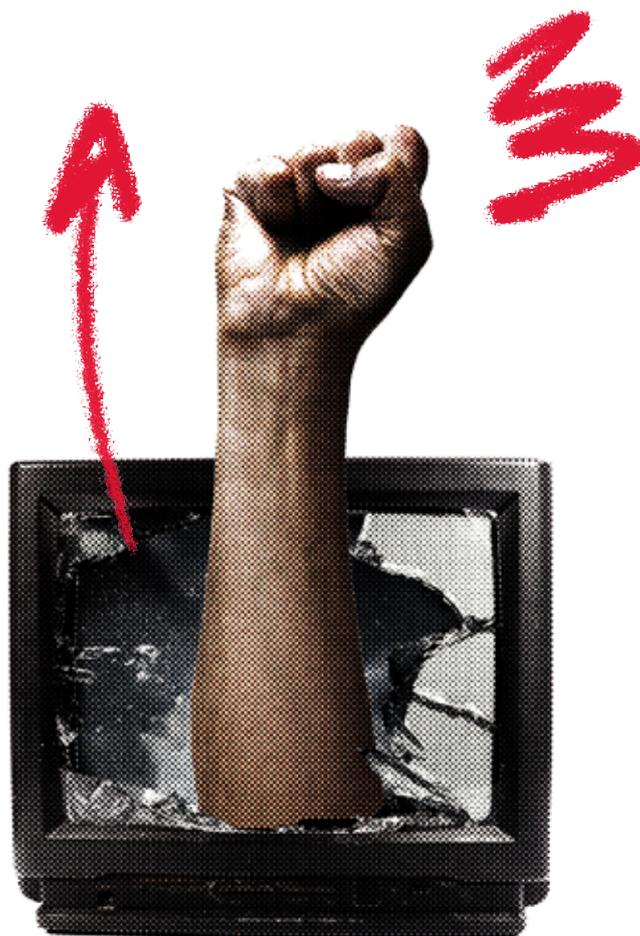
POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

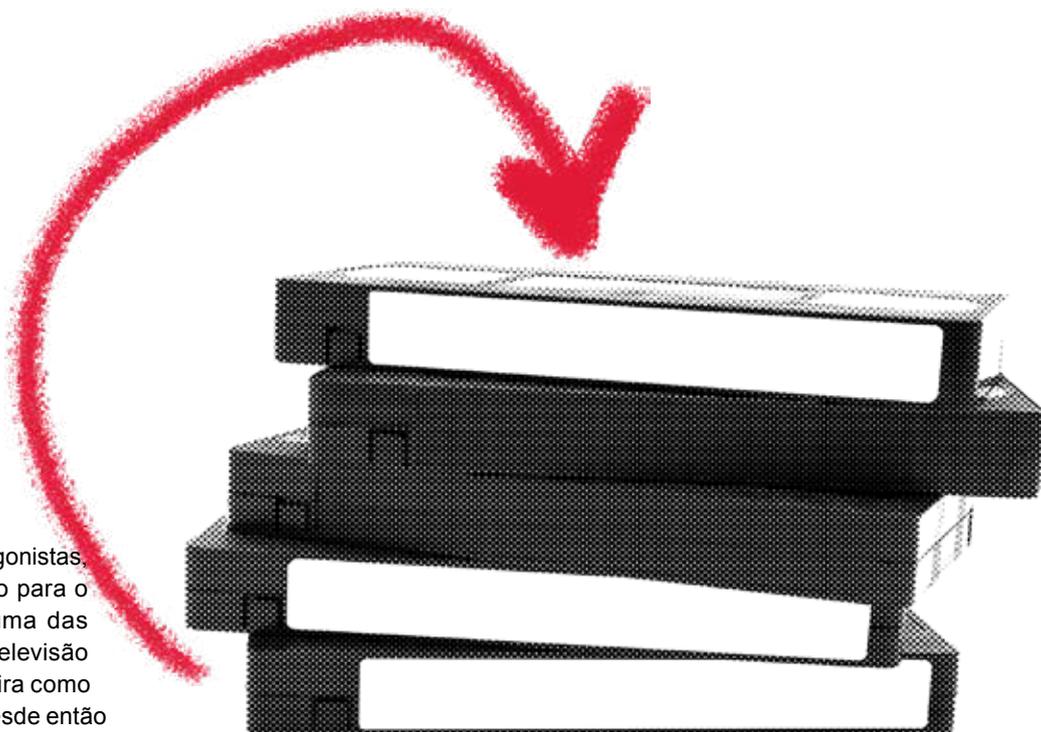
*Peru, Equador, Bolívia, países emergentes, novos mercados, serviços de produção*

## PERÚ

Se há algo em que insiste a *Conquista de lo inútil* (1982), diário de Werner Herzog durante as filmagens de Fitzcarraldo na Amazônia peruana, além da exuberância da paisagem, é o incômodo das filmagens: as dificuldades técnicas de transporte e filmagem ligadas à escassez de técnicos e profissionais especializados e um sistema burocrático mais complicado de navegar que um rio da selva. Quarenta anos depois, no entanto, o Peru deixou de ser um destino exótico e complexo de filmagem e se tornou um território emergente para a cinematografia, promovendo políticas e atraindo produção estrangeira por sua rica paisagem, seus centros urbanos de serviços e seu crescente mercado de consumo.

Um marco recente na cinematografia peruana ocorreu em 2010, quando *La teta asustada* (2009), escrito e dirigido por Claudia Llosa, tornou-se o primeiro longa-metragem do país a obter uma indicação de melhor filme estrangeiro no Oscar. Desde então, seu ecossistema cinematográfico floresceu. Uma prova irrefutável é o sucesso da Tondero, produtora responsável por algumas das obras mais populares, como *Soltera codiciada* (2018) e as trilologias *¡Asu Mare!* (2013, 2015, 2018) e *Locos de amor* (2016, 2018, 2020).





Por meio de alguns de seus protagonistas, o audiovisual peruano dá o salto para o streaming. Bruno Ascenzo é uma das grandes figuras do cinema e da televisão local: depois de uma longa carreira como ator, em 2014 dirigiu *A los 40* e desde então tem seguido sua carreira nos bastidores como diretor e roteirista. Produzido pela Tondero, Ascenzo dirigirá o primeiro filme original peruano da Netflix: *Mochileros*, com locação principal em Cusco. Ele diz que sempre optou por trabalhar em seu país: “Quando saí da universidade, há dez anos, no Peru eram lançados entre dois e três filmes por ano. Agora, antes do começo da pandemia, fechamos com quase 40 estreias por ano, o que antes era impensável, e [temos até] que brigar por datas de lançamento”, afirma.<sup>155</sup> Ascenzo vê a cooperação regional como um veículo para o crescimento do setor e comemora essa nova onda de produções audiovisuais: “Se essa máquina começar a funcionar, se muitos filmes forem lançados, todos nós teremos mais possibilidades de crescer”, afirma.

Porém, um ecossistema fértil não é algo que surge do nada e, no caso do Peru, há uma luta que atravessa o institucional, primeiro com uma lei cinematográfica que enfrentou inúmeros obstáculos legislativos até sua aprovação em dezembro de 2019, substituindo assim a de 1994. Num contexto em que a audiência média do cinema nacional chegava a 8,7% antes da pandemia, a lei foi adiada por anos por motivos políticos, reduzindo a certeza nesse setor, que desde 2013 apresentava sinais de crescimento. “O cinema não é visto como uma prioridade política, mas tem sido objeto de extensas discussões políticas”, explica Pierre Emile Vandoorne, que na época dessas entrevistas estava a cargo da Diretoria de Audiovisual, Fonografia e Novas Mídias do Peru ( DAFO) e a Conferência das Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas Ibero-americanas (CAACI), órgão regional que articula políticas públicas para promover a coprodução. A própria Direção do Audiovisual é uma instituição relativamente nova que conseguiu consolidar

estímulos “previsíveis” que em 2020 somaram quase 20,3 milhões de soles por ano<sup>156</sup> do orçamento público para a produção, desenvolvimento e distribuição de cinema, animação, videogames e outras indústrias criativas. Um de seus aspectos mais marcantes é ter conseguido um nível proporcional de acesso ao estímulo para cineastas de Lima e produtores do chamado cinema regional; antes desse apoio, o gênero era basicamente autogerenciado e de baixo orçamento, embora tivesse grande sucesso no interior do país. “Na diversidade está a possível riqueza do cinema nacional. Entre as questões que para mim ainda requerem ampla atenção do Estado estão a memória e o patrimônio audiovisual do Peru, que se encontram desprotegidos; não existe uma política de preservação nem valorização social do audiovisual”, diz Vandoorne, convencido de que “as pessoas devem ver o cinema como algo fundamental para a sua identidade cultural”.<sup>157</sup>

155 Bruno Ascenzo, comunicação pessoal (25 de novembro de 2020).

156 Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios, “Ministerio de Cultura declara ganadores a 179 proyectos cinematográficos y audiovisuales en Estímulos Económicos 2020” (17 de outubro de 2020). <https://dafo.cultura.pe/ministerio-de-cultura-declara-ganadores-a-179-proyectos-cinematograficos-y-audiovisuales-en-estimulos-economicos-2020/>

157 Pierre Emile Vandoorne, comunicação pessoal (24 de novembro de 2020).

## ECUADOR

Mauricio Cadena, diretor de difusão cinematográfica do Equador, vê em uma superprodução de Hollywood filmada aqui o início da profissionalização do setor: trata-se de *Proof of Life* (2000), um filme de ação que se passou no país fictício de Tecala. Isso “fez com que todos os técnicos do país fossem colocados à prova e a partir daí a roda começou a girar, muitas produtoras foram criadas e deram um salto grande no que significava uma produção desse tipo”, diz Cadena.<sup>158</sup>

Sobre o desenvolvimento audiovisual em uma nação emergente, Cadena afirma: “Uma parte avança com incentivos fiscais; outra, facilitando a vida dos produtores que vêm filmar no Equador, onde temos paraísos logísticos e também selva, altas montanhas e cidades a uma ou duas horas de distância umas das outras”. Ele não acredita que o país esteja nos estágios iniciais de desenvolvimento de sua cinematografia, e além do destaque do gênero documentário em festivais como “Encuentros del otro cine”, ele cita o caso de *Mortal Glitch*, uma série equatoriana de ação e fantasia produzida para o YouTube Originals e cujo primeiro episódio tem até o momento 27 milhões de visualizações.<sup>159</sup> A produtora por trás da série, Touché Films, começou a fazer vídeos virais no YouTube por meio do canal Enchufe.tv antes de dar o salto para o cinema. Um dos fundadores da empresa, Jorge Ulloa, estreou como diretor de longa-metragem com a produção peruana *¡Asu mare! 3*, em 2018, um exemplo valioso de cooperação entre talentos da região.

A reestruturação institucional em torno do audiovisual passou por grandes mudanças nos últimos anos: Em 2016, com a Lei Orgânica da Cultura do Equador, seu Conselho Nacional de Cinematografia do Equador (CNCINE) foi transformado no Instituto de Cinema e Criação Audiovisual (ICCA) e, em 2020, o Instituto para a Promoção da Criatividade e Inovação (IFCI) substituiu o segundo e o anterior Instituto para a Promoção das Artes, Inovação e Criatividade (IFAIC).

Daniela Moya, que no momento da entrevista atuava como subsecretária de Empreendedorismo, Arte e Inovação do Ministério da Cultura e Patrimônio do Equador, comentou que o objetivo da integração desses institutos era contemplar um fundo de apoio às indústrias criativas em diferentes áreas. O Ministério da Cultura e do Patrimônio criou o programa de incentivos Equador Creativo, que tinha uma visão da cultura como setor produtivo, e para isso foi instituído o Cadastro Único de Atores Culturais, no qual foram cadastrados cerca de 16 mil criadores. Alguns dos seus benefícios mais tangíveis são fiscais, como a devolução de 50% do Imposto sobre Valor Agregado (IVA) para as produções em fase de pré-produção, desenvolvimento e pós-produção.<sup>160</sup>

## BOLÍVIA

Da zona andina, este é talvez o país que avança com mais pausas no desenvolvimento de sua indústria audiovisual. Tudo isso apesar de ter recebido a saga de *Star Wars*, em 2016, ano em que o Salar de Uyuni se tornou o planeta Crait no Episódio VIII. *The Last Jedi* (2017). Dois anos depois, por decreto da Lei do Cinema e da Arte Audiovisual da Bolívia (2018), foi criada a Agência Boliviana de Desenvolvimento do Cinema e do Audiovisual (Adecine) que, como sua congênera no Peru, reservou recursos em sua convocatória de 2020 para o cinema “indígena, originário, camponês, afro-boliviano e comunitário”.<sup>161</sup> No entanto, em fevereiro de 2021, a agência cancelou as nove convocatórias do Fundo de Promoção do Cinema e da Arte Audiovisual por falta de financiamento.<sup>162</sup>

Para a cineasta boliviana Nina Wara, a falta de financiamento é o principal obstáculo à filmografia nacional, o que tem causado escassez de especialistas: “Há dois engenheiros de som no país, ninguém que se dedique a pós-produção, correção de cores, há poucos diretores de fotografia”, explica. “Não há recursos e, portanto, não há profissionalização do setor”, explica.<sup>163</sup> Além disso, é complicado importar equipamentos. Consequentemente, e por não haver opção de fazer mais de um ou dois filmes por ano, os profissionais do audiovisual costumam migrar para outros mercados mais promissores.

O talento que não é totalmente aproveitado, devido à ausência de políticas que estimulem o desenvolvimento do setor, é uma constante que merece ser mudada. Talvez, como diz Ascenzo, a solução esteja no trabalho conjunto dos países vizinhos. “Falamos o mesmo idioma e, acredito eu, a maneira como os latinos interagem entre si é muito parecida. Sim, creio que poderíamos ser uma potência e produzir, a partir daqui, coisas que se vêem em muitos outros lugares”. Divulgar a indústria, o talento e a capacidade de produção talvez seja o primeiro passo para impedir que a região andina seja vista como um planeta de uma galáxia distante.

158 Mauricio Cadena, comunicação pessoal (27 de novembro de 2020).

159 Enchufe TV (2 de setembro de 2020), *Mortal Glitch. Ep.1*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yHM2JUyJDNO>

160 Daniela Moya, comunicação pessoal (27 de novembro de 2020).

161 Ver [www.adecine.com](http://www.adecine.com)

162 Cindy Soliz, “Adecine cancela convocatorias del fondo de fomento al cine nacional”, *Los Tiempos* (5 de marzo de 2021). <https://www.lostiempos.com/doble-click/cultural/20210305/adecine-cancela-convocatorias-del-fondo-fomento-al-cine-nacional>

163 Nina Wara, comunicação pessoal (5 de novembro de 2020).

# COMEÇA O BOOM NO PANAMÁ: FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DO PANAMÁ (IFF), UMA JANELA DE OPORTUNIDADES

## POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Panamá, cinema feito por mulheres, lei cinematográfica, cinema independente, cinema autoral, festivais de cinema*

“Infeliz é a nação que precisa de heróis”: com estas palavras de Bertolt Brecht começa o documentário *Los puños de una nación*, da cineasta panamenha Pituka Ortega Heilbron. O perfil comovente do boxeador Roberto Mano de Piedra Durán é também o retrato de uma jovem nação atravessada por um canal que liga dois oceanos e serve de ponte entre dois mundos; e, além disso, um território disputado. Durán, nascido em um dos bairros mais pobres do Panamá e vencedor de cinco títulos mundiais de boxe, foi o depositário das esperanças de seus compatriotas, que, por suas mãos de pedra e coração mole, conquistaram uma identidade e reivindicaram seu lugar na história.

Como Durán, que enfrentava suas vitórias e derrotas da mesma maneira, no cinema panamenho existe, segundo as palavras de Pituka, uma resistência à desistência. Ortega cresceu na Alemanha e nos Estados Unidos, com uma mãe aficionada pelo cinema, com quem assistiu aos clássicos norte-americanos. Mas quando voltou ao seu país, depois de estudar história e ciências políticas, encontrou um terreno árido para a cultura, no qual decidiu intervir

por meio da gestão cultural. “Escrevi contos e dirigi uma revista chamada *Década*, que foi uma plataforma para fotógrafos, escritores, cartunistas, pintores e designers gráficos, com a ideia de ter um espaço além da publicidade, que é onde descarregavam as necessidades do cinema. Uma coisa levou à outra e acabei ingressando em um grupo que queria iniciar um movimento cinematográfico no Panamá de autorrepresentação por meio da imagem em movimento”.

O Panamá, que tem o maior PIB per capita da América Central, sofre de uma certa insularidade em comparação com outros países vizinhos, devido à presença estrangeira na zona do canal e sua história recente. “Grande parte do desenvolvimento cultural de um país tem a ver com sua identidade, com aquilo que contribuimos para o projeto da humanidade. Os lemas de nosso país são *Pro Mundi Beneficio* e *Ponte do mundo, coração do universo*”, diz Pituka. “A geração a que pertencemos começou a entender que o Panamá tinha uma identidade e que éramos cidadãos de um espaço muito especial”, afirma Pituka.

O impacto das indústrias criativas em sua economia foi estudado pelo BID como um elemento multiplicador em todos os setores, capaz de representar 3,3% da produção total do Panamá há apenas dez anos.<sup>164</sup> Porém, na década de 1980, o cenário era bastante desértico e ninguém pensava que era possível desenvolver o cinema. “Não havia indústria, mercado ou público”, explica Ortega Heilbron.

Mas isso, em vez de desanimá-la, foi sua oportunidade de abrir um caminho. “Era algo que ardia com muita intensidade dentro de mim. No início dos anos noventa, estive em Cuba numa oficina de roteiro com Gabriel García Márquez, e foi um grande despertar, essa experiência mudou tudo para mim. Comecei a estudar e a conhecer o cinema latino-americano”.

Ortega, que escreve, dirige e produz todos os seus filmes, transita entre registros, da pesquisa documental à ficção. Suas obras costumam funcionar como janelas para o cotidiano de seu país, como estudos da subjetividade de um indivíduo e de uma nação. Um de seus primeiros curtas, *El mandado* (1997), é um segredo de família rodado em 16 milímetros, e o seu mais recente documentário, *La ruta* (2015), olha não apenas para a crise dos transportes, mas também para a sociedade civil personificada em seus cidadãos idosos, seus trabalhadores, o panamenho comum.

“Fazer filmes naquela época era uma guerrilha, você fazia o melhor que podia, não havia fundos nem festivais de cinema”, diz Pituka, que fez parte dos grupos que impulsionaram a Lei do Cinema de 2007, com a qual criou-se o Fundo Nacional de Desenvolvimento Cinematográfico e Audiovisual. “Quero pensar que isso inspirou uma geração mais jovem, mais instruída, com mais experiência e capacidade de criar estruturas claras”, diz Pituka. Hoje, a Universidade do Panamá e a Universidade do Istmo contam com programas de formação em audiovisual, uma oferta educacional que, embora incipiente, não existia anos atrás.

Dada a efervescência cultural, era natural que o país tivesse um festival de cinema próprio, inaugurado em 2011, que desde então é considerado uma vitrine do cinema centro-americano. Outras mudanças relevantes no nível governamental incluem a separação entre as tarefas relacionadas com a produção nacional, que correspondem à Direção Nacional de Cinematografia e Audiovisual (Ministério da Cultura), e as relacionadas com a produção internacional, que estão a cargo da Panama Film Commission (Ministério do Comércio e da Indústria).<sup>165</sup>

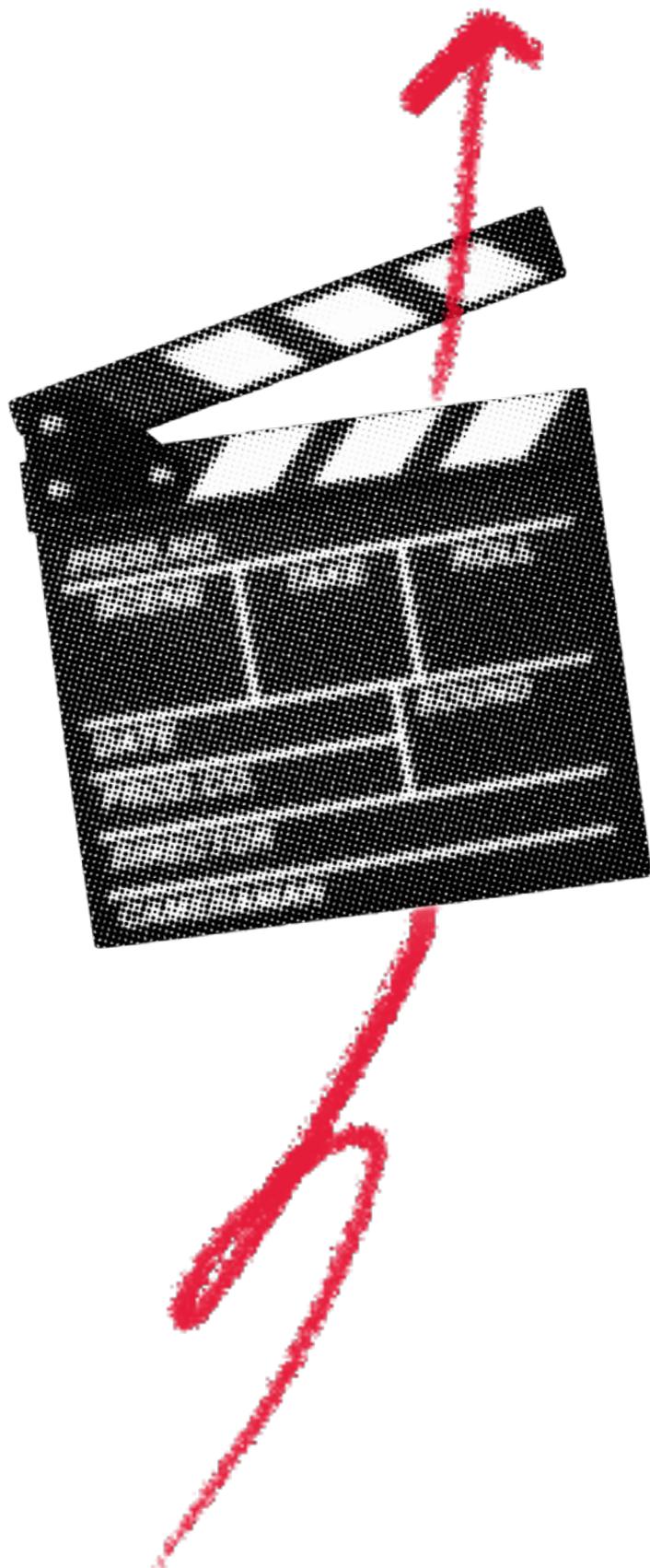
**“COMEÇA O NOSSO BOOM... NA NOSSA REGIÃO HÁ MUITO TALENTO E O QUE EXIGIMOS ANTES DE MAIS NADA: QUE O NOSSO CINEMA NÃO SEJA APENAS EXIBIDO EM PLATAFORMAS OU GRANDES FESTIVAIS, MAS QUE SEJA ESTUDADO, DISCUTIDO E TENHA O SEU LUGAR NA A HISTÓRIA DA CINEMATOGRAFIA MUNDIAL, PORQUE É O CINEMA DO FUTURO ”, DIZ PITUKA.**

164 Guillermo Lagarda y Jennifer Linares (eds.), “Industrias creativas culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica”. Banco Interamericano de Desarrollo (agosto de 2017). <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Industrias-creativas-culturales-en-Panam%C3%A1-Diagn%C3%B3stico-del-sector-y-relevancia-econ%C3%B3mica.pdf>

165 Jorge Cajar, “Comunicado GECU, traslado de DICINE al Ministerio de Cultura”. Grupo Experimental de Cine Universitario (11 de julho de 2019). <https://www.gecupanama.com/single-post/2019/07/11/Comunicado-GECU-traslado-de-DICINE-al-Ministerio-de-Cultura>

166 Pituka Ortega, “Primera Mirada: fondo único para cineastas de Centroamérica y el Caribe”, *Kreatópolis* (7 de dezembro de 2018). <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/1819/>

167 Fundação IFF Panamá, “Fundación IFF Panamá, BID LAB y Ministerio de Cultura anuncian segunda fase de actividad virtual Cinema Sanitas” (23 de abril de 2021). <https://iffpanama.org/es/fundacion-iff-panama-bid-lab-y-ministerio-de-cultura-anuncian-segunda-fase-de-actividad-virtual>



Pituka ressalta que houve um movimento solidário entre os intelectuais panamenhos, e se ela agora dirige o Festival Internacional de Cinema do Panamá (IFF) é graças a esse esforço conjunto. A Fundação IFF Panamá, que organiza o festival, tem sido apoiada principalmente pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento desde a criação do fundo *Primera Mirada* em 2015, destinado a promover a cinematografia da América Central e do Caribe.<sup>166</sup> Nos meses mais críticos da pandemia de 2020, a Fundação aliou-se ao laboratório de inovação do Banco Interamericano de Desenvolvimento para lançar o projeto *Cinema Sanitas*, que consistia na projeção virtual de uma seleção de filmes “com um poder transformador”, uma curadoria com enfoque terapêutico, voltada especialmente para jovens estudantes do país.<sup>167</sup> Graças a apoios como esse, o festival conseguiu crescer e se tornar uma referência cinematográfica na América Central. Pituka afirma que, além dos carnavais, “talvez o festival tenha sido a atividade cultural que mais conseguiu arrecadar fundos do Estado e que sobreviveu a três administrações diferentes”, porque não é uma entidade política. E acrescenta: “Conseguimos nos consolidar como um componente valioso da identidade do Panamá. Os panamenhos gostam muito de ir ao cinema, há uma presença muito forte de Hollywood aqui, e para mim e outros colegas foi importante que os cineastas e os jovens locais fossem alimentados por outro tipo de cinema”.

Na América Central, eles acabam de atualizar sua legislação audiovisual, com cláusulas cada vez mais abrangentes: embora desde janeiro de 2020 tenha entrado em vigor a Lei da Economia Criativa de El Salvador e a Lei do Cinema de Honduras tenha passado a valer um ano antes, países como a Nicarágua têm uma lei do cinema desde 2010, mas sem se traduzir em um fundo fixo ou consolidar nenhum programa de incentivos para produção nacional e internacional.

Há, no entanto, mudanças de paradigma: não apenas a Nicarágua e a Guatemala tiveram algumas das maiores taxas de crescimento de audiência de cinema em 2019 na América Latina (17,3% e 14,8%, respectivamente),<sup>168</sup> mas também sua produção audiovisual começa a assumir um protagonismo global: o filme nicaraguense *La Yuma*, de Florence Jaugey, e *La Llorona*, do guatemalteco Jayro Bustamante, são os favoritos da crítica e dos circuitos de premiação, cativando o público em suas turnês em festivais de cinema de primeira.

**“Nosso boom está apenas começando”, diz Pituka, convencida de que o público pode crescer graças às colaborações interregionais entre festivais de cinema bem consolidados, como os do Panamá e de Guadalajara, que fazem o cinema latino-americano viajar. E, claro, as vantagens do streaming. “Na nossa região há muito talento e o que exigimos é, antes de mais nada, que o nosso cinema não seja apenas exibido em plataformas ou grandes festivais, mas que seja estudado, discutido e tenha o seu lugar na história da cinematografia mundial, porque é o cinema do futuro”.**<sup>169</sup>

<sup>168</sup> Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 41.

<sup>169</sup> Pituka Ortega, comunicação pessoal (17 de novembro de 2020).

# AUDIOVISUAL DA AMÉRICA CENTRAL

## EL SALVADOR

**Atual conjuntura institucional** A Subdiretoria de Cinema e Audiovisual do Ministério da Cultura é a instituição que promove o cinema em El Salvador. Já há algum tempo se propõe a criação de uma lei de cinema nacional, que envolveria a abertura de linhas de crédito pelos bancos estaduais e a criação de um fideicomisso composto por contribuições públicas e privadas.<sup>170</sup> No entanto, permanece como um projeto. Em 2020, foi anunciada a previsão de incorporação do país ao programa Ibermedia.

**Antes** Em 1917, Erupción del volcán de San Salvador tornou-se o primeiro longa-metragem do país: documentou a catástrofe e foi exibido no Teatro Principal; em 1930, os italianos Virgilio Crisonino e Alberto Massi fizeram o primeiro longa-metragem de ficção em El Salvador: *Las águilas civilizadas*.<sup>171</sup>

**Agora** No início da pandemia de COVID-19, a Subdiretoria de Cinema e Audiovisual colocou à disposição da população em seu canal no YouTube, de forma gratuita e sem necessidade de cadastro, os documentários salvadorenhos *Circo* (Mauro Arévalo), *Acajutla*, *Historia de un puerto* (Mauro Arévalo), *Quimeras* (Edson Amaya), *Pieza de Indias* (Marvin Aguilar) e *Cuatro ojos de agua*, *memorias desde Cuisnahuat* (Roberto Kofman).<sup>172</sup>

**Espectadores salvadorenhos** Em 2019, o público foi de 4,2 milhões de espectadores, com uma arrecadação de US\$ 17,2 milhões. A única estreia nacional do ano foi *La batalla del volcán*, de Julio López, com 3.986 espectadores.<sup>173</sup>



170 Ricardo Roque y Carlos Escalón, *Cine y televisión. Análisis de situación de la expresión artística en El Salvador* (San Salvador: Fundación Accesarte, 2013), 65. <http://plataformadecultura.com/web/wp-content/uploads/2016/01/Cine-y-Televisi%C3%B3n.-An%C3%A1lisis-de-Situaci%C3%B3n-de-la-expresi%C3%B3n-art%C3%ADstica-en-El-Salvador.pdf>

171 Cinema 23. El Salvador, "El cine en El Salvador". Trayecto 23 (s.f.). <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-en-el-salvador/>

172 Ministerio de Cultura de El Salvador, *Manual de organización y funciones de la Subdirección de Cine* (junio de 2020). <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/ministerio-de-cultura/documents/382699/download>

173 Berrendo, Serrano y Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano* 2019, 79 y 82.

# AUDIOVISUAL DA AMÉRICA CENTRAL

## HONDURAS

**Atual conjuntura institucional** A Diretoria de Cinema faz parte da Secretaria de Cultura, Artes e Esportes. Em dezembro de 2019, foi publicada oficialmente a Lei Cinematográfica de Honduras, que inclui o Fundo de Desenvolvimento Cinematográfico, com 40 milhões de lempiras.<sup>174</sup>

**Antes** Em 1937, durante o governo do general Tiburcio Carías Andino, foi rodado o filme Honduras, com equipamentos trazidos do México, dirigido por José Borh e o cinegrafista Raúl Martínez Solares, e um público de 25 mil espectadores.<sup>175</sup>

**Agora** Embora tenha nascido na Guatemala, a iteração hondurenha do Ícaro Festival Internacional de Cine na América Central oferece uma semana de exibições para representar Honduras no festival internacional, além de proporcionar espaços de formação e discussões.<sup>176</sup> Seus longas-metragens mais importantes dos últimos anos, como *El Xendra* (2012, Juan Carlos Fanconi), *Amor y frijoles* (2009, Mathew Kodath e Hernán Pereira) e o documentário *¿Quién dijo miedo? Honduras de un golpe* (2010, Katia Lara), foram exibidos e premiados nesse festival.

**Espectadores hondurenhos** Em 2019, o público dos cinemas hondurenhos foi de 4,8 milhões de espectadores, com uma arrecadação de US\$ 16,5 milhões. Os dois filmes hondurenhos de maior bilheteria foram *Taxi VIP* (Joche Villanueva) e *Café con sabor a mi tierra* (Carlos Membreño), com 12.847 e 44.430 espectadores, respectivamente.<sup>177</sup>

## GUATEMALA

**Atual conjuntura institucional** Tudo o que se relaciona com a promoção do cinema está a cargo da Direção de Artes do Ministério da Cultura e do Esporte; apesar de suas tentativas em 2013 e 2016 de desenvolver sua lei do cinema,<sup>178</sup> ainda não possui um instrumento jurídico desse tipo e, portanto, não possui uma comissão de cinema. A Escuela de Cine Casa Comal, localizada na Cidade da Guatemala, é uma instituição de referência na formação, produção e divulgação do cinema nacional e centro-americano.

**Antes** Em 1896, foi realizada a primeira exibição de filme no país em Pasaje Aycinena, na Cidade da Guatemala, e em 1949, a exibição do primeiro filme sonoro local, *El sombrero*, por Guillermo Andreu Corzo.<sup>179</sup>

**Agora** Nos últimos anos, a Guatemala tem se destacado por seus filmes premiados em festivais internacionais. Alguns exemplos são *Ixcanul* (2015), de Jayro Bustamante, vencedor de um Urso de Ouro do Festival de Berlim, e, do mesmo diretor, *La Llorona* (2019), que estava na prévia da indicação ao Oscar. A Guatemala também é onde nasceu o Ícaro Festival Internacional de Cine, em 1998, organizado pela Casa Comal Arte y Cultura e sua escola de cinema.<sup>180</sup>

**Espectadores guatemaltecos** Em 2019, o público foi de 7,2 milhões de espectadores, com uma arrecadação de US\$ 34,1 milhões. Os dois filmes locais de maior bilheteria foram *Serpiente emplumada* (Ricky López) e *Temblores* (Jayro Bustamante), com mais de sete mil espectadores cada.<sup>181</sup>

174 Decreto 3-2019. Ley de Cinematografía de Honduras (6 de dezembro de 2019). <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Decreto-3-2019.pdf>

175 María Lourdes Cortés, "Historia del cine hondureño", *Ibermedia Digital* (2 de agosto de 2015). <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/historia-del-cine-hondureno/>

176 A. Barahona, "Celebran Festival Ícaro edición 2020 de manera virtual", *El Pulso* (10 de setembro de 2020). <https://elpulso.hn/2020/09/10/celebran-festival-icaro-edicion-2020-de-manera-virtual/>

177 Berrendo, Serrano e Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 93 y 96.

178 Vida Amor de Paz, "Urge la Ley de Cine en Guatemala", *Prensa Libre* (4 de janeiro de 2020). <https://www.prensalibre.com/opinion/columnasdiarias/urge-la-ley-de-cine-en-guatemala/>

179 Cinema 23. El Salvador, "El cine en El Salvador", *Trayecto 23*, s.f. <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-en-el-salvador/>

180 Ver <http://escueladecinecasacomal.com/>

181 Berrendo, Serrano e Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 88 y 91.

# AUDIOVISUAL DA AMÉRICA CENTRAL

## NICARÁGUA

**Presente institucional** A Lei nº 723 de Cinematografia e Artes Audiovisuais da Nicarágua, aprovada em 2010, prevê um fundo para a promoção do cinema nacional e a formação do Conselho Nacional do Cinema, mas nenhum foi realizado.<sup>182</sup> A instituição oficial do país é a Cinemateca Nacional da Nicarágua.

**Antes** Em 1899, o primeiro cinematógrafo da marca Lumière chegou à Nicarágua, e em 1900 a primeira projeção de cinema foi realizada no prestigioso Teatro Castaño, em Manágua.<sup>183</sup>

**Ahora** Durante a década de oitenta, existia o Instituto Nicaraguense de Cinema, fundado em 1979, que apoiava material e financeiramente os cineastas da época. Na década de noventa, ele foi fechado.<sup>184</sup>

**Espectadores nicaraguenses** Em 2019, a audiência dos cinemas foi de 1,7 milhão de espectadores, arrecadando US\$ 6,7 milhões. Nesse ano, não houve estreias de filmes nacionais.<sup>185</sup>

## COSTA RICA

**Atual conjuntura institucional** O Centro Costarricense de Produção Cinematográfica, ou Centro de Cinema, vinculado ao Ministério da Cultura e da Juventude, é a instituição responsável pela promoção do audiovisual no país. A Lei 6.158 marcou a criação do Centro de Cinema em 1977, mas não estabeleceu fundos de fomento ou incentivos fiscais (embora desde 2014 exista o Fundo de Desenvolvimento Audiovisual e Cinematográfico, também denominado “El Fauno”).<sup>186</sup> Buscou-se criar uma lei cinematográfica atualizada, por meio do projeto 20.661, embora até o momento ainda esteja em discussão.

**Antes** O cinematógrafo chegou ao país cedo, em 1897, com estreia no teatro de Variedades. Em 1950, Álvaro Chavarría lançou o primeiro noticiário sonoro: *Reportaje gráfico nacional*.<sup>187</sup>

**Agora** A partir de 2015, consolidou-se o Festival Internacional de Cinema da Costa Rica, com foco em filmes autorais e várias seções com premiações.<sup>188</sup>

**Espectadores costarricenses** Em 2019, a audiência dos cinemas foi de 8,1 milhão de espectadores, arrecadando US\$ 41,7 milhões. Os três filmes costarricenses de maior bilheteria foram Maikol Jordan 2, de Daniel Moreno (85.136 espectadores); Aquí y ahora, por James Ponsoldt (22.652 espectadores) e El despertar de las hormigas, de Antonella Sudasassi (2.990 espectadores).<sup>189</sup>

182 Elmer Rivas, “El cine en Nicaragua es aún un sueño”, *Niu* (7 de janeiro de 2017). <https://niu.com.ni/el-cine-en-nicaragua-es-aun-un-sueno/>

183 Stephany Cuadra, “Historia del Cine en Nicaragua”, *ViaNica.com* (agosto de 2016). <https://vianica.com/sp/go/specials/34-historia-del-cine-en-nicaragua.html>

184 María Denisse Villalta, “Realización del documental *Del cine al video*. Realidad del cine nicaraguense” [Tesis de licenciatura, Universidad Centroamericana, Nicaragua] (diciembre de 2013). <http://repositorio.uca.edu.ni/1494/1/UCANI3761.pdf>

185 Berrendo, Serrano e Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 102.

186 Ver <https://www.centrodecine.go.cr/direccion/centro-costarricense-produccion-cinematografica>

187 Citado en Ibermedia Digital, “Historia del cine costarricense” (2 de agosto de 2015). <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/contexto-historico/historia-del-cine-costarricense>

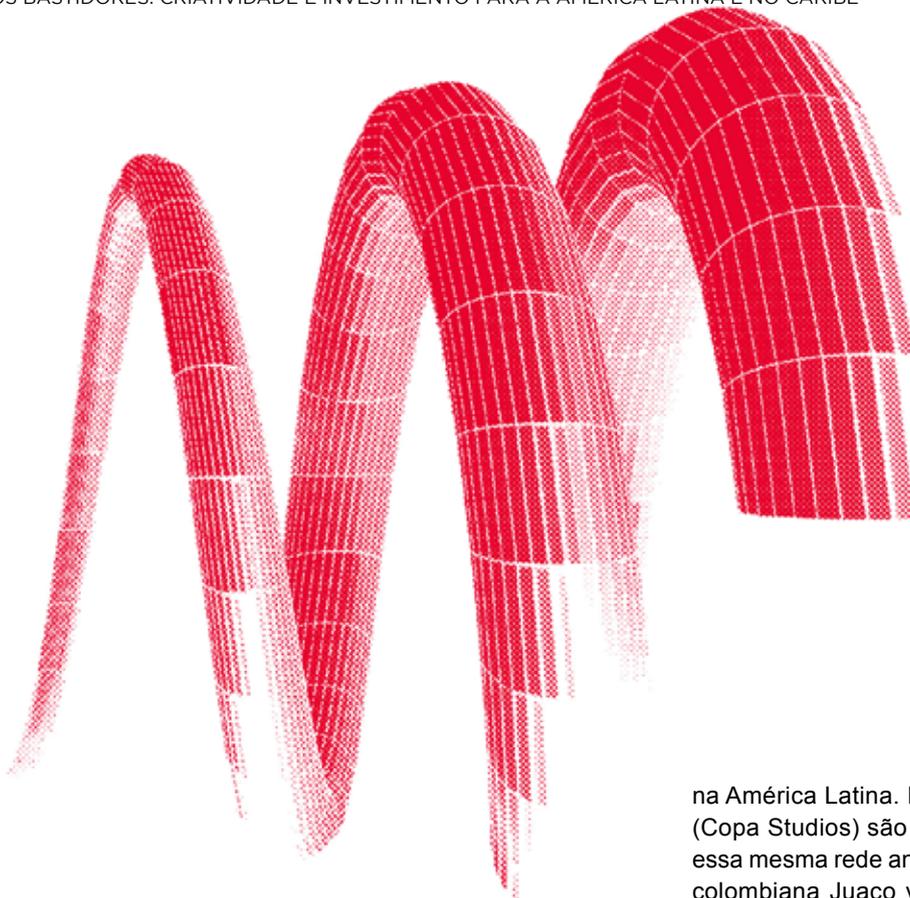
188 Ver [www.costaricacinefest.go.cr](http://www.costaricacinefest.go.cr)

189 Berrendo, Serrano e Encinas. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*, 96 y 72.

**A ANIMAÇÃO  
NÃO É  
BRINCADEIRA DE  
CRIANÇA, MAS  
UMA INDÚSTRIA  
COM ENORME  
POTENCIAL:  
UMA VIAGEM  
PELO MÉXICO,  
BRASIL E PERU**

**POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:**

*Animação, habilidades digitais, Peru, Brasil, Trinidad e Tobago, Guadalajara, propriedade intelectual, serviços de produção*



Na nossa região, existe uma grande tradição associada à animação. Em 1917, o argentino Quirino Cristiani produziu o primeiro longa-metragem de animação da história em Buenos Aires, *El apóstol*, que foi censurado por suas conotações políticas. Embora Cristiani estivesse quase uma década à frente do Mickey Mouse da Walt Disney, seu trabalho foi abafado pelos governantes da época, que não conseguiam ver o que tinham pela frente: uma indústria em potencial.

Um século depois, não podemos perder essa oportunidade de novo. “Em alguns países, a animação ainda é pensada para crianças assistirem depois da escola”, diz Aída del Solar, uma animadora peruana radicada na Europa e professora da prestigiosa escola de animação francesa Gobelins, que vê a animação como um meio quase hipnótico, que sintetiza imagem e voz, “e é o documento que você pode ter quando não tem outros”.<sup>190</sup>

**A indústria de animação na América Latina e no Caribe, que até recentemente se concentrava na prestação de serviços de produção de conteúdo internacional, agora está desenvolvendo com mais força a propriedade intelectual em todo o mundo.** Um dos exemplos mais notáveis é *Um time show de bola* (2013), uma animação 3D dirigida pelo argentino Juan José Campanella e baseada em um conto do escritor Roberto Fontanarrosa, que ganhou o prêmio Goya de melhor animação em 2014 e foi um sucesso internacional. Já o estúdio mexicano ANiMA teve vários sucessos desde a sua fundação em 2002: após a estreia do longa-metragem *Magos y gigantes* (2003), realizou uma série de projetos no cinema e na televisão, dentre os quais se destacam *Ana y Bruno* (2017) e sua saga de filmes *Las leyendas*, que mais tarde se tornou a primeira série animada da Netflix produzida

na América Latina. Hoje, animações como *Irmão de Jorel* (Copa Studios) são transmitidas pela Cartoon Network, e essa mesma rede anunciou recentemente a estreia da série colombiana *Juaco vs. Paco*, criada por Mónica Rocha e John Hernández.<sup>191</sup> Alguns estúdios importantes – como Hype no Brasil, Punk Robot no Chile e Red Animation Studio no Peru – uniram forças para desenvolver um pipeline de produção em comum,<sup>192</sup> atendendo a uma efervescência especial que rompe fronteiras.

**Após a primeira edição do festival de animação brasileiro Anima Mundi em 1993, nossa região viu crescerem festivais, mercados e eventos em que animadores de todas as origens puderam se encontrar e fazer networking; entre eles, Pixelatl no México, os Prêmios Quirino da Animação Ibero-americana na Espanha e o Festival Chilemonos no Chile, que faz parte dos festivais de qualificação para o Oscar, ou seja, os curtas-metragens que ganham o melhor curta internacional e melhor curta latino-americano podem ser indicados para a classificação oficial do Oscar.**<sup>193</sup>

<sup>190</sup> Aída del Solar, comunicação pessoal (3 de março de 2021).

<sup>191</sup> Beatrice, “Juaco vs. Paco: serie animada colombiana que se estrenará en Cartoon Network”, *Cafetoons* (17 de julho de 2020). <https://cafetoons.net/juaco-paco-serie-animada-colombiana-cartoon-network/>

<sup>192</sup> Katherine Sanderson, “The South American Animation Industry: How Brazil, Chile, and Peru Are Proving Their Talent is Real”, *Animation Ave* (1 de julho de 2020). <https://www.animationave.com/international/south-america-animation-chile-brazil-peru>

<sup>193</sup> Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, “Festival Chilemonos se convierte en calificador para los Oscar” (23 de novembro de 2018). <https://www.cultura.gob.cl/actualidad/festival-chilemonos-se-convierte-en-calificador-para-los-oscar/>

Em outras palavras, a indústria da animação é um motor de crescimento na América Latina, com um mercado global, compartilhado com efeitos visuais, de US\$ 156 bilhões em 2020.<sup>194</sup> Muitas vozes concordam que em 2016 houve um divisor de águas: o filme chileno *Historia de un oso* (2014), dirigido por Gabriel Osorio Vargas, ganhou o Oscar de melhor curta-metragem de animação e obrigou o mundo a dar mais atenção à animação na América Latina e no Caribe. Desde então, a indústria tem mostrado um dinamismo notável. Em 2017, por exemplo, dos vinte filmes mais assistidos na Colômbia, oito eram de animação,<sup>195</sup> e na Argentina a sessão Animation! do festival Ventana Sur consolidou-se como um dos mais importantes espaços de encontro do setor.<sup>196</sup> No Brasil, a Lei nº 12.485, de 2011, incentivou a criação de estúdios de animação para atender à demanda por conteúdo local infantil, por meio de cotas que exigiam a transmissão de conteúdo brasileiro na televisão por assinatura. No México, a animação é o setor educacional no audiovisual com maior oferta: há pelo menos 139 programas educacionais que a têm como especialidade no país.<sup>197</sup>

O interesse e a demanda pela animação crescem, mas qual é o cenário na região e como alguns animadores vivem o momento atual?

## OS DESAFIOS DE PRODUZIR UMA HISTÓRIA ANIMADA

No Rio de Janeiro, Marcelo Pereira é diretor executivo e um dos sócios fundadores do Combo Estúdio, responsável por *Super Drags* (2018), a primeira série de animação para adultos da América Latina estreada na Netflix que também tem temática LGBTQI+. Contudo, não foi essa minissérie que colocou Combo no mapa, foi *Any Malu*, uma série de animação estrelada por uma garota que faz vídeos no YouTube. A série deixou de ser um canal gratuito muito popular no YouTube para se tornar uma série da Cartoon Network. *Any Malu* hoje é uma propriedade intelectual poderosa, mas no Combo nasceu como uma ideia para promover o estúdio e divulgar suas capacidades técnicas:

**PEREIRA CONTA QUE UM DOS PRINCIPAIS DESAFIOS PARA PRODUZIR UMA SÉRIE DE ANIMAÇÃO PARA A NETFLIX NO BRASIL NÃO FOI CONSEGUIR ANIMADORES, MAS ARTISTAS DE STORYBOARD E ROTEIRISTAS ESPECIALIZADOS EM ANIMAÇÃO.**

uma estratégia de marketing original. No entanto, segundo Pereira, o estúdio teve que financiar os capítulos de *Any Malu* por três anos. A aposta foi bem-sucedida e deu ao Combo Estúdio a oportunidade de oferecer um pitch para a Netflix, que abriu suas portas para produção de cinco capítulos de *Super Drags*.

Pereira conta que um dos principais desafios para produzir uma série de animação para a Netflix no Brasil não foi conseguir animadores, mas artistas de storyboard e roteiristas especializados em animação. “A animação cresce no país, não podemos reclamar. A cada dia, há mais animadores e mais estúdios de animação, mas é difícil encontrar talento técnico. Tem trabalho. Mas é um mercado muito jovem. O animador mais experiente do Brasil pode ser um cara que começou há três décadas, quando ainda faziam animação no papel, e não tem experiência em animação internacional”.<sup>198</sup> No entanto, ele acredita que a flexibilidade e adaptabilidade dos animadores brasileiros são pontos favoráveis.

Para Aída del Solar, que ensinou várias gerações de animadores latino-americanos, sobretudo da região andina, por meio de várias iniciativas privadas e governamentais, como a Animation Workshop e a Gobelins l'École de l'Image, a educação é fundamental na região. “No Peru, vejo que há ambição, há boa vontade e muitas imagens bonitas, mas falta uma técnica mais consolidada”. Aída acredita em projetos de residência para ilustradores, como a Animation Workshop, de onde surgiram projetos como o curta *Abuela grillo* (2009), que reuniu uma grande equipe de animadores da Bolívia. Trabalho em equipe, tutoria e projetos transregionais são os elementos que complementam essa formação, segundo Del Solar.

194 Business Wire, “Latin American Animation, VFX & Video Games: Strategies, Trends & Opportunities, Report 2021-25” (18 de janeiro de 2021). <https://www.businesswire.com/news/home/20210118005309/en/Latin-American-Animation-VFX-Video-Games-Market-Strategies-Trends-Opportunities-Report-2021-2025---ResearchAndMarkets.com>

195 Anuário Estatístico do Cinema Colombiano 2017, Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. <https://www.economianaranja.gov.co/media/pfuozv4v/anuario-estadístico-cine-colombiano-2017.pdf>

196 Anuario INCAA 2018. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. Ministerio de Cultura. Argentina. <http://www.incaa.gov.ar/anuarios>

197 Anuário Estatístico do Cinema Mexicano 2019. Imcine (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/anuario-estadístico/>

198 Marcelo Pereira, comunicação pessoal (3 de novembro de 2020).

## NOVOS CENTROS DE ANIMAÇÃO

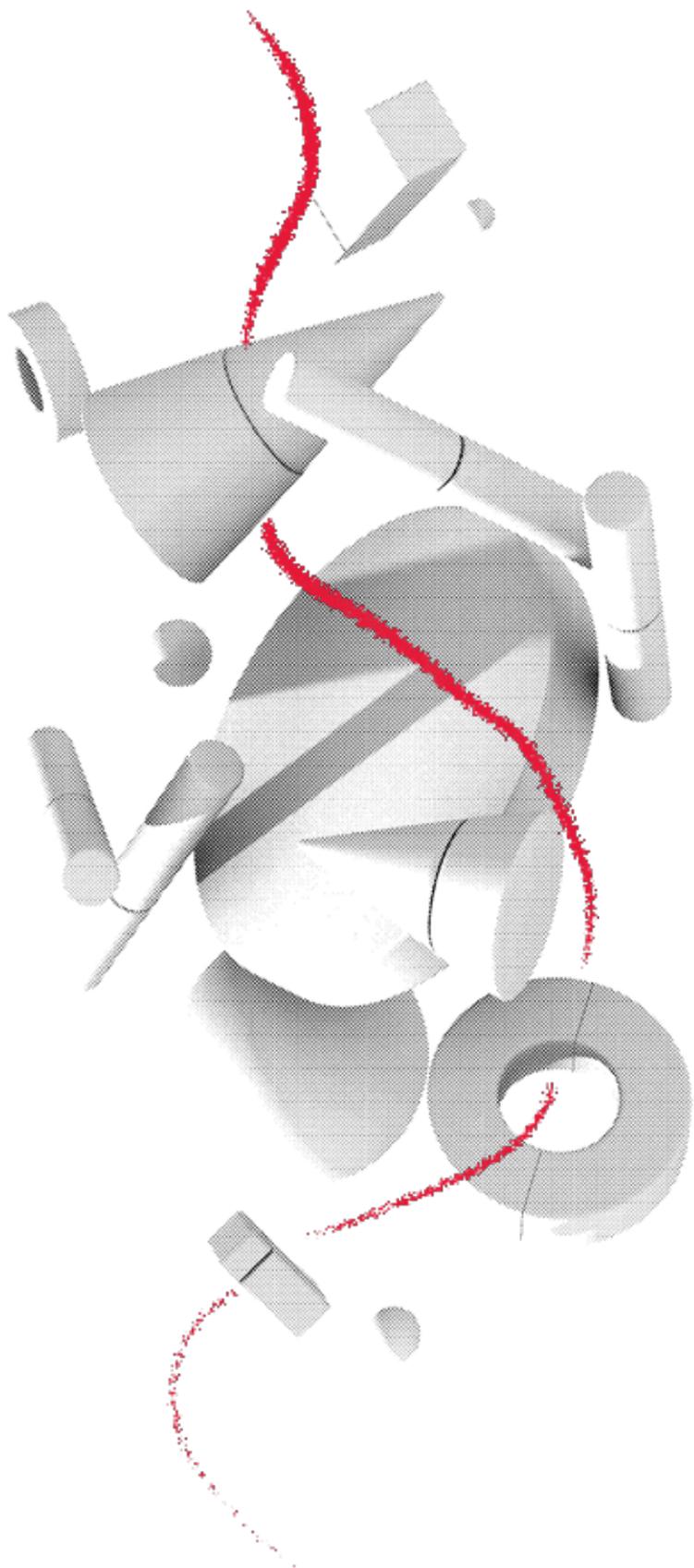
Certos lugares despontam como hubs de animação na região, como é o caso de Guadalajara, capital de Jalisco. Muitos apontam que essa cidade é um epicentro cultural – sede da maior feira do livro da América Latina e de um importante festival de cinema – mas também uma espécie de Vale do Silício, com inúmeras empresas envolvidas em tarefas digitais e tecnologia da informação. Essas últimas são "aliadas naturais" da animação, segundo Angélica Lares, diretora do Centro Internacional de Animação, conhecido como Taller del Chucho.<sup>199</sup>

Essa iniciativa, fundada em Guadalajara e instituída por Guillermo del Toro, visa a aproveitar o pipeline de talento local para oferecer diferentes serviços de animação. O estúdio atualmente desenvolve stop motion para a superprodução *Pinocchio*, dirigida por Del Toro e programada para estrear em 2021. Lares acredita que o Taller del Chucho está bem posicionado para aproveitar uma tradição artística muito rica que inclui o vasto conjunto de pintores e animadores de Jalisco, mas também a geração contemporânea de artistas, e espera que o centro seja um espaço para desenvolver projetos com o restante da América Latina e Caribe.

Dentre os centros de animação em ascensão, um dos mais surpreendentes é o arquipélago caribenho de Trinidad e Tobago, onde a Universidade de Trinidad e Tobago já oferece uma graduação em meios digitais com possibilidade de especialização em animação, atendendo à demanda por formação técnica. O país participa do Festival *Animae Caribe*, o maior da região dedicado à animação. Além disso, nos últimos anos, as ilhas formaram um ecossistema de estúdios de animação que criam redes e promovem melhores marcos regulatórios, muitos dos quais associados à Trinidad & Tobago Animation Network.

A proliferação de estúdios de animação que apostam nas grandes ligas e um ecossistema educacional que busca atender à demanda, sem dúvida, demonstram um cenário promissor. Mas não se deve esquecer que a capacidade de organizar e formar alianças transregionais pode ser determinante: "Acredito que já haja talento e competitividade suficientes para darmos outro grande passo, como fez o Chile com o Oscar de História de um oso. Infelizmente, depende mais de gente comum e de produtores independentes como nós do que de políticas públicas ou de uma visão de longo prazo que aposta em indústrias e tecnologias emergentes", diz Luis Patricio Salmón, cofundador da Mighty Animation, sobre o caso mexicano.<sup>200</sup>

Nossa região enfrenta desafios que vão além de sua capacidade de animar mundos possíveis, mas o otimismo de que a indústria está em uma posição madura para dar frutos é palpável.



199 Angélica Lares, comunicação pessoal (8 de março de 2021).

200 Luis Patricio Salmón, comunicação pessoal (4 de novembro de 2020).

# NO PARAGUAI, O CINEMA ALÇA VOO

Ninguém imaginava que um filme gravado em guarani daria a volta ao mundo e aceleraria a indústria cinematográfica do país, mas foi assim: *Hamaca paraguaya* (2006), dirigido por Paz Encina e que se passa em 1935 durante a Guerra do Chaco entre Paraguai e Bolívia, foi selecionado em Cannes, onde ganhou o prêmio Fipresci na categoria "Um certo olhar", além de outros prêmios nos festivais de Roterdã, Miami e Granada.

Gabriela Sabaté, produtora de *Hamaca paraguaya*, que mais tarde produziria o thriller *Matar a un muerto* (2019), do diretor Hugo Giménez, conta que descobriu seu hobby no cineclube da escola, dirigido por Juan Carlos Maneglia. Maneglia é diretor de mais um sucesso paraguaio não só de crítica, mas de público: *7 Cajas* (2012), que foi indicado ao prêmio Goya de melhor filme estrangeiro de língua espanhola, apesar de ser gravado em jopara, mistura de espanhol com guarani.

Essas oportunidades profissionalizaram o ecossistema paraguaio, que recebeu diretores como Lucía Puenzo, Pablo Giorgelli e Lucrecia Martel para filmagens no país, e possibilitaram redobrar a aposta: *Alas de gloria* (Joaquín Serrano) será o primeiro filme de animação local, sobre o qual foi desenvolvido um comovente teaser com o apoio do Fondo Nacional de la Cultura y las Artes de Paraguay y de los Bonos Criativos<sup>201</sup> do Laboratório de Inovação do Banco Interamericano de Desenvolvimento, BID Lab, no projeto de Promoção da Economia Criativa do Paraguai.<sup>202</sup> O filme, que busca fundos e produtores, se passa também na Guerra do Chaco, que testemunhou a primeira batalha aérea no continente, segundo seus

produtores, e busca acertar contas com um episódio sangrento da história de sua aviação.

Desde 2018, o Paraguai conta com uma lei cinematográfica, nº 6106/2018 de Promoção do Audiovisual, que estabelece as funções do Instituto Nacional do Audiovisual do Paraguai (INAP) e do Conselho Nacional do Audiovisual.<sup>203</sup> Além disso, foi determinado que o Fundo Nacional do Audiovisual seria financiado da seguinte forma:

1. "Atribuições orçamentárias especiais";
2. "As receitas obtidas pelo Instituto Nacional do Audiovisual do Paraguai pela prestação de serviços decorrentes do exercício de [suas] funções";
3. "Aportes, créditos, contribuições, legados e doações nacionais e internacionais";
4. "50% das rubricas orçamentais de retenções na fonte derivadas de operações comerciais de serviços audiovisuais obtidos pela Internet no exterior" (ou serviços OTT). São passos inéditos na região e em um país cuja economia criativa representa 2,5% do PIB e emprega mais de 50 mil pessoas, segundo dados da Federação das Indústrias Criativas do Paraguai.<sup>204</sup> Com filmes lançados recentemente, como *Los buscadores* (Juan Carlos Maneglia, 2017) e *Las herederas* (Alfredo Martinessi, 2018), o Paraguai deu passos gigantescos para consolidar sua identidade audiovisual. O restante da América Latina e do Caribe está prestando atenção.

201 *La Nación*, "Alas de gloria llegará a cines en el año 2021" (9 de maio de 2019). [https://www.lanacion.com.py/espectaculo\\_edicion\\_impresa/2019/05/09/alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-ano-2021/](https://www.lanacion.com.py/espectaculo_edicion_impresa/2019/05/09/alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-ano-2021/)

202 Laura Bomrad, "¡Gracias por ser parte de la fuerza creativa!" (novembro de 2020). <https://www.cird.org.py/econaranja/>

203 Conferência das Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas Ibero-americanas (CAACI), "Paraguay establece la estructura orgánica de su Instituto Nacional del Audiovisual" (s.f.). <https://caaci-iberoamerica.org/paraguay-establece-la-estructura-organica-de-su-instituto-nacional-del-audiovisual/>

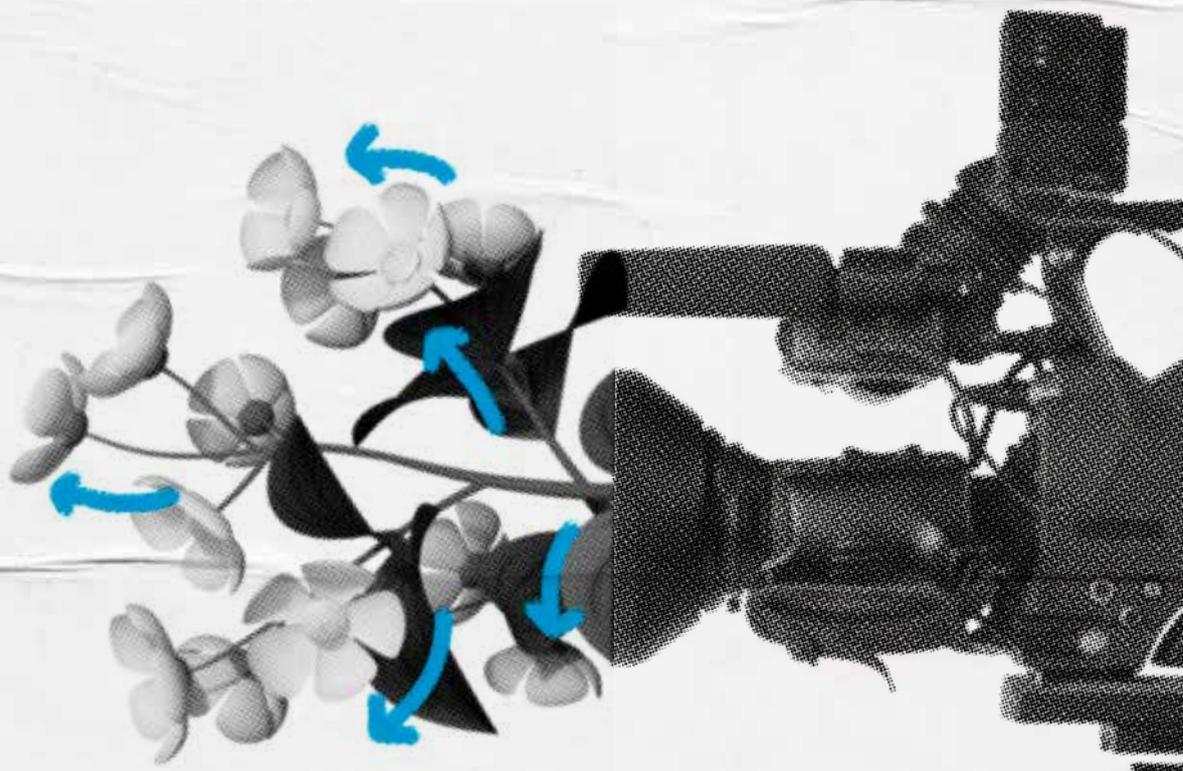
204 Agência Informativa Paraguaya, "Sector creativo del Paraguay impacta 2,5% en el PIB y genera 50.000 empleos anuales" (31 de agosto de 2019). <https://www.ip.gov.py/ip/sector-creativo-del-paraguay-impacta-2-5-en-el-pib-y-genera-50-000-empleos-anuales/>

**PARTE II**

A PRIORIDADE  
EM COMUM:

**INVESTIR  
EM CAPITAL  
HUMANO**





## CAPÍTULO 3

# COMPETÊNCIAS DA FORÇA DE TRABALHO PARA A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE

# PENSAMENTO CRÍTICO, PERSEVERANÇA E CURIOSIDADE

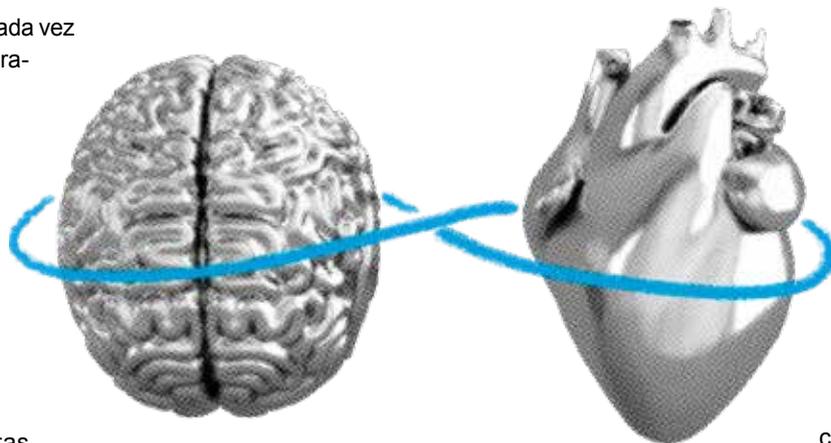
## AS HABILIDADES HUMANAS PESAM MAIS DO QUE NUNCA NO SÉCULO DA AUTOMAÇÃO

### UMA REALIDADE DIFERENTE

Vivemos em um mundo cada vez mais automatizado, com trabalhos tradicionais que desaparecem ou se transformam com a chegada de máquinas, computadores e robôs, e a substituição progressiva de tarefas rotineiras para as quais suas capacidades são sem dúvida superiores às dos humanos. O futuro, tantas vezes adiado, já está aqui. A

digitalização acelerada não afeta apenas as tarefas básicas; a sofisticação tecnológica exponencial atingiu tarefas mais complexas: veículos autônomos, robôs que realizam cirurgias médicas complexas e criptomoedas são alguns exemplos desses processos de transformação.

Os computadores podem acumular e processar informações em grandes volumes, seguir instruções, resolver infinitas equações e nos ultrapassar em trabalhos especializados, repetitivos e preditivos. Contudo, existem competências nas quais dificilmente nos substituíam: aquelas que, precisamente, nos tornam humanos.



Um computador é incapaz de trocar um olhar de reconhecimento, compaixão ou empatia. Criatividade, determinação e a maneira como reagimos à alegria e à dor – nenhum robô pode gerá-las de maneira espontânea. Homens e mulheres, quando se deparam com situações imprevisíveis, quando precisam usar suas emoções para enfrentar um problema ou quando geram novas ideias e relações entre elementos que antes não estavam ligados, se distanciam do automatizável e entram no campo das tarefas à prova de robô (robot-proof), dificilmente substituíveis por máquinas. Muitos dos componentes da indústria audiovisual, ao necessitar dessas habilidades humanas, supõem uma aposta inteligente para proteger e desenvolver os empregos de um futuro que já chegou.

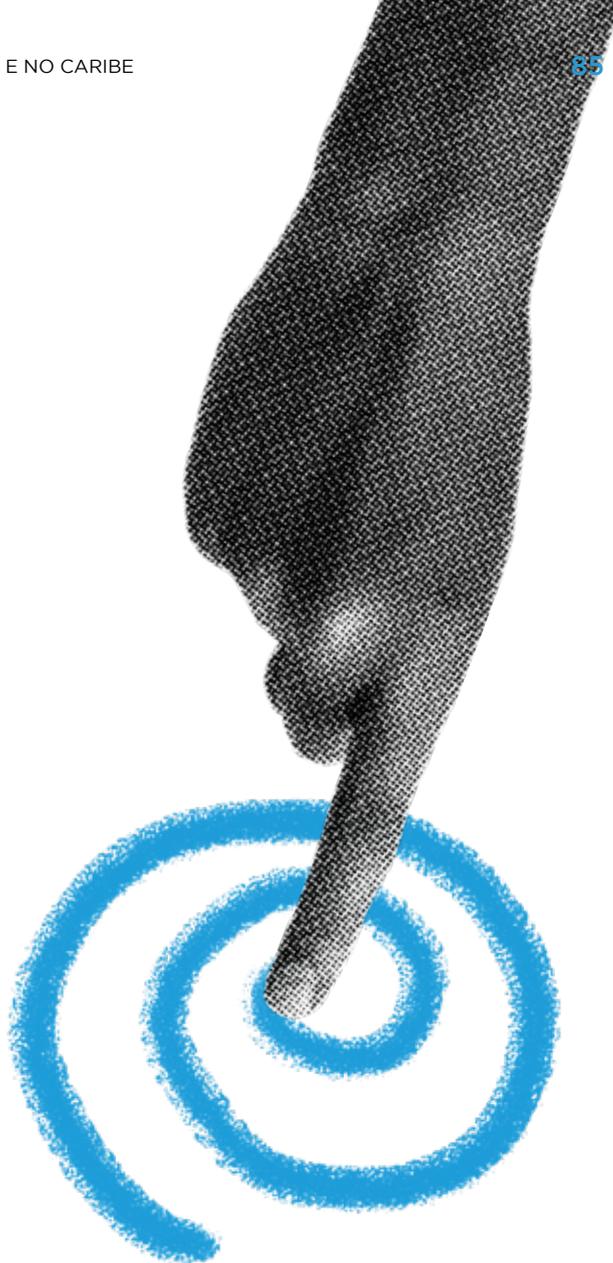
## HABILIDADES DO SÉCULO XXI

Em um contexto em que a tecnologia está se tornando onipresente, evidências sugerem que as chamadas “habilidades sociais” (soft skills) são inestimáveis: são habilidades que os robôs dificilmente desenvolverão. É uma soma das funções cognitivas avançadas, como pensamento crítico e resolução de problemas, funções executivas, como metacognição (aprender a aprender) e autorregulação; e das habilidades socioemocionais, como empatia, perseverança e autoestima, que nos auxiliam na relação com os outros e contribuem para o bem-estar e o desempenho profissional individual e em equipe. A elas devem ser adicionadas, é claro, as habilidades digitais que nos permitem manusear e integrar máquinas em nosso trabalho para aprimorá-lo. Esse conjunto de competências é conhecido como transversal ou do século XXI. O consenso é que, em um mundo cada vez mais mutável e incerto, hoje elas são de grande importância.

Os estudos geralmente coincidem em um ponto interessante. O professor de Harvard David J. Deming constatou<sup>205</sup> que as pessoas com melhores habilidades sociais trabalham juntas com mais sucesso por meio de atos tão simples como coordenação, acordos e atribuição e divisão de tarefas, geralmente em um ambiente de trabalho em equipe. De acordo com suas estimativas, os empregos que exigem habilidades sociais cresceram quase 12% entre 1980 e 2012. No último ano, o Prêmio Nobel James Heckman publicou, com Tim Kautz, um ensaio<sup>206</sup> que mostrou como habilidades sociais que são identificadas com características de personalidade, como preferências, objetivos e motivações, são cada vez mais valorizadas acadêmica e profissionalmente. Perseverança, sociabilidade e curiosidade podem prever diferentes resultados profissionais e sociais na vida das pessoas. O estudo do BID, “Até onde suas habilidades podem levá-lo?” (¿Hasta dónde pueden llevarte tus habilidades?)<sup>207</sup>, argumenta que tanto as habilidades digitais quanto as que envolvem trabalho com pessoas serão as mais exigidas nos empregos de crescimento mais rápido no futuro próximo.

Do lado do mercado de trabalho, observamos duas tendências importantes: primeiro, a automação de tarefas e ocupações, já mencionada. No relatório “O futuro do trabalho” (“El futuro del trabajo”), da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), de 2019, estima-se que 14% dos empregos atuais estão sob alto risco de automação, e 32% passarão por uma transformação radical<sup>208</sup>. Na América Latina e no Caribe, esse número é ainda maior, e países como Chile, Argentina, México ou Uruguai têm entre 20% e 30% de seus empregos com alto risco de automação. Com os robôs assumindo muitas tarefas essenciais, mais pessoas do que nunca terão que mudar de carreira e profissões ao longo da vida. Estima-se que cerca de 50% das profissões que surgirão nos próximos anos serão totalmente novas.<sup>209</sup>

Temos um mercado de trabalho cada vez mais polarizado: de um lado há muitas ocupações mal remuneradas, com mão de obra pouco qualificada e que, em muitos casos, exigem o trabalho com pessoas: cabeleireiros, empregados domésticos e trabalhadores da indústria e construção, e profissionais que lidam com atividades relacionadas ao cuidado de crianças, idosos e pessoas com deficiência, por exemplo. Do outro, estão ocupações de



alta remuneração que exigem uma combinação de funções cognitivas e socioemocionais avançadas, juntamente com habilidades técnicas altamente especializadas. O que está desaparecendo é justamente a faixa do centro, em que estão os empregos ocupados pela classe média e que vão sendo substituídos progressivamente por máquinas.

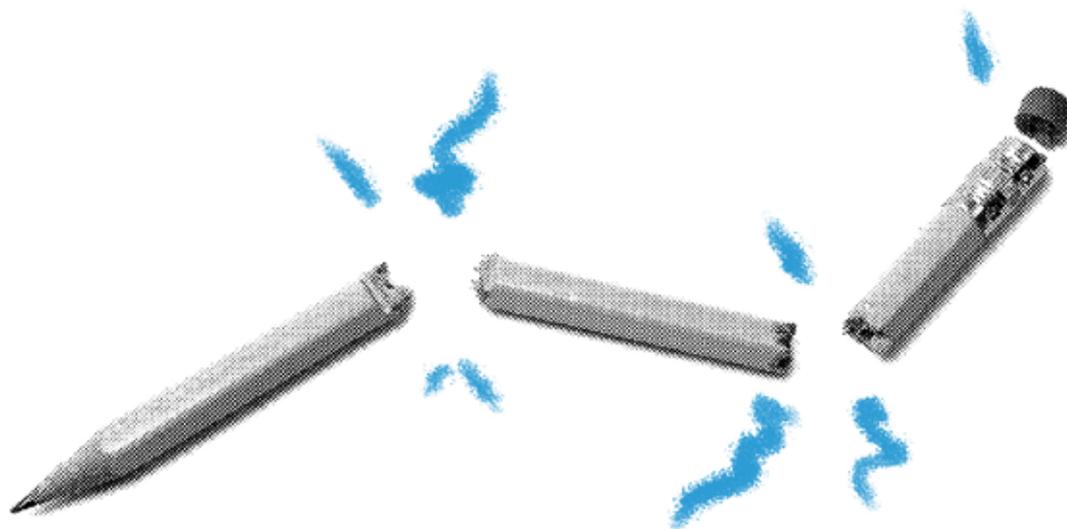
205 David J. Deming, “The growing importance of social skills in the labor market”, *The Quarterly Journal of Economics* (2017). [https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming\\_socialskills\\_aje.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming_socialskills_aje.pdf)

206 James J. Heckman y Tim D. Kautz, *Hard evidence on soft skills* (Cambridge: National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper Series, 2012). <https://www.nber.org/papers/w18121>

207 Nicole Amaral, Nick Eng, Carlos Ospino, Carmen Pagés, Graciana Rucci y Nate Williams, ¿Hasta dónde pueden llevarte tus habilidades? Cómo utilizar los datos masivos para entender los cambios en el mercado laboral (Washington: Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID]. División de Mercados Laborales, 2018). <https://publications.iadb.org/es/hasta-donde-pueden-llevarte-tus-habilidades-como-utilizar-los-datos-masivos-para-entender-los>

208 Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OECD], *Perspectivas de empleo de la OCDE 2019. El futuro del trabajo* (Paris: OCDE, 2019). [https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019\\_bb5ff5a-es](https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019_bb5ff5a-es)

209 Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OECD], *Perspectivas de empleo de la OCDE 2019. El futuro del trabajo* (Paris: OCDE, 2019). [https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019\\_bb5ff5a-es](https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019_bb5ff5a-es)



Em termos de empregos, o que realmente faz a diferença é o ensino superior. Concluir o ensino médio não é garantia de acesso a empregos melhores. Os maiores salários são recebidos por quem conclui o ensino superior; isso tem sido demonstrado em estudos que levam em consideração variáveis como características socioeconômicas e demográficas.<sup>210</sup> Esses bônus não são apenas para quem tem diploma universitário, mas também para programas técnicos e tecnológicos de menor duração (embora ainda haja uma disparidade salarial entre os que têm ensino técnico e os que ingressam no ensino superior). Em países como Chile ou Colômbia, por exemplo, a remuneração de quem tem ensino superior é em média três vezes maior do que de quem tem apenas o ensino médio.<sup>211</sup>

Portanto, os altos níveis de desemprego juvenil contrastam com a crescente demanda por profissionais técnicos por parte do setor produtivo, entre os quais se encontra a indústria audiovisual. Além disso, a COVID-19 teve um efeito devastador na educação e no emprego dos jovens. Existem três questões principais aqui: desigualdade no acesso a programas de ensino superior, a baixa qualidade dos programas de ensino superior (que se traduz em menor relevância e conexão com o mercado de trabalho), e a elevada evasão do ensino médio ocasionada pela pandemia, que impedirá a geração atual de entrar no ensino superior ou técnico superior. Em média, apenas um terço dos jovens da América Latina e do Caribe acessam o ensino superior (universitário e técnico), com variações consideráveis entre os países da região.<sup>212</sup> Apenas cerca de 10% dos jovens de baixa renda têm acesso a um programa de ensino superior, com grande variação regional. Os países que oferecem mais ensino superior público (por exemplo, Argentina) têm uma proporção maior de estudantes de baixa renda.<sup>213</sup> No Caribe, apenas 4% dos alunos de baixa renda acessam esses programas. Por outro lado, diante de uma notável destruição de empregos, muitos outros são criados. O paradoxo é que não temos as habilidades necessárias para responder a essa demanda. Se olharmos um relatório recente do Fórum Econômico Mundial,<sup>214</sup> vemos que a principal barreira para a adoção de novas tecnologias é a lacuna de competências no mercado de trabalho. E isso é uma constante em todos os setores produtivos, inclusive o audiovisual.

A crise de COVID-19 deixou claro que se precisamos de algo agora são mais trabalhadores que tenham perseverança, criatividade, empatia e flexibilidade para se adaptar e continuar aprendendo em cenários de grande incerteza. Sabemos que essas competências sempre foram necessárias e, justamente por serem atemporais, se enquadram em muitas circunstâncias da vida, o que significa que são necessárias para muitos empregos. Dominá-las é fundamental não apenas em termos econômicos, tanto individual quanto coletivamente, mas também porque afetam nossa capacidade de inovar e prosperar, de conviver com outras culturas e de nos relacionar com as experiências de outras pessoas.

210 Matias Busso, Julian P. Cristia, Diana Hincapie, Julián Messina y Laura Ripani, *Learning Better: Public Policy for Skills Development* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2017). <https://publications.iadb.org/en/learning-better-public-policy-skills-development>

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OECD], *Education at a Glance 2020* (Paris: OCDE, 2020). [https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020\\_69096873-en](https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020_69096873-en)

211 Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OECD], *Education at a Glance 2019* (Paris: OCDE, 2019).

212 Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO], Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe [IESALC], *Towards universal access to higher education. International trends* (2020). <https://www.iesalc.unesco.org/en/wp-content/uploads/2020/11/Towards-Universal-Access-to-HE-Report.pdf>

213 Elena Arias Ortiz, Iván Bornacelly, Gregory Elacqua, *Hablemos de política educativa en América Latina y el Caribe #6: Educación superior en América Latina: ¿Cómo las crisis económicas de las últimas décadas han afectado la matrícula?* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2021). <https://publications.iadb.org/es/hablemos-de-politica-educativa-en-america-latina-y-el-caribe-6-educacion-superior-en-america-latina>

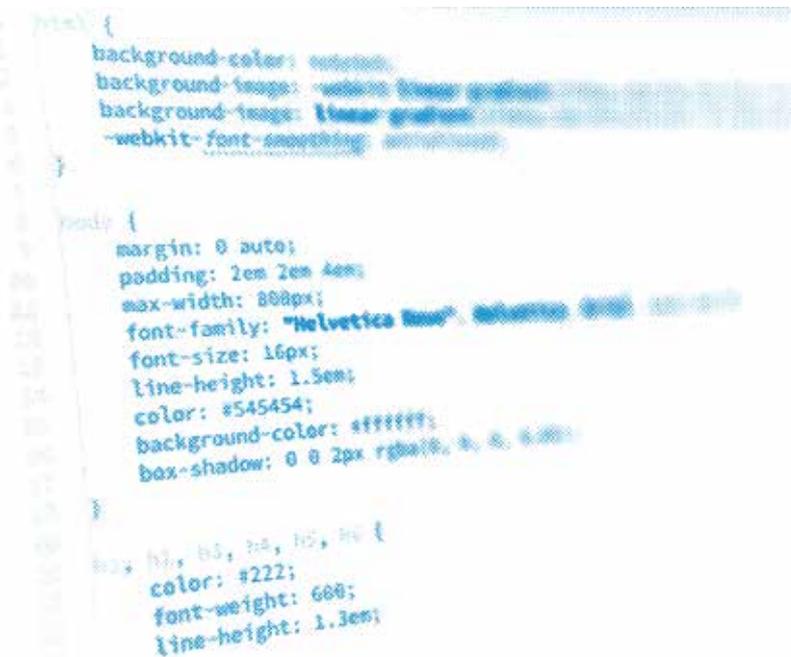
214 World Economic Forum, *The future of jobs report 2020* (Genebra: WE Forum, 2020). <https://es.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

## APRENDENDO EM UM MUNDO DIGITALIZADO

Suponhamos que estabelecemos como objetivo dominar software, escrever roteiros para séries de televisão ou aprender um ofício técnico. Como abordamos um processo que exige o aprendizado de novas habilidades? Fazer um esforço deliberado para aprender, estabelecendo metas e se autorregulando, faz parte do que os especialistas chamam de "aprender a aprender". E de acordo com um estudo<sup>215</sup>, essa capacidade é fundamental para alcançarmos os objetivos prioritários da educação de acordo com a OCDE.

Os números indicam que, pelo menos nos Estados Unidos, as pessoas passam em média 4,2 anos em um emprego,<sup>216</sup> e evidências mostram que os jovens valorizam mais a experiência de trabalho do que a lealdade a uma única empresa. Nesse contexto, a aprendizagem ao longo da vida, ou formação contínua (lifelong learning)<sup>217</sup>, é crucial: essa habilidade envolve o desenvolvimento de uma vontade de aprender de forma voluntária, contínua e motivada. Já foi dito que o trabalhador médio terá múltiplas mudanças de emprego ao longo de sua vida, então essa capacidade de aprender o ajudará a navegar melhor em um mercado de trabalho dinâmico que continuamente lhe apresentará novos desafios.

A quarta revolução industrial também requer uma mudança em direção a uma educação 4.0, que dê aos jovens as ferramentas de que precisam para o mundo atual. Os sistemas educacionais precisam investir em habilidades que possamos levar de um emprego a outro e que não expirem ou se tornem desatualizadas. A educação deve fornecer aos alunos ferramentas concretas: as que eles precisam para prosperar na vida e que não se desvalorizam com o tempo, mas, em vez disso, aumentam seu valor e permitem adquirir outras habilidades.



Atualmente, existe uma grande diversificação na oferta, acompanhada por uma digitalização progressiva dos serviços educativos e de novos produtos que também se originam na indústria do entretenimento: o chamado edutainment. Esses novos conteúdos baseados em histórias, filmes ou videogames que antes eram impossíveis de se imaginar em uma sala de aula tornaram-se uma ferramenta educacional promissora. Como argumentado em *Los videojuegos no son un juego. Los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe*, o conceito de aprender jogando não é novo e há bastante consenso sobre seus benefícios.<sup>218</sup>

O que faz o setor privado, que precisa de pessoas que desenvolvam seus negócios? E o que fazem as pessoas que buscam oportunidades de trabalho? Contratam por habilidades em vez de diplomas universitários, e optam por alternativas mais curtas e baratas e credenciais mais versáteis em vez de diplomas tradicionais. A formação será cada vez mais modular, permitindo que cada pessoa construa suas próprias trajetórias educacionais com base em suas preferências e necessidades. Também estamos vendo um crescimento exponencial no setor de tecnologia da educação (EdTech),<sup>219</sup> que se acelerou durante a pandemia. No entanto, embora esteja em forte crescimento, ainda não atingiu a dimensão observada em outros setores, como a telemedicina.<sup>220</sup> E a crise de COVID-19 evidenciou ainda mais esse atraso.

215 Héctor Ruiz Martín, *Habilidades para la vida: aprender a aprender* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020). <https://publications.iadb.org/es/habilidades-para-la-vida-aprender-aprender>

216 U.S. Bureau of Labor Statistics, "Employee tenure summary", *Economic news release* (22 de setembro de 2020). <https://www.bls.gov/news.release/tenure.nr0.htm>

217 Emile Irwin, Joe Pickeril y Brendan Desetti, *Skills for life: lifelong learning* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020). <https://publications.iadb.org/en/skills-for-life-lifelong-learning>

218 Alejandra Luzardo, Belisario de Azevedo, Mercedes Mateo Díaz, Laura Becerra, Gerardo Funes, Martina Santoro, Phillip Penix-Tadsen y Juan Pablo Pison, *Los videojuegos no son un juego. Los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019), 195. [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los\\_videojuegos\\_no\\_son\\_un\\_juego\\_Los\\_desconocidos\\_%C3%A9xitos\\_de\\_los\\_estudios\\_de\\_Am%C3%A9rica\\_Latina\\_y\\_el\\_Caribe.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los_videojuegos_no_son_un_juego_Los_desconocidos_%C3%A9xitos_de_los_estudios_de_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe.pdf)

219 EdTech Digest, "Growth of EdTech through 2025" (13 de novembro de 2020). <https://www.edtechdigest.com/2020/11/13/growth-of-edtech-through-2025/>

220 Yyannu Cruz Aguayo; Celeste de Marco; Mercedes Mateo Díaz; Ricardo Enrique Paz Cuevas; Fernando Peirano; Cecilia Sleiman, *Transformación digital en salud y educación. El presente y futuro del trabajo social en América Latina* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], INTAL, 2021).

## QUAL É A TAREFA DOS SISTEMAS EDUCACIONAIS?

A América Latina tem uma das maiores taxas de evasão escolar do mundo, não só por motivos econômicos, mas também por falta de interesse e motivação.<sup>221</sup> Isso tem que mudar urgentemente. Para fazer essa transformação, é necessário:

- i. **Investir em habilidades não perecíveis que podem ser transferidas de uma profissão para outra.** A educação deve fornecer aos estudantes ferramentas concretas, que sejam úteis para eles prosperarem na vida e que não se desvalorizem com o tempo, mas, em vez disso, aumentem seu valor e permitam adquirir outras habilidades.
- ii. **A educação híbrida predominará no futuro.** Além da simples combinação de presencial e on-line, os modelos híbridos implicam uma utilização mais eficaz das possibilidades de aprendizagem oferecidas pelas ferramentas digitais em sala de aula. Eles envolvem a combinação das ofertas tradicionais e não tradicionais de formação, aproveitando melhor a oferta crescente de serviços emergentes no setor de EdTech, por exemplo, para personalizar a aprendizagem; isso significa flexibilizar as trajetórias para reconectar os alunos que desistiram de estudar durante a pandemia e todos os que abandonaram seus programas de formação nos últimos anos. Por modelos híbridos também entendemos uma identificação e abertura a novas alternativas de formação.
- iii. **Prevê-se um unbundling progressivo na educação.** Até então, a educação era praticamente um bloco e as trajetórias educacionais eram bastante fixas. As iniciativas privadas estão se concentrando nos processos específicos dessa rede: digitalização de conteúdos, adaptação e personalização da aprendizagem, certificação e acreditação de competências, entre outros. É aqui que ocorre uma clara disrupção. Como os processos são, em última instância, interdependentes, quando ocorre uma mudança em um deles, são geradas mudanças em cadeia que afetam todos os outros. Em outras palavras, quando as ferramentas de certificação de competências começam a ser estabelecidas, é necessário criar um conteúdo que desenvolva essas competências. Outro exemplo desse processo é a transição de diplomas para certificados. Os diplomas eram tradicionalmente usados para credenciar a posse de um conjunto de conhecimentos e competências: o problema é que não podem ser divididos em partes e, além disso, nem sabemos como eles foram obtidos; o empregador não saberia ler esse diploma, ou seja, não saberia se o candidato realmente tem as habilidades descritas no papel. É por isso que a lógica da certificação de competências específicas evoluiu.
- iv. **Haverá um crescimento exponencial do setor de tecnologia da educação (EdTech).** A oferta é cada vez mais diversificada e traz consigo uma digitalização progressiva dos serviços educacionais. De acordo com um estudo da consultoria Holon IQ,<sup>222</sup> a educação em escala global é uma indústria de mais de US\$ 6 trilhões (com estimativa de crescer para US\$ 10 trilhões em 2030). No entanto, o investimento digital é inferior a 3%, bem abaixo do investimento em outros setores, como a saúde. Ou seja, o setor está muito reduzido em comparação com a magnitude dos desafios que deve enfrentar.
- v. **Haverá mudanças na demanda.** Esperam-se mudanças significativas no comportamento dos “consumidores” de educação e formação. Tanto a oferta como a demanda se sofisticam, o que significa alunos mais exigentes, que vão pedir resultados concretos para o seu investimento, em termos de trabalho e renda, e professores que terão maior abertura e flexibilidade aos ministrar suas aulas e precisarão, por exemplo, de mais treinamento em habilidades digitais.
- vi. **Conectar estudantes a empregos é fundamental.** Oportunidades educacionais levam a oportunidades econômicas. O que um estudante aprende não é definido por sua nota final, mas por sua capacidade de conseguir um bom emprego, abrir um negócio de sucesso ou ter uma vida próspera.
- vii. **Fortalecer o ecossistema por meio de alianças com o setor privado.** Isolar-se nunca é uma boa ideia: os sistemas educacionais têm que aprender com o que está acontecendo em todo o ecossistema e construir alianças com o setor privado e a sociedade civil para transformar a educação.

221 Mercedes Mateo Díaz y Graciana Rucci (editoras), *El futuro del trabajo ya está aquí. Habilidades transversales en América Latina y el Caribe en el siglo XXI* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2019). <https://publications.iadb.org/en/future-now-transversal-skills-latin-america-and-caribbean-21st-century>

222 Holon IQ, “10 charts to explain the global education technology market” (25 de enero de 2021). <https://www.holoniq.com/edtech/10-charts-that-explain-the-global-education-technology-market/?fbclid=IwAR24k8DE3DKxI8EyKtvXnGfeeBkNrW9BBmOo47F9sMbuwKX9xqVnirCIEuw>

## QUESTÕES RELACIONADAS A POLÍTICAS PÚBLICAS E AO ECOSISTEMA

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) está desenvolvendo a plataforma de certificação de competências CLIC, por trás da qual trabalha uma equipe multidisciplinar de especialistas de dentro e de fora da organização, formada por engenheiros de sistemas, neurocientistas, psicólogos cognitivos, economistas e especialistas em inovação e economia de plataforma. O objetivo é que a CLIC ajude os jovens de toda a região a validar e certificar as competências transversais que necessitam adquirir, independentemente do setor, emprego ou cargo que ocupem. Estamos falando de habilidades digitais, trabalho em equipe e colaboração, pensamento crítico e criatividade. A CLIC também ajuda os usuários a demonstrar essas habilidades no mercado de trabalho por meio de distintivos, portfólios digitais e currículos. Pela CLIC, os usuários também podem construir uma rede regional de pares e mentores, porque ter uma rede de contatos é fundamental para uma vida profissional de sucesso.

É uma iniciativa inovadora porque divide o processo de produção da educação e da formação em partes e toma uma dessas partes: a emissão de credenciais. Nessa conjuntura, encontra-se uma necessidade não atendida. A proposta não é apenas nova, mas também relevante: ajuda os jovens a se conectarem com as oportunidades econômicas, aproveitando suas competências. E a inovação também é disruptiva: se valorizarmos as competências em relação aos títulos e diplomas tradicionais, mudamos a lógica com que o sistema educativo se move e o aproximamos da lógica da contratação ou do mercado de trabalho. Por fim, abre novas possibilidades para jovens de baixa renda terem acesso a empregos melhores, mesmo que não possam pagar por universidades caras, desde que possuam as qualificações necessárias.

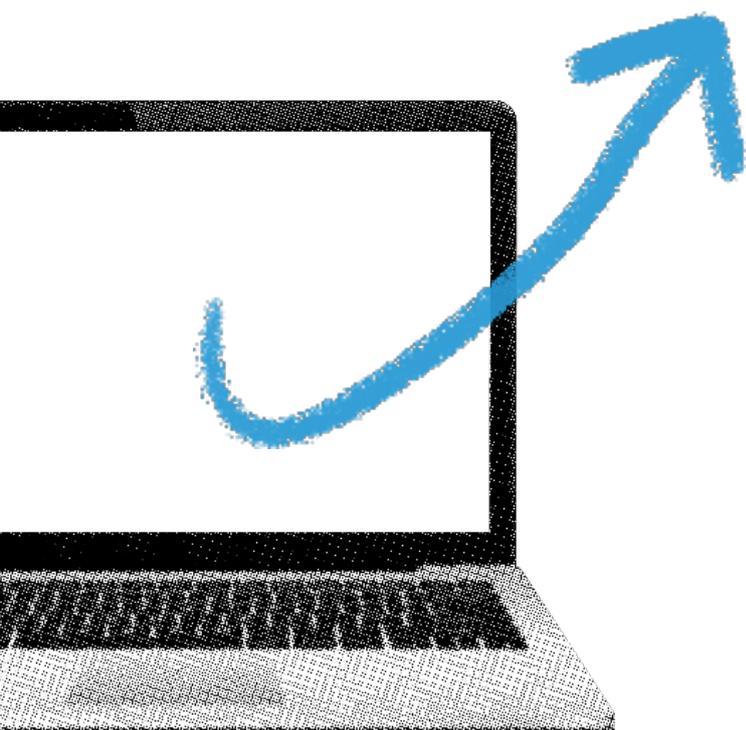
Nem a obsolescência de competências técnicas específicas, nem a desconexão entre a educação e as necessidades do mercado de trabalho são específicas das indústrias culturais e criativas ou do setor audiovisual.

A região sofre de uma dramática escassez de habilidades, com lacunas entre a demanda e a oferta, que se amplia à medida que a indústria se diversifica, inova e se aproxima das necessidades do mercado global. Essa tendência não se deve apenas à rapidez com que o mercado se transforma e se adapta às mudanças tecnológicas, mas também às dificuldades que os sistemas formais de educação e formação têm para responder às novas exigências. A boa notícia é que a oferta de programas de ensino superior não só se expandiu como também se diversificou, estendendo-se ao ensino técnico profissionalizante, que hoje constitui, por exemplo, cerca de 35% das matrículas na Colômbia e Peru e 45% no Chile.<sup>223</sup> No entanto, em termos culturais, persiste uma preferência pela formação universitária por parte dos estudantes e familiares, em comparação com o ensino técnico profissionalizante.

Agora, mais do que nunca, a indústria tem que ser parte integrante tanto da elaboração de políticas educativas e formação como das soluções. E também deve ser solidariamente responsável por elas, ou seja, contribuir para seu financiamento e manutenção. A indústria é que pode identificar onde estão as lacunas de competências e determinar se os programas de formação são relevantes e eficazes e como devem ser adaptados; é ela que pode oferecer oportunidades para colocar essas competências em ação por meio de práticas e sistemas de formação dupla (como estágios). Mas, igualmente, é ela que deve oferecer oportunidades de formação contínua e desenvolvimento aos seus colaboradores, por meio de programas *upskilling* e *reskilling*.

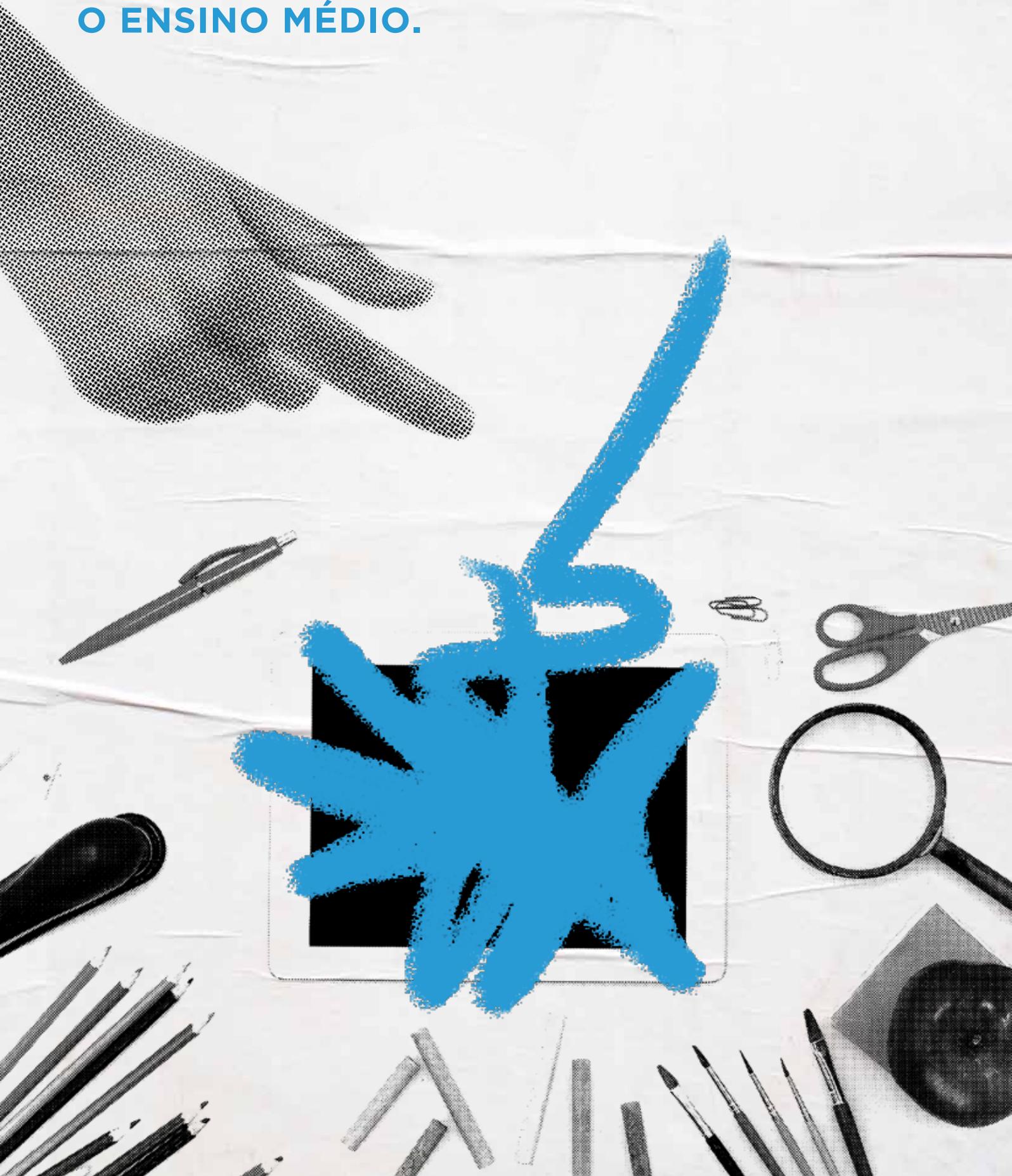
Além disso, a indústria não é apenas consumidora de talentos, mas também contribui para ampliar e diversificar a oferta de serviços educacionais e de formação. O mercado caminha para uma democratização progressiva da qualidade, o que pode ser uma oportunidade para maior equidade. Por isso, é necessário apoiar projetos e iniciativas que criem alternativas educacionais e de formação junto com o setor privado. Os novos agentes educacionais podem não só contribuir para fechar a lacuna de competências, mas também para o acesso a uma educação relevante e de qualidade.

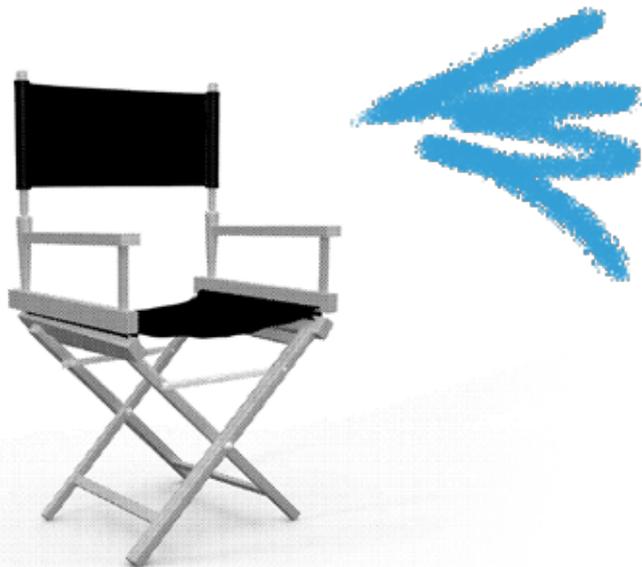
Vemos uma progressiva segmentação e diversificação da oferta de serviços de educação e formação, que vem acompanhada de uma redução dos custos e de tempo: para os jovens e famílias de baixa renda, essas duas dimensões são fundamentais. Os diplomas universitários estão fora do alcance de muitos. Quando um jovem tem que contribuir com a renda familiar o mais rápido possível, é improvável que ele estude para obter um diploma depois de cinco anos.



223 María Paola Sevilla B., *Panorama de la educación técnica profesional en América Latina y el Caribe*, Serie Políticas Sociales N° 222 (Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2017). <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1723>

**VOCÊ NÃO PODE INOVAR, DESENVOLVER  
NOVAS INDÚSTRIAS E COMPETIR NA  
ECONOMIA GLOBAL QUANDO MAIS DA  
METADE DA POPULAÇÃO NÃO CONCLUIU  
O ENSINO MÉDIO.**





Diante dessa realidade, os programas de apoio financeiro e subsídios para estudantes de baixa renda ganham uma relevância especial. Vincular esses apoios a programas de desenvolvimento de competências ou construir alianças entre sistemas de ensino e a indústria é algo que já está acontecendo com alguma força em países como o Brasil, onde o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) oferecem dois importantes modelos de educação a preços acessíveis orientados para o desenvolvimento do conhecimento técnico.

Na indústria audiovisual, as competências do século XXI serão fundamentais para as profissões ou ofícios *above the line* (talento criativo) e *below the line*. A criatividade, por exemplo, é uma habilidade fundamental do roteirista ou diretor; as habilidades digitais são essenciais para o engenheiro de som; as socioemocionais são cruciais para o maquiador e as de gestão o são para o showrunner. Todas são habilidades deste século.

Novas indústrias não podem se desenvolver se não houver talento para acompanhá-las, o que implica uma visão e uma política de Estado que transcende os governos e investimentos sustentados, públicos e privados. Além disso, isso requer uma análise das lacunas de competências que o desenvolvimento dessa indústria exige.

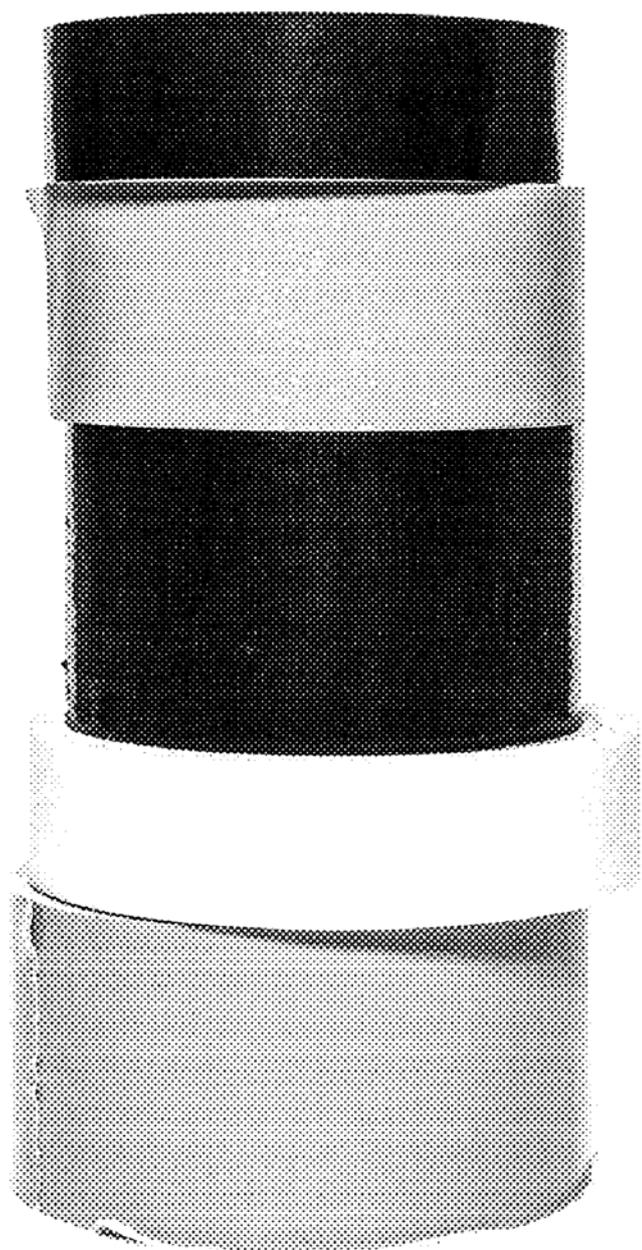
No caso específico das indústrias culturais e criativas, sua expansão começa por mostrar o valor social e econômico que essas profissões têm para os jovens e suas famílias. Também é fundamental dar visibilidade a essas profissões para que os jovens saibam que elas existem, são muito procuradas e oferecem uma grande carreira profissional, e que as escolham na hora de decidir sua formação. Além desse trabalho de mudança cultural e de mentalidade (*mindset*), é necessário desenvolver uma oferta concreta e eficaz de serviços de educação. Para governos e stakeholders, é importante apoiar programas que contribuam para a resolução desses problemas de empregabilidade e formação de jovens.

**A indústria audiovisual faz parte de uma aposta em um desenvolvimento inteligente, e as habilidades que ela requer também. Não é possível inovar, desenvolver novas indústrias e competir na economia global quando mais da metade da população não concluiu o ensino médio. As políticas e ações conjuntas do setor público e privado devem ter como foco não apenas os jovens que já fazem parte da força de trabalho, mas também aqueles que vão chegar.**

Com a quarta revolução industrial, são muitos os espaços de participação econômica que se abrem e que devemos aproveitar para acelerar a recuperação no pós-pandemia, modernizar as economias e ampliar as oportunidades sociais. Para isso, por meio da Visão 2025 do BID,<sup>224</sup> trabalhamos para fortalecer as cadeias de valor regionais e acelerar a digitalização. Aproximamos a produção dos mercados consumidores, por meio de uma estratégia ativa de *nearshoring*, abrimos novos caminhos e fortalecemos setores não tradicionais, como a indústria verde, e revitalizamos a grande contribuição que se pode fazer no setor cultural e criativo. Mas apenas isso não é suficiente para apoiar as empresas privadas a fazer mudanças estratégicas. Para isso também precisamos acima de tudo de talento.

Não basta o trabalho de poucos, e isso não pertence a uma única esfera. Tem que ser um esforço que diz respeito a todos nós. A criatividade, que é a capacidade de encontrar novas formas de pensar e resolver problemas, é o que tem levado a nossa indústria audiovisual adiante: é hora de flexibilizá-la, buscar formas de transferi-la e aplicá-la de forma prática para gerar um ecossistema cada vez mais saudável, em que as oportunidades são mais acessíveis para a maioria. Se as pessoas precisam de treinamento, mas não necessariamente de um diploma universitário, para ter acesso a empregos de melhor qualidade e maior remuneração, isso não é apenas uma boa notícia para um mercado que exige urgentemente mais talentos qualificados, mas também para melhorar as oportunidades econômicas de milhões de indivíduos.

224 Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID], Corporação Interamericana de Investimentos, *Visión 2025. Reinvertir en las Américas: una década de oportunidades* (2021). <http://www.iadb.org/document.cfm?id=EZSHARE-328957462-89>



### DO ARTÍSTICO AO TÉCNICO: ABOVE THE LINE E BELOW THE LINE

Como qualquer setor que cresce rapidamente, as necessidades da indústria audiovisual na América Latina e no Caribe mudam de maneira radical, em parte devido à rápida transformação de seus processos. Antes de ser exibido na tela, o projeto audiovisual passa por quatro grandes fases: desenvolvimento, pré-produção, produção (fase de filmagem) e pós-produção. Nos últimos anos, o surgimento da animação, efeitos visuais, efeitos especiais e produção virtual, e sua crescente incorporação ao pipeline audiovisual, apontam que é cada vez maior a importância da formação na gestão de novas tecnologias e processos. Acompanhar a reciclagem e atualização trabalhista e tecnológica é uma parte crucial da reativação das indústrias culturais e criativas, de acordo com pesquisas recentes do Banco Interamericano de Desenvolvimento.<sup>225</sup>

No setor audiovisual, há talento *above the line* e *below the line*: o primeiro refere-se a cargos artísticos – principalmente aqueles relacionadas a direção, atuação, roteiro e cinematografia – e o segundo refere-se à equipe técnica, que inclui inúmeros cargos relacionados a som, maquiagem, direção de arte, animação, pós-produção, construção, supervisão de roteiro, entre outros. Na pesquisa feita com produtores audiovisuais, encomendada para este livro e realizada pela consultoria independente Olsberg SPI, 58% dos entrevistados consideraram que na América Latina e no Caribe não temos pessoal técnico suficiente. Muitos também argumentaram que o nível de formação dos cargos existentes é insuficiente, por isso há um consenso de que precisamos continuar formando e atualizando as capacidades. É uma urgência atualizar as competências para que atendam aos padrões globais de qualidade, muitas vezes vistos como mais “exigentes”.

225 Ver *Evaluación del impacto del covid-19 en las industrias culturales y creativas: una iniciativa conjunta del MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI* (en prensa) disponible en <https://es.unesco.org/fieldoffice/montevideo/ImpactoCovidCultura>

# DO ARTÍSTICO AO TÉCNICO: *ABOVE THE LINE Y BELOW THE LINE*

## **TALENTO ABOVE THE LINE**

**Cargos artísticos**  
relacionados ao desenvolvimento criativo da produção.

Direto(a)  
Produtor(a) executivo(a)  
Productor(a)  
Showrunner (na TV)  
Roteirista  
Diretor(a) de elenco  
Elenco principal  
Diretor(a) de fotografia (se for um nome conhecido)

## **TALENTO BELOW THE LINE**

**Cargos técnicos**  
encarregam-se das tarefas diárias de pré-produção, produção e pós-produção.

**Direção**  
Continuista/Secretário(a) de Filmagem (roteiro)  
Primeiro(a) assistente de direção  
Segundo(a) assistente de direção

**Escritório de produção**  
Chefe de produção  
Secretário(a) de produção  
Contador(a) de produção  
Coordenador(a) de produção  
Chefe da unidade de produção  
Coordenador(a) de recursos humanos  
Gerente de segurança de TI

**Direção de arte e produção**  
Designer de produção  
Diretor(a) de fotografia  
Diretor(a) de arte  
Coordenador(a) do departamento de arte  
Cenógrafo(a)/decorador(a)  
Paisagista

**Pós-produção**  
Editor(a)  
Animador(a)  
Efeitos visuais (VFX)  
Mixador(a) de som  
Editor(a) de som  
Engenheiro(a) de gravação musical



# DO ARTÍSTICO AO TÉCNICO: ABOVE THE LINE Y *BELOW THE LINE*

## TALENTO *BELOW THE LINE*

Cargos técnicos encarregam-se das tarefas diárias de pré-produção, produção e pós-produção.

### Equipamento de câmera/ maquinistas/elétrico

Diretor(a) de fotografia  
Cameraman/camerawoman  
Foquista  
Operador(a) de steadicam  
Operador(a) de câmera aérea  
Iluminador(a) (gaffer)  
Técnico(a) de som  
Maquinista (grips)  
Elétrico(a)

### Figurino

Figurinista  
Comprador(a) de figurino  
Supervisor(a) de figurino  
Alfaiate/costureira

### Maquiagem e estilista

Maquiador(a)  
Maquiador(a) de efeitos especiais  
Estilista  
Estilista de efeitos especiais

### Dublês de ação e efeitos especiais

Coordenador(a) de dublês  
Supervisor(a) de efeitos especiais

### Construção

Diretor(a) de Construção  
Emboçador(a)  
Carpinteiro(a)  
Pintor(a)

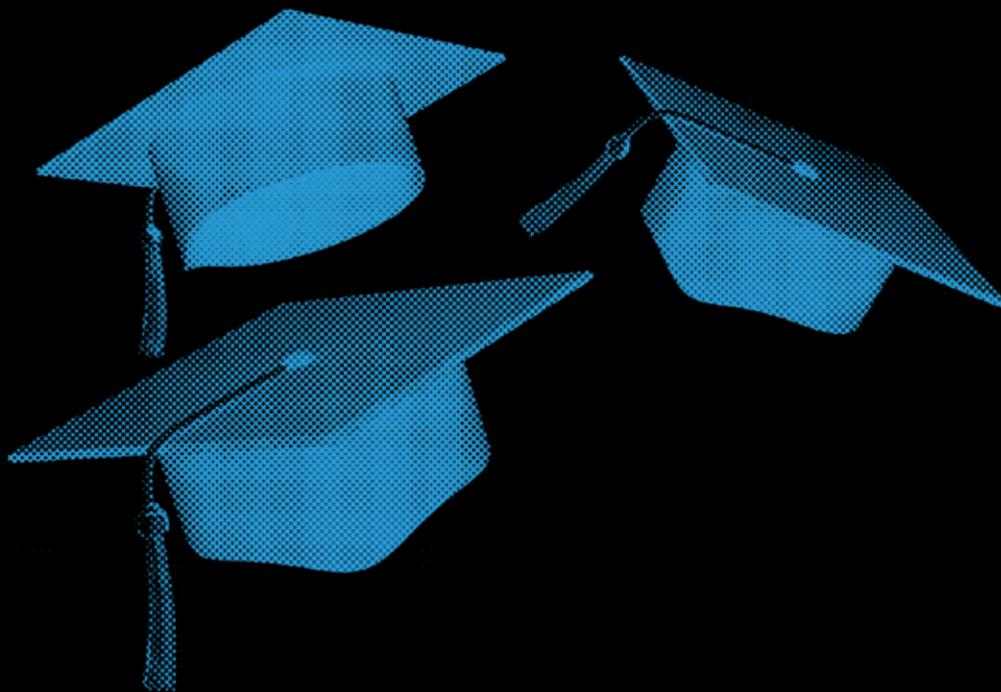
### Saúde e segurança

Supervisor(a) de segurança  
Chefe de segurança de covid

### Locações/unidade/transporte

Diretor(a) de locações  
Catering  
Recrutador(a) de locações





Os diferentes momentos do pipeline de produção oferecem uma variedade de oportunidades para o desenvolvimento e atualização de habilidades. A indústria audiovisual é uma boa área para trabalhadores com experiência em outros setores técnicos adaptarem seus conhecimentos a um projeto de cinema, streaming ou televisão. Esse processo, conhecido como *upskilling*, consiste, por exemplo, na formação de um maquiador para se tornar maquiador de efeitos visuais, ou um engenheiro de áudio especializado em shows para lidar com a edição sonora de um longa-metragem. Em outras palavras, eles ampliam os conhecimentos existentes para desenvolver novas habilidades específicas para atender à demanda de uma indústria.

Uma das necessidades mais citadas pelos especialistas da região são os roteiristas. Essa habilidade não é muito difícil de encontrar, mas muitos disseram que nossas convenções de roteiro não estão em sintonia com as formas narrativas dos conteúdos contemporâneos.

Os entrevistados insistiram na importância de ampliar as vozes e incluir grupos historicamente excluídos em espaços criativos – como mulheres, povos originários, comunidade negra e pessoas com deficiência – por isso é fundamental abrir programas de formação, bolsas, boot-camps e residências artísticas para ampliar a diversidade.

Como veremos nas páginas seguintes, em nossa região existe um amplo leque de programas e boas práticas instituído nas últimas décadas pelos setores público e privado. No entanto, devido à rápida evolução da indústria, é imprescindível continuar inovando e desenvolvendo formas estruturadas de inserção no mercado de trabalho, com a união das empresas e do setor da educação. Uma área em que isso pode render frutos é nos espaços de ensino técnico que já existem. Reativar o ensino técnico pode ser uma situação muito favorável (um ganha-ganha), pois segundo a Organização dos Estados Ibero-Americanos, “a pandemia generalizou o confinamento e a desescolarização

com graves consequências, com um impacto negativo que afetou todos os níveis educacionais e, principalmente, o ensino técnico porque exige um alto grau de assiduidade”.<sup>226</sup>

A América Latina e o Caribe precisam continuar estudando e aprendendo sobre a indústria audiovisual para identificar as lacunas de formação, que podem variar de um país para outro. Realizar mais pesquisas e estudos pode ser um primeiro passo valioso para entender melhor as deficiências do setor no nível nacional, provincial ou mesmo municipal.

Outras questões importantes incluem a cisão da escola e da indústria, a democratização do acesso a cargos executivos ou as tensões entre a visão artística dos cineastas e as necessidades comerciais de uma indústria. A importância de melhorar o nível de inglês da equipe técnica em países que não falam inglês na região é outro tópico amplamente mencionado nas conversas do setor. Muitos dos entrevistados também concordam com a urgência de aprender sobre questões legais e aprimorar seus processos de trabalho, adequando-os aos padrões da indústria.

Por fim, a precarização do trabalho e a dificuldade de acesso aos sistemas previdenciários são pontos de grande urgência na maioria absoluta dos ecossistemas audiovisuais e representam uma discussão a ser abordada, pois garantir o acesso à saúde e uma aposentadoria digna para quem trabalha nas indústrias culturais e criativas é um assunto pendente na região.

226 Natalia Armijos, comunicação pessoal (5 de abril de 2021).

# QUAIS SÃO AS GRANDES NECESSIDADES E DESAFIOS QUE OS PRODUTORES AUDIOVISUAIS ENFRENTAM NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE?

## UMA PESQUISA JUNTO À INDÚSTRIA

Esta pesquisa, elaborada e divulgada pela consultoria internacional voltada para indústrias criativas Olsberg SPI, foi respondida por produtores de 22 dos 26 países em que o BID atua na América Latina e no Caribe. Esse universo reflete em grande parte a distribuição da indústria audiovisual na região.

- A pesquisa recebeu um total de 417 respostas válidas, todas anônimas.
- **85% vieram da América Latina continental e 15% das ilhas do Caribe.**
- As associações de produtores, comissões de cinema e outras redes profissionais do setor foram fundamentais para que a pesquisa atingisse os principais interessados.



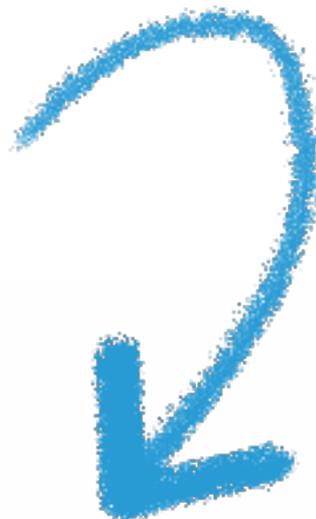
**85%**  
América Latina

**15%**  
Ilhas caribenhas



A pesquisa ficou disponível para resposta de 23 de fevereiro a 22 de março de 2021. É importante ressaltar que isso ocorreu durante um período de alta incidência de COVID-19, motivo que teria afetado diretamente a mobilidade e as perspectivas dos produtores, principalmente em relação aos cargos que terão maior demanda no presente imediato (por exemplo: chefe de segurança de covid).

**Os cinco países dos quais obtivemos mais respostas foram:**



**BRASIL**  
**16%**

**ARGENTINA**  
**10%**

**MÉXICO**  
**10%**



**COLÔMBIA**  
**10%**

**URUGUAI**  
**9%**

**1. QUAIS DESAFIOS ENFRENTA A FORÇA DE TRABALHO AUDIOVISUAL NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE?**

A falta de cursos e opções de capacitação adequados na oferta das instituições de ensino e a desconexão entre grades escolares e demanda do mercado foram vistos como os principais desafios da força de trabalho da produção audiovisual na América Latina e no Caribe..

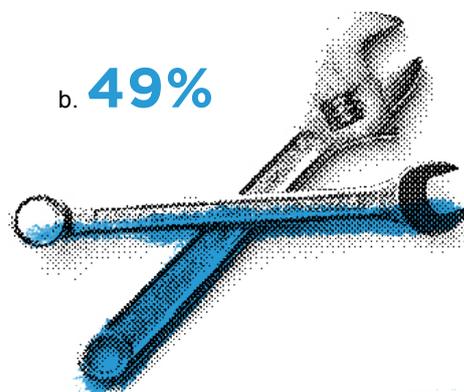
Os cinco principais desafios associados ao desenvolvimento da força de trabalho audiovisual nos países foram

- a. **Falta de cursos/capacitação adequados na oferta das instituições de ensino dos países (68%).** A grande maioria (83% de 348 respostas) contrata graduados de escolas de cinema para produções. Isso indica que as produtoras devem se encarregar do treinamento para que os recém-formados estejam à altura do que a produção exige, já que as grades das universidades e institutos de formação apresentam um descompasso com a demanda da indústria audiovisual.
- b. **Baixo número de trabalhadores *below the line* com as habilidades necessárias (49%)**
- c. **Falta de regulamentação ou políticas públicas capazes de atrair talentos estrangeiros (47%)**
- d. Socialmente, uma percepção negativa de salários baixos (40%)
- e. Estereótipos negativos associados ao setor audiovisual (30%)

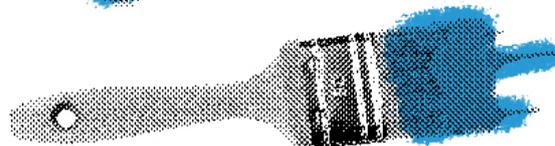
Outros desafios mencionados incluem a falta de acesso a fontes de financiamento e investimento para projetos criativos, bem como a falta de regulamentação e direitos trabalhistas para os trabalhadores *below the line*.



a. **68%**



b. **49%**



c. **47%**



d. **40%**



e. **30%**

**“EXISTEM MUITOS PROFISSIONAIS QUALIFICADOS NO BRASIL, MAS ELES CERTAMENTE PODERIAM MELHORAR SE HOUVESSE CURSOS ESPECÍFICOS PARA *BELOW THE LINE*”.**

## 2. ¿DONDE ATUAM OS PRODUTORES?

A grande maioria dos produtores entrevistados trabalha no mesmo país de sua base operacional.

- a. A grande maioria dos produtores (82%, n. 417) produz entre 75% e 100% de sua obra no país onde está sediada.
- b. Apenas 7,5% relataram realizar menos de 50% do seu trabalho no país onde estão sediados.



**82%**

produce entre 75% y 100% de su trabajo en el país donde tiene su sede.

**7,5%**

Reportó llevar a cabo menos del 50% de su trabajo en el país donde tiene su sede.

Isso sugere que o trabalho dos produtores na América Latina é pouco "internacionalizado". No entanto, o fato de os produtores trabalharem principalmente em seus países pode facilitar o treinamento presencial.

### 3. QUAL O PORTE DAS PRODUTORAS AUDIOVISUAIS DE NOSSA REGIÃO?

Cerca de metade dos produtores entrevistados trabalha ou é sócia em pequenas produtoras com cinco ou menos funcionários *below the line* em período integral. Quando iniciam uma produção, as empresas geralmente expandem suas contratações desses cargos em regime de meio período e freelance.

- a. O porte mais comum de uma produtora é de dois a cinco funcionários *below the line* em tempo integral (51% das respostas, n. 409)
- apenas 13% dos entrevistados contrataram mais de 11 profissionais *below the line* em tempo integral.
  - 96% das produtoras contratam profissionais *below the line* de meio período ou freelance para suas produções. Apenas 4% não contratam profissionais *below the line* freelance ou em meio período durante as produções.
  - Cerca de metade dos entrevistados (48% n. 417) já fez parte de produções que empregam mais de 11 profissionais *below the line* de meio período ou *freelance*.

b. Sobre o nível de experiência

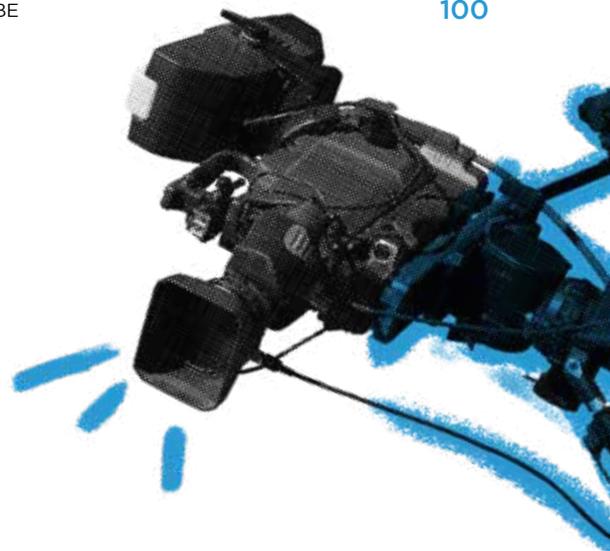
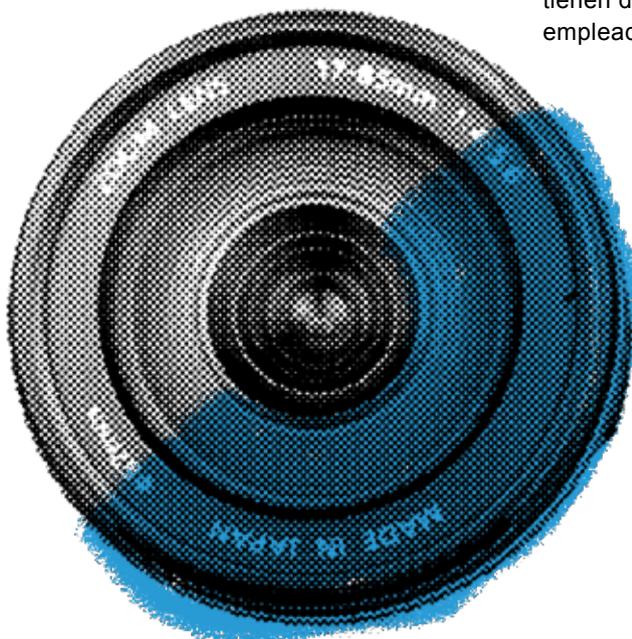
- O nível de experiência dos entrevistados é geralmente bastante alto: 70% participaram de mais de 11 produções.
- E 30% participaram de 1 a 10 produções.

“Acho que os fundos e incentivos devem apoiar os produtores menores para que possam desenvolver e incentivar a federalização da indústria”.

“Pode-se dizer que a maior parte da produção se reduz a três grandes produtores com dinâmica de trabalho endogâmica. Portanto, não se trata de um problema de falta de profissionais, mas de falta de prática: não tendo acesso ao setor, muitos profissionais acabam realizando outro tipo de trabalho”.

**51%**

empresas de producción tienen de 2 a 5 empleados



a. **83%**b. **47%**

#### 4. ONDE OS PROFISSIONAIS DO AUDIOVISUAL SÃO RECRUTADOS?

A pesquisa aponta que as escolas de cinema são os locais preferidos de recrutamento de profissionais para produções audiovisuais. Os programas de estágio ou colocação são menos frequentes para esse fim. Como 68% dos entrevistados indicaram que os cursos e treinamentos oferecidos em seus países são inadequados, pode-se entender que ainda há espaço para alinhar a oferta educacional às necessidades da indústria.

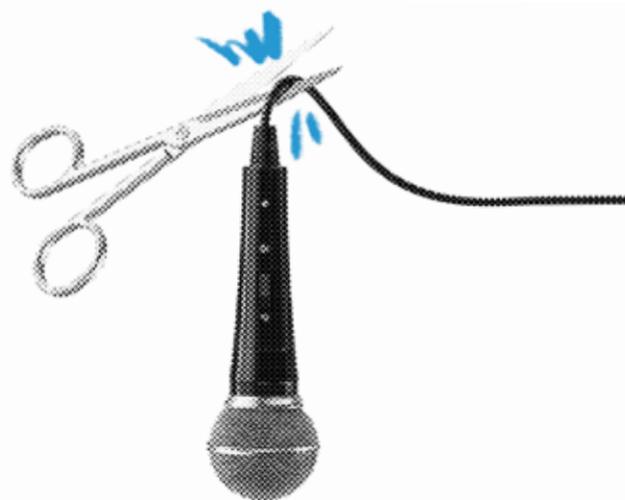
- a. A grande maioria dos entrevistados (83%, 348 n.) disse que emprega recém-formados de escolas de cinema em suas produções.
- b. Metade (47%) das produções tem programa de estágio ou colocação. Os dados da pesquisa no nível nacional indicam que, no Uruguai e principalmente na Argentina, a oferta de programas de estágio é menor do que no resto da região – quatro em cada cinco argentinos que responderam à pesquisa (81%) disseram que não têm um programa de estágio em suas produções.

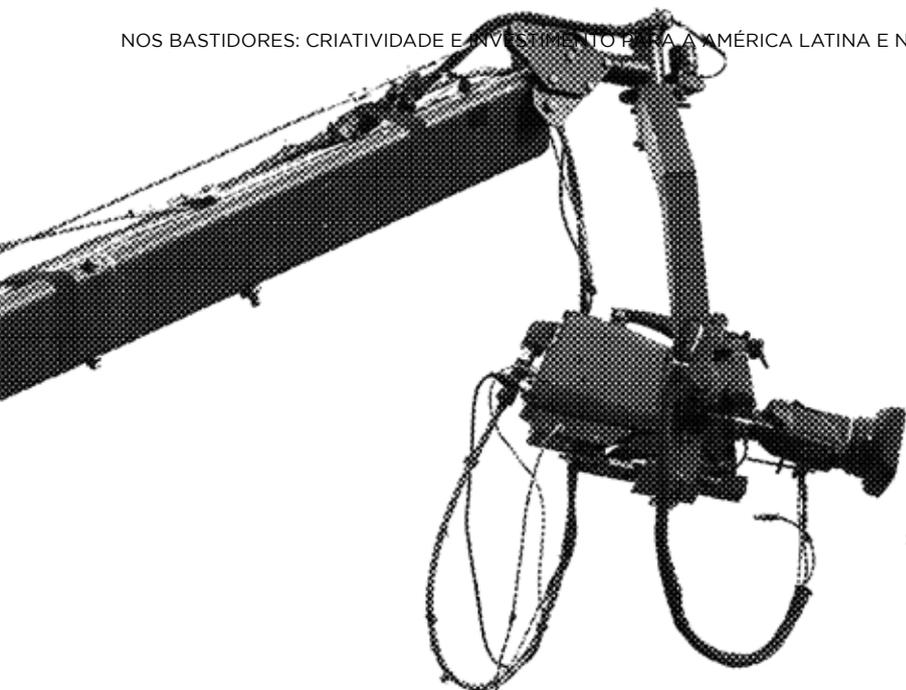
#### 5. EXISTE TALENTO, MAS SERÁ QUE TEMOS AS HABILIDADES TÉCNICAS?

Mais da metade dos entrevistados (58%) concordou que há uma escassez de profissionais técnicos *below the line* em seus países.

No entanto, mesmo alguns dos que afirmaram que não faltam profissionais disseram que é necessário reciclar os conhecimentos dos quadros existentes.

**“Há uma tendência de subestimar as áreas técnicas, todo mundo quer ser diretor”.**





### 5.1 UAIS PERFIS SÃO ESCASSOS NO SETOR AUDIOVISUAL DA AMÉRICA LATINA E DO CARIBE?

*A pesquisa se concentrou em 50 cargos técnicos em 12 departamentos, incluindo: câmera/grip/elétrico; design e produção de arte; chefe de produção; pós-produção; efeitos especiais e dublês; estilismo e maquiagem; construção; saúde e segurança; figurino; locações/transporte; direção e direção artística; e redação e roteiro.*

Atualmente, os cargos que envolvem a coordenação de dublês (stunts) e efeitos especiais são os de maior demanda na região em termos absolutos. Ao contrário dos efeitos visuais, que fazem parte da pós-produção audiovisual, os efeitos especiais ocorrem fisicamente durante as filmagens e podem incluir uma explosão controlada, um capotamento de um automóvel ou a construção de um modelo de peças em colapso para simular a queda de edifícios. Eles combinam arte, engenharia e criatividade e buscam soluções criativas para as necessidades espetaculares da filmagem. O coordenador de stunts, por sua vez, é quem supervisiona e planeja as acrobacias dentro de uma filmagem, sendo muitas delas com certo grau de perigo.

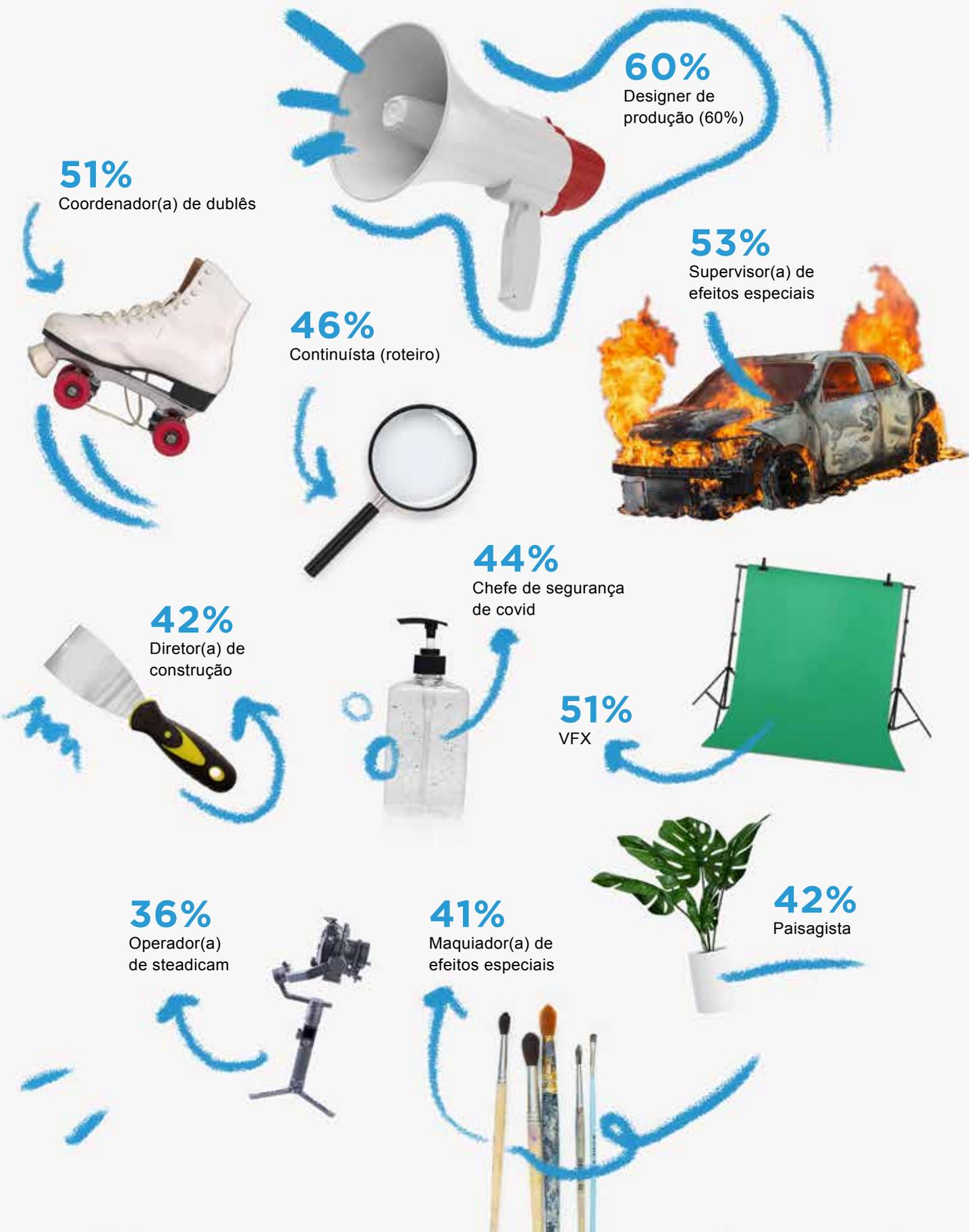
A demanda por serviços relacionados a efeitos especiais é uma tendência encontrada em indústrias maduras em outras partes do mundo e provavelmente é um reflexo da crescente demanda das empresas de streaming, que buscam conteúdos mais sofisticados em que efeitos especiais e visuais têm um papel mais importante.

O designer de produção, que aparece na terceira colocação dos cargos de maior demanda na região – embora seja a posição com maior demanda nos mercados maduros do Brasil, México, Argentina, Chile e Colômbia –, desempenha um papel fundamental na ambientação de um filme. "Como chefe do departamento de arte, o designer de produção garante que cada local de filmagem esteja impecavelmente preparado e alinhado com a visão do filme."<sup>227</sup> Em outras palavras, é sua responsabilidade conceituar a estética de um filme ou uma série.



227 New York Film Academy, "What Does a Production Designer Do?" (25 de fevereiro de 2017). <https://www.nyfa.edu/student-resources/what-does-a-production-designer-do/>

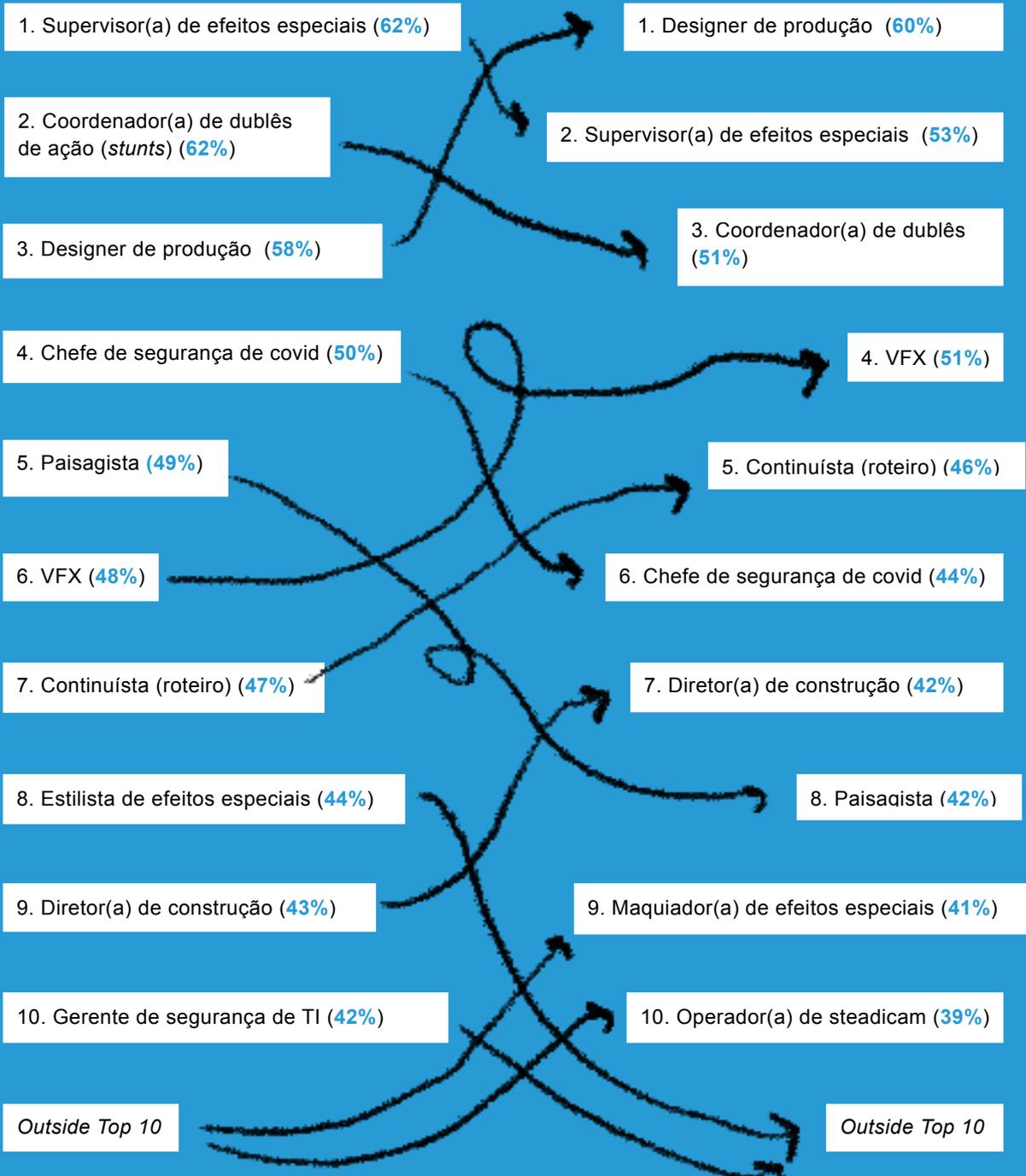
# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS TÉCNICOS BELOW THE LINE COM MAIOR DEMANDA NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE EM 2024



# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS TÉCNICOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE

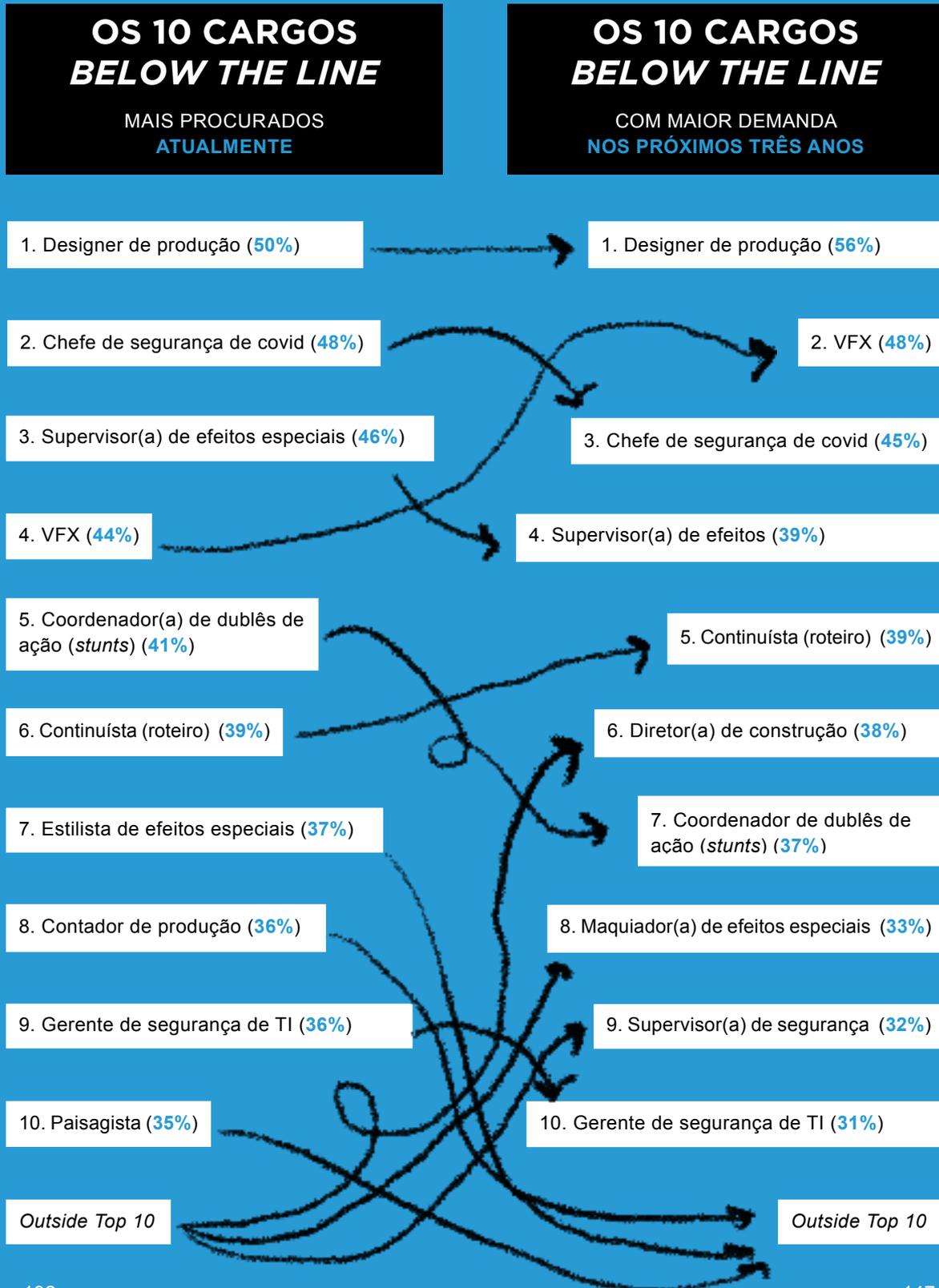
## OS 10 CARGOS *BELOW THE LINE* MAIS PROCURADOS ATUALMENTE

## OS 10 CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA EM 2024



# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA EM MERCADOS DE MÉDIO E GRANDE PORTE

(ARGENTINA + BRASIL + CHILE + COLÔMBIA + MÉXICO)



# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS BELOW THE LINE COM MAIOR DEMANDA EM MERCADOS EMERGENTES

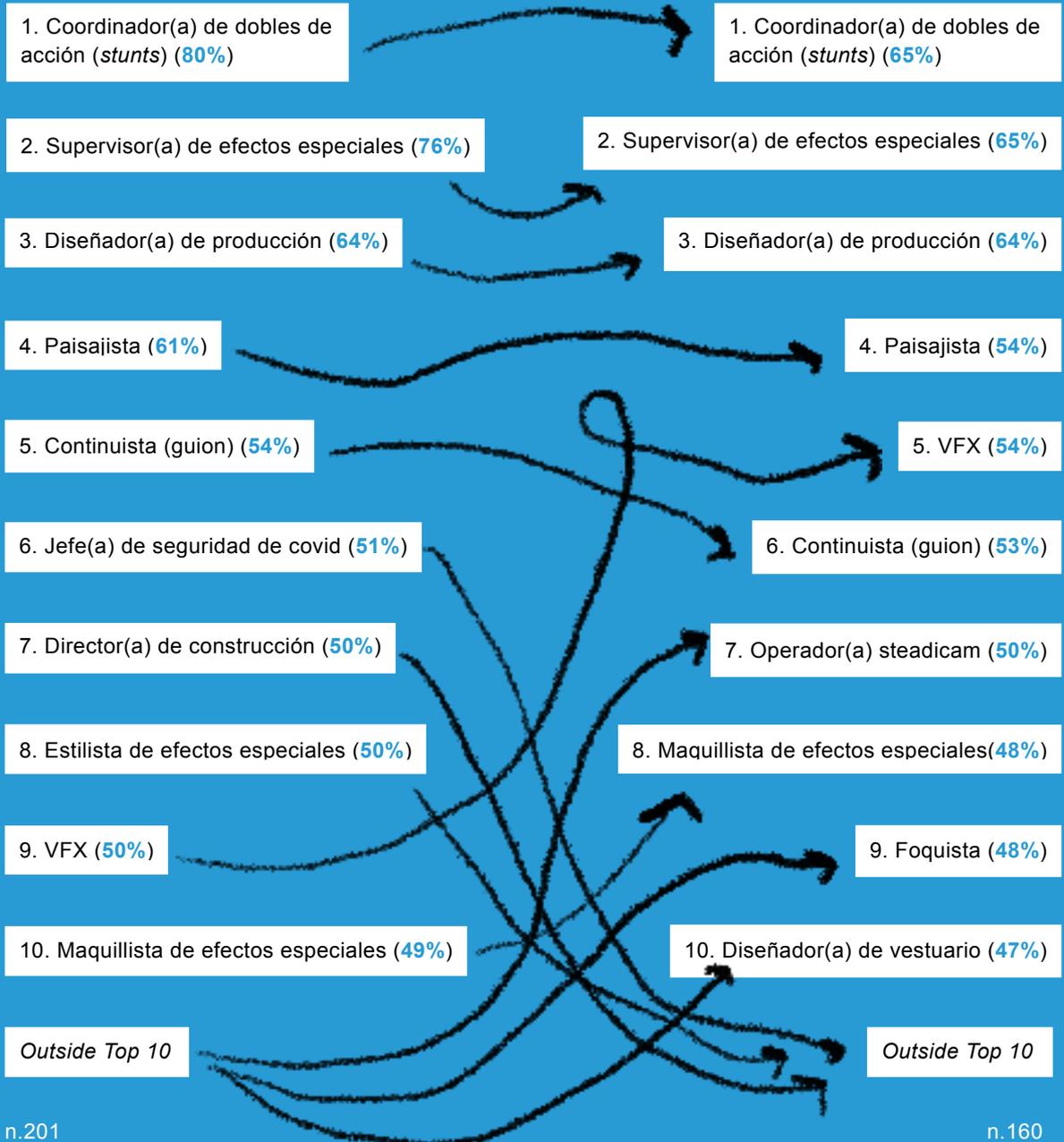
(BAHAMAS + BARBADOS + BOLIVIA + COSTA RICA + REPÚBLICA DOMINICANA + EQUADOR + EL SALVADOR + GUATEMALA + HONDURAS + JAMAICA + NICARAGUA + PANAMÁ + PARAGUAI + PERÚ + TRINIDAD E TOBAGO + URUGUAI + VENEZUELA)

## OS 10 CARGOS BELOW THE LINE

MAIS PROCURADOS ATUALMENTE

## OS 10 CARGOS BELOW THE LINE

COM MAIOR DEMANDA NOS PRÓXIMOS TRÊS ANOS

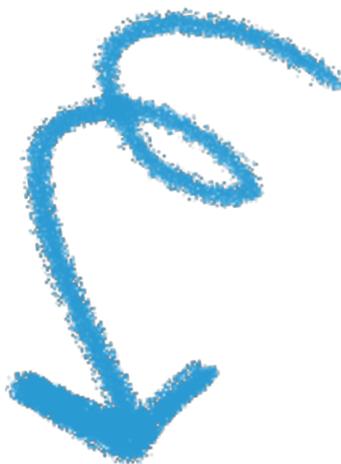


**QUAIS SÃO OS PERFIS TÉCNICOS COM MENOR DEMANDA?**

- Pintor (12%)
- Catering (12%)
- Maquiador(a) (7%)
- Estilista (7%)
- Cameraman/camerawoman (6%)

**DADOS ILUSTRATIVOS DE ALGUNS MERCADOS**

As respostas obtidas são indicativas de que no México o cargo de maior demanda no momento é o de paisagista. Na Argentina, é designer de produção. Na Colômbia, são cargos de efeitos visuais. No Brasil, onde a pandemia fez as filmagens pararem, o cargo de maior demanda é o de chefe de segurança de covid.



**6. QUE CAPACITAÇÃO EXISTE EM NOSSA REGIÃO?**

**6.1. EXISTEM PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO DISPONÍVEIS EM NOSSA REGIÃO PARA PROFISSIONAIS DO AUDIOVISUAL?**

A quantidade de produtores que disseram conhecer programas de capacitação para cargos *below the line* em seus países foi quase a mesma que a dos que disseram não conhecer programas desse tipo em seus países.

- a. Quase metade (46%, n = 376 respostas) dos entrevistados afirmou não conhecer programas de formação profissional para cargos *below the line* em seus países.
- b. 45% disseram que conhecem.
- c. 9% responderam "não sei".
- d. 58% dos entrevistados (n = 163) disseram que geralmente os programas de formação profissional para cargos *below the line* são organizados e financiados conjuntamente pelos setores público e privado. Isso é semelhante ao que acontece em outras partes do mundo.
- e. Pouco menos de um terço (30%) afirmou que esses programas são financiados ou organizados por outro tipo de instituição (por exemplo, sindicatos).
- f. Apenas 11% responderam que são os governos que organizam ou financiam esse tipo de programa.

a. **46%**



d. **58%**

“Há um desequilíbrio, porque no Equador, embora haja quatro universidades de formação em cinema, faltam esses técnicos”.

“É importante ter em mente que na produção audiovisual da Colômbia, da América Latina e do Caribe, uma nova geração está se formando a partir da autoaprendizagem e da autoformação”.

**“[EM] CERTOS CARGOS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL, PRECISAMOS URGENTEMENTE DE MELHOR FORMAÇÃO... EXISTE UMA IMENSA DEMANDA POR ESSES PROFISSIONAIS - PRINCIPALMENTE REDATORES E ROTEIRISTAS - E FALTAM MENTORES QUALIFICADOS PARA ATENDER AO NÍVEL DE EXIGÊNCIA E QUALIDADE QUE SE IMPÕE COM A CHEGADA DAS PLATAFORMAS [DE STREAMING] AO PAÍS”.**



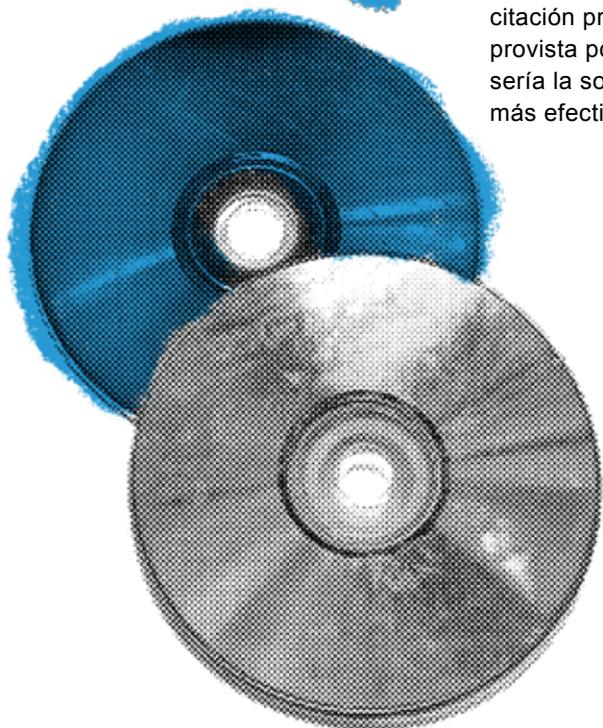
## 6.2. OS PROGRAMAS ATUAIS ATENDEM ÀS NECESSIDADES DO SETOR?

Os programas profissionais de formação de cargos *below the line* atendem "algumas das necessidades" dos produtores

- 71% dos entrevistados responderam que os programas de treinamento existentes para cargos *below the line* costumam atender a "algumas de suas necessidades", enquanto 22% relataram que atendem a "muitas de suas necessidades".
- Apenas 2% indicaram que programas profissionais de formação de técnicos *below the line* atendem a "todas as suas necessidades".

**66%**

creem que la capacitación presencial provista por terceros sería la solución más efectiva.



## 6.3. O QUE OS PRODUTORES RECOMENDAM PARA CRIAR PROGRAMAS DE TREINAMENTO MAIS EFICAZES?

A América Latina e o Caribe exigem um espectro diversificado de formatos e opções para abordar as lacunas e os déficits de competências e cargos na indústria audiovisual

As soluções propostas pelos entrevistados apontaram, em partes iguais, para diferentes soluções para o problema das lacunas de competências e cargos. Isso não nos surpreende, porque é internacionalmente reconhecido que uma série de treinamentos personalizados e orientados para o setor são mais eficazes do que intervenções amplas.

Dois terços dos entrevistados (66% n. 358) acredita que o treinamento presencial fornecido por terceiros seria a solução mais eficaz.

"O ensino ministrado deve ser presencial; o trabalho *below the line* você aprende com a prática, não funciona à distância".

Outras opções eficazes para desenvolver habilidades incluem:

- Bolsas de estudo no exterior (64%)
- Programas de mentoria, estágios e colocação com treinamento no trabalho (63%)
- Treinamento/suporte informal no trabalho (61%)
- Treinamento remoto/on-line fornecido por terceiros (58%)
- Cursos mais longos e detalhados com treinamento prático (49%)
- Formatos de treinamento rápido/workshops (44%)
- Regulamentos e políticas que facilitem a atração de talentos estrangeiros (42%)

Os entrevistados expressaram outras ideias: aumentar o financiamento da produção, criar programas de educação autodidata, promover legislação de direitos trabalhistas e aumentar as oportunidades de emprego. .

**"A formação deve ser pautada pela clareza pedagógica atual. Os processos de ensino-aprendizagem audiovisual devem ser realizados por professores com experiência prática. É preciso ficar claro que muitas vezes um bom profissional não é um bom professor".**

# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA **ATUALMENTE**

ORDENADOS POR PORCENTAGEM DE RESPOSTAS VÁLIDAS  
QUE ESCOLHERAM TAL CARGO

## BRASIL

1. Chefe de segurança de covid (49%)
2. Continuista (roteiro) (44%)
3. Designer de produção (37%)
4. Supervisor(a) de efeitos especiais (37%)
5. Maquiador(a) de efeitos especiais (33%)
6. Coordenador(a) de dublês (32%)
7. Supervisor(a) de segurança (30%)
8. VFX (30%)
9. Recrutador(a) de locações (26%)
10. Contador(a) de produção (26%)

\*Dados indicativos

# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA ATUALMENTE

## COLOMBIA

1. VFX (63%)
2. Supervisor(a) de efeitos especiais (59%)
3. Operador de câmera aérea (51%)
4. Coordenador(a) de dublês (51%)
5. Chefe de segurança de covid (49%)
6. Designer de produção (46%)
7. Paisagista (46%)
8. Estilista de efeitos especiais (44%)
9. Diretor(a) de construção (41%)
10. Maquiador(a) de efeitos especiais (41%)

\*Dados indicativos

# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA ATUALMENTE

## CHILE

1. Coordenador(a) de dublês (70%)
2. Maquiador(a) de efeitos especiais (70%)
3. Estilista de efeitos especiais (70%)
4. Chefe de segurança de covid (70%)
5. VFX (70%)
6. Designer de produção (60%)
7. Diretor de construção (60%)
8. Contador(a) de produção (60%)
9. Supervisor(a) de efeitos especiais (60%)
10. Gerente de segurança de TI (55%)

\*Dados indicativos

# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA ATUALMENTE

## MÉXICO

1. Paisagista (57%)
2. Supervisor(a) de efeitos especiais (51%)
3. Designer de produção (46%)
4. Gerente de segurança de TI (46%)
5. Coordenador(a) de dublês (46%)
6. Chefe de segurança de covid (46%)
7. VFX (43%)
8. Operador(a) de *steadicam* (41%)
9. Diretor(a) de construção (41%)
10. Estilista de efeitos especiais (41%)

\*Dados indicativos

# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA ATUALMENTE

## ARGENTINA

1. Designer de produção (75%)
2. Contador de produção (50%)
3. Chefe de segurança de covid (39%)
4. Paisagista (36%)
5. Supervisor(a) de efeitos especiais (36%)
6. Diretor(a) de construção (33%)
7. VFX (33%)
8. Continuista (roteiro) (33%)
9. Operador(a) de câmera aérea (31%)
10. Gerente de segurança de TI (31%)

\*Dados indicativos

# OS 10 PRINCIPAIS CARGOS *BELOW THE LINE* COM MAIOR DEMANDA ATUALMENTE

## URUGUAI

1. Supervisor(a) de efeitos especiais (71%)
2. Coordenador(a) de dublês (62%)
3. Operador(a) de steadicam (59%)
4. Designer de produção (53%)
5. Paisagista (47%)
6. Operador(a) de câmera aérea (44%)
7. Estilista de efeitos especiais (38%)
8. Diretor(a) de construção (35%)
9. Gerente de segurança de TI (32%)
10. Coordenador(a) de recursos humanos (29%)

\*Dados indicativos

# EXPERIÊNCIAS EM PROJETOS AUDIOVISUAIS PROMOVIDOS PELA ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS IBERO-AMERICANOS

A Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura é uma instituição internacional de caráter governamental que visa a apoiar as políticas de desenvolvimento dos países da região por meio de cooperação nas áreas de missão que lhe correspondem. Foi criada em 1949 e é a organização mais antiga e com maior presença na região, com 17 escritórios na América Latina, além de Lisboa e da sede em Madrid. Desenvolve quase quatrocentos projetos ativos por ano, graças a múltiplas alianças com governos regionais, bem como outras entidades multilaterais como o Banco Centro-Americano de Integração Econômica, o Banco Interamericano de Desenvolvimento, o Banco de Desenvolvimento da América Latina, a União Europeia e entidades privadas.

Na organização, entende-se que os objetivos só podem ser alcançados por meio de alianças entre os setores público e privado e a sociedade civil nos níveis global, regional, nacional e local. Nesse contexto, facilita as interações de governos e agentes sociais e estabelece alianças colaborativas com empresas, fundações e instituições.

A América Latina apresenta níveis de desenvolvimento desiguais na indústria e na formação profissional. Salvo algumas exceções, os programas de formação audiovisual (públicos e privados) são escassos. É preciso ter uma oferta mais ampla e qualificada.

Duas considerações importantes que surgiram nos últimos tempos são:

- Muitos docentes do setor audiovisual não têm competências digitais para o ensino on-line. Portanto, será necessário treinamento.
- Os processos de digitalização transformaram a produção e as formas de acesso a conteúdos culturais.

Alguns exemplos de destaque de colaboração no setor audiovisual incluem:

**O programa “Lenguaje audiovisual, un universo de sentidos”.** Um convênio entre o Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais (INCAA) e o Ministério da Educação, Ciência e Tecnologia da nação argentina. Esse programa promoveu ações conjuntas para o desenvolvimento de projetos educacionais nos quais alunos e professores, por meio de diversas atividades relacionadas ao cinema, puderam interagir com diversos filmes. Desta forma, a escola foi ligada ao universo audiovisual, os professores foram treinados na análise dessa nova linguagem e foram disponibilizados os instrumentos que permitiram conhecer a gramática, os códigos e os mecanismos do cinema para a sua utiliza-

ção analítica e criativa a partir do ambiente escolar. Esse programa foi patrocinado por Ala/UNILEVER, Villavicencio/Agua Danone da Argentina. Os colaboradores foram a Organização dos Estados Ibero-americanos, Film Suez e Hoyts General Cinema.

**Os beneficiários diretos do curso presencial “Análisis y uso creativo del lenguaje audiovisual”** foram **1.800 professores** de seis jurisdições do país. No curso **“El audiovisual como recurso para el aula”**, participaram 2.059.700 alunos, 7.480 escolas e 105.700 professores (Argentina, 2005).

**Concurso “Escuela, escritura, cine: elaboración de guiones”.** Junta de Castilla y León e Organização dos Estados Ibero-americanos, no âmbito do “Programa para el fortalecimiento de las lenguas de Iberoamérica en educación”. Objetivo: estimular a expressão do pensamento e dos afetos em alunos de 12 a 15 anos, por meio da escrita de histórias e da transformação de parte delas em roteiros de cinema. Este projeto envolveu cerca de dois mil alunos, e dentre eles cinquenta representantes das instituições de ensino premiadas nos concursos nacionais foram convocados para o Congresso Ibero-Americano de Línguas na Educação e Cultura, que ocorreu em Salamanca em setembro de 2012 (Iberoamérica, 2012)

**“Los jóvenes, el cine y la cultura. Pantalla CACI”.** Um projeto-piloto com foco na educação. O projeto faz parte da Carta Cultural Ibero-americana (CCI). Tem como objetivo final contribuir para a promoção da capacidade de análise e desenvolvimento crítico e reflexivo dos jovens por meio da linguagem cinematográfica. O projeto atingiu 17.822 alunos de 14 a 18 anos. Foi implementado no Uruguai e na Costa Rica (OEI e MEP, com o apoio do Centro Costarricense de Producción Cinematográfica,

ou Centro de Cinema/CCPC) (o ex-Pantalla CACI, hoje Ibermedia Digital, 2018).

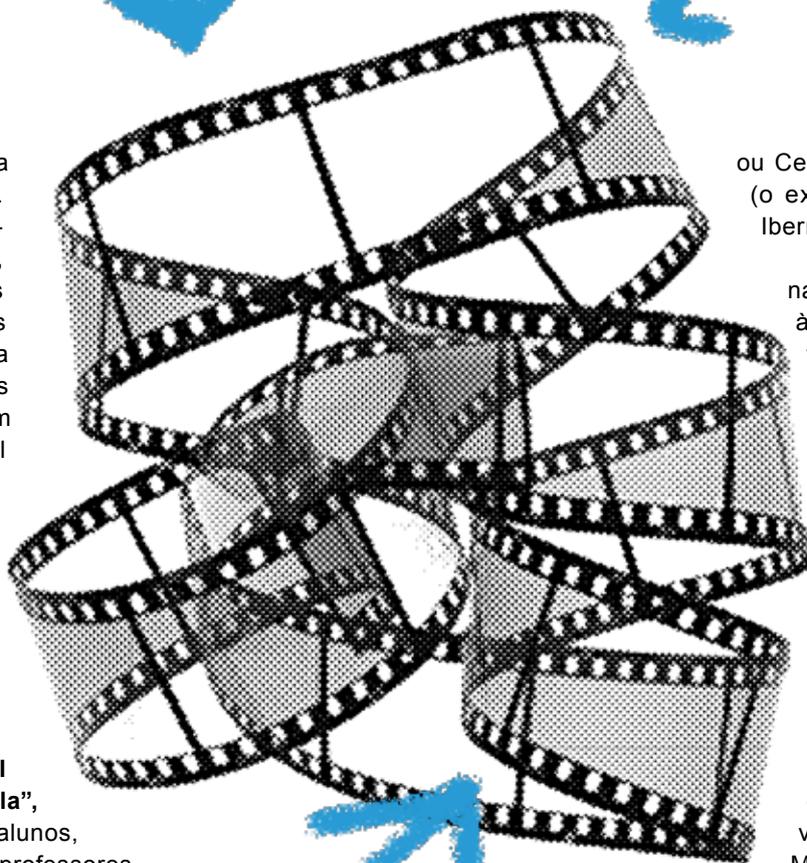
Os programas mencionados acima destinam-se à formação de público e trabalho interdisciplinar na educação. Propõem o cinema e as artes audiovisuais como objeto de estudo e recurso didático. Trata-se da integração do setor audiovisual com o campo educacional. E um componente muito significativo é o treinamento de professores.

No mesmo sentido, outros programas desenvolvidos, promovidos ou apoiados pelo Ministério da Educação da Argentina e pelo INCAA que podemos destacar são:

**“Por primera vez al cine”**, um

programa no qual meninos e meninas frequentam gratuitamente as salas de cinema do país, com o patrocínio de empresas do setor que cobrem os custos de transporte. Existe também o programa “La escuela va al cine”, para alunos do ensino médio, dos ministérios provinciais da educação e do INCAA. Desde 1999, esses programas estabeleceram convênios com redes privadas de cinemas e com os ministérios da educação argentinos.

**“Cine y educación, una lectura diferente”** visa a promover a leitura crítica e o trabalho com o audiovisual em sala de aula, buscando construir uma ponte entre a escola e o cinema, com material pedagógico elaborado especialmente para possibilitar o trabalho interdisciplinar. Acordos foram firmados com distribuidores e salas de exibição nacionais e privadas. Esse programa foi declarado de interesse educacional pelo Ministério da Educação, com o patrocínio do INCAA (Argentina, 2001 a 2007).



## REFLEXÕES: DO PRESENTE PARA O FUTURO

A Ibero-américa é uma região jovem, com enorme diversidade cultural e duas línguas mutuamente inteligíveis faladas por cerca de 800 milhões de pessoas. Diante das mudanças produzidas pela pandemia no consumo de bens culturais, a formação de espectadores que conheçam o que se produz na região torna-se cada vez mais necessária.

Os programas mencionados têm como objetivo a formação de público e trabalho interdisciplinar na educação; colocam o cinema e as artes audiovisuais como objetos de estudo e recursos didáticos; e buscam a integração do setor audiovisual com o campo educacional. Como parte disso, um componente muito significativo é a formação de professores. Em 2021, em particular, a Organização dos Estados Ibero-americanos (OEI) assumiu a tarefa de examinar o impacto da pandemia e preparar a primeira das dez soluções para a reativação das indústrias culturais e criativas estipuladas no documento “Avaliação do impacto da COVID-19 nas indústrias culturais e criativas” (Evaluación del impacto del covid-19 en las industrias culturales y creativas), uma iniciativa conjunta do Mercosul, UNESCO, BID, Secretaria-Geral Ibero-americana e OEI, que nos fala sobre “acompanhar a reciclagem e atualização profissional e tecnológica”. Esse estudo permitirá “ordenar e expandir o mercado de trabalho e produção, disponibilizando ferramentas para a reciclagem de atividades e profissões”. Por fim, trata-se de fortalecer as capacidades dos trabalhadores da indústria audiovisual com uma formação contínua que facilite a reciclagem profissional.

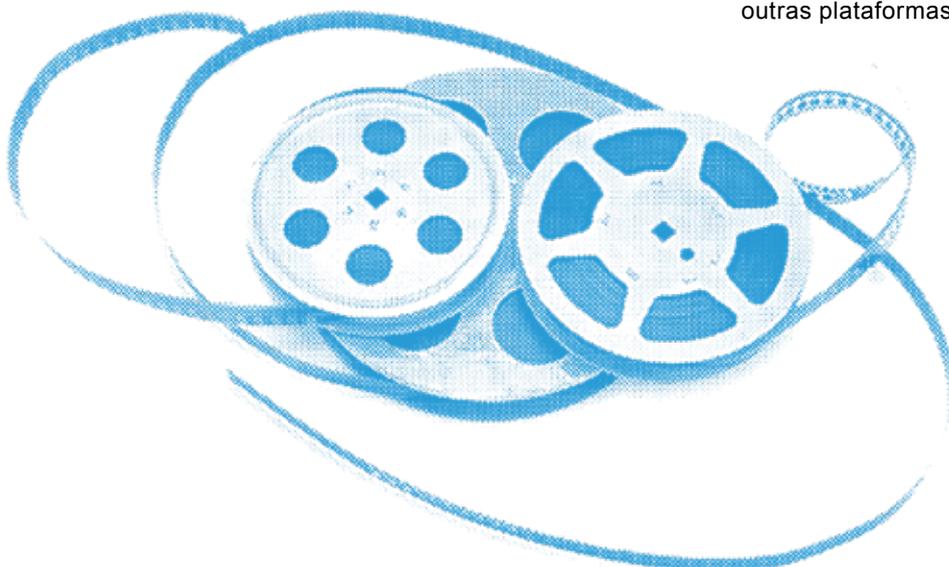
## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Organização dos Estados Ibero-americanos tem uma vasta e sólida experiência na área da formação, desde formação contínua até pós-graduação. No campo específico e amplo de sua aplicação, é fundamental o comprometimento de todos os agentes do setor. Todos os projetos de capacitação, formação, aperfeiçoamento ou reciclagem profissional devem ser acompanhados, apoiados e imersos no vasto mundo do trabalho e da produção que constitui o campo da indústria audiovisual. Devemos treinar na indústria e para ela.

A formação e capacitação profissionais devem ser pensadas para a mudança, ou seja, para dar ao aluno a abertura necessária para ver e interpretar o que é diferente e abandonar recursos que perderam sua validade. Dessa forma, teremos sujeitos propensos a treinamento permanente e reciclagem profissional. Essa situação é agravada porque a indústria audiovisual envolve componentes tecnológicos em permanente mudança, evolução e desenvolvimento.

O sentido da capacitação que busca a formação socioprofissional para e no trabalho não deve ser desprezado para e no trabalho. Trata-se de formar e desenvolver as capacidades das pessoas para o exercício de suas funções, desde formação básica, com processos que garantam a aquisição de conhecimentos e competências para o desempenho profissional eficaz, sem descuidar da dimensão ética, social e humana.

A necessidade de reciclagem profissional levará a novos projetos de cursos on-line para trabalhadores do setor, com plataformas educacionais e recursos pedagógicos intuitivos e de qualidade, em áreas como pré-produção, pós-produção, efeitos especiais, animação, comercialização e distribuição, comércio digital, marketing e redes sociais, busca de financiamento de projetos, entre outros. Além disso, eles devem procurar alternativas para práticas profissionalizantes e novas instâncias de treinamento, como criação de programas para a televisão aberta ou outras plataformas.



# PROGRAMA IBERMEDIA

Desde a sua criação em 1998, este fundo ibero-americano de ajuda e cooperação<sup>228</sup> concedeu e recebeu apoio solidário para a produção audiovisual de seus 22 associados: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, Itália, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela e, a partir de 2022, Honduras, o mais novo país adicionado. O programa funciona por meio de convocatórias para produtoras independentes e também realiza programas de formação, participa e promove projetos selecionados em feiras e festivais, e incentiva a integração de um espaço audiovisual ibero-americano com ênfase na produção conjunta. Desde a sua criação, lançou 30 convocatórias, nas quais foram concedidos 996 apoios financeiros à produção de longas-metragens ibero-americanas, dos quais 750 já foram lançados. Além disso, foram concedidos subsídios para a promoção e distribuição de 283 filmes e a exibição de 298, e cerca de três mil bolsas de estudo: o número total de contribuições para o programa desde o seu início é superior a 113 milhões de dólares.<sup>229</sup>

No seu relatório anual da chamada de 2020, um ano atípico, destaca-se o fato de os membros do programa terem continuado a dar as suas contribuições e que o número de projetos apresentados nas categorias de formação, coprodução e desenvolvimento de séries se manteve acima da média.<sup>230</sup>

De acordo com o relatório, “pela primeira vez o concurso 2021 incorpora pontos adicionais nos critérios de avaliação de projetos liderados por mulheres, tanto no domínio da direção e criação como na liderança das principais equipes técnicas”. Acontece que, geralmente, a porcentagem de projetos apresentados por mulheres nas categorias direção, roteiro e produção é inferior e, portanto, as contribuições também o são. Na convocatória de 2020, deu-se um passo importante na área da produção: apesar de os projetos apresentados por mulheres serem minoritários, o número de apoio acabou por ultrapassar o número de projetos masculinos ou mistos (53,5% de mulheres comparado a 32,6% de homens e 14% mistos, geralmente uma dupla de homem e mulher).

## 53,5%

projectos liderados por mujeres



## 32,6%

projectos liderados por hombres

## 14%

projectos liderados por grupos mixtos



Em 2020, foi introduzida pela primeira vez a categoria de desenvolvimento de séries, que recebeu 7,37% do fundo. E antes que a pandemia confinasse o mundo inteiro, no marco do mercado latino-americano Ventana Sur em Buenos Aires, a Ibermedia aliou-se ao mercado Blood Window para projetos de fantasia, em que selecionará um projeto para coprodução, um para desenvolvimento de longa-metragem e outro para desenvolvimento de série. Por fim, destaca-se a implantação de indicadores qualitativos para avaliação dos projetos participantes: a estrutura narrativa e a qualidade da equipe técnica já rendiam pontos na seleção dos projetos, e a partir de agora o uso de línguas nativas e perspectiva de gênero também fará isso.

228 Programa Ibermedia, *El programa* (s.f.), <https://www.programaibermedia.com/el-programa/>

229 Reporte Anual Convocatoria 2020, Programa Ibermedia, Unidad Técnica.

230 Reporte Anual Convocatoria 2020, Programa Ibermedia, Unidad Técnica.

# CONVERSA COM A FEDERAÇÃO IBERO-AMERICANA DE PRODUTORES CINEMATOGRAFICOS E AUDIOVISUAIS

A Federação Ibero-americana de Produtores Cinematográficos e Audiovisuais reúne trabalhadores da área de 18 países. Conversamos com Adrián del Solar, presidente; Ignacio Rey, vice-presidente, e Diego Ramírez, vice-presidente, sobre seu diagnóstico, como produtores e professores de uma região que busca mais do que nunca construir uma indústria.<sup>231</sup>

## SOBRE OS PROGRAMAS DE ENSINO NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE

**Ignacio Rey:** Há que se trabalhar para adequar os currículos à nova realidade da produção e do consumo de obras audiovisuais. Mudanças nos currículos universitários geralmente envolvem processos administrativos demorados. As escolas de cinema, tanto públicas como privadas, conseguem fazer mudanças mais rapidamente, embora não possam, em sua maioria, mudar a grade de um ano para o outro. Portanto, seria bom desenvolver workshops complementares que sejam ministrados sem a necessidade de modificar as grades curriculares. Essas oficinas devem ter objetivos muito específicos que atendam às principais lacunas e necessidades de cada país, e devem ser ministradas por professores com experiência profissional.

**Adrián del Solar:** Sim, é verdade que as escolas de cinema vão ficar sempre atrás, porque entre o momento em que um jovem começa a estudar cinema e sua formatura, tudo já mudou.

**Diego Ramírez:** O que tem acontecido na Colômbia é que se fortalecem as escolas de formação, não as escolas de educação formal, que são muito flexíveis nos temas e chamam como professores as pessoas que estão na indústria, voltadas para alunos já graduados que têm conhecimento do negócio..

**Adrián del Solar:** Treinemos bons montadores, bons diretores de fotografia, bons figurinistas, bons diretores de arte, que no longo prazo terão muito mais trabalho na indústria audiovisual do que um diretor de cinema. Há quem crie uma escola de cinema para formar artistas, mas temos que formar gente para gerar a indústria, e isso também é arte.

## EFEITOS VISUAIS E ANIMAÇÃO

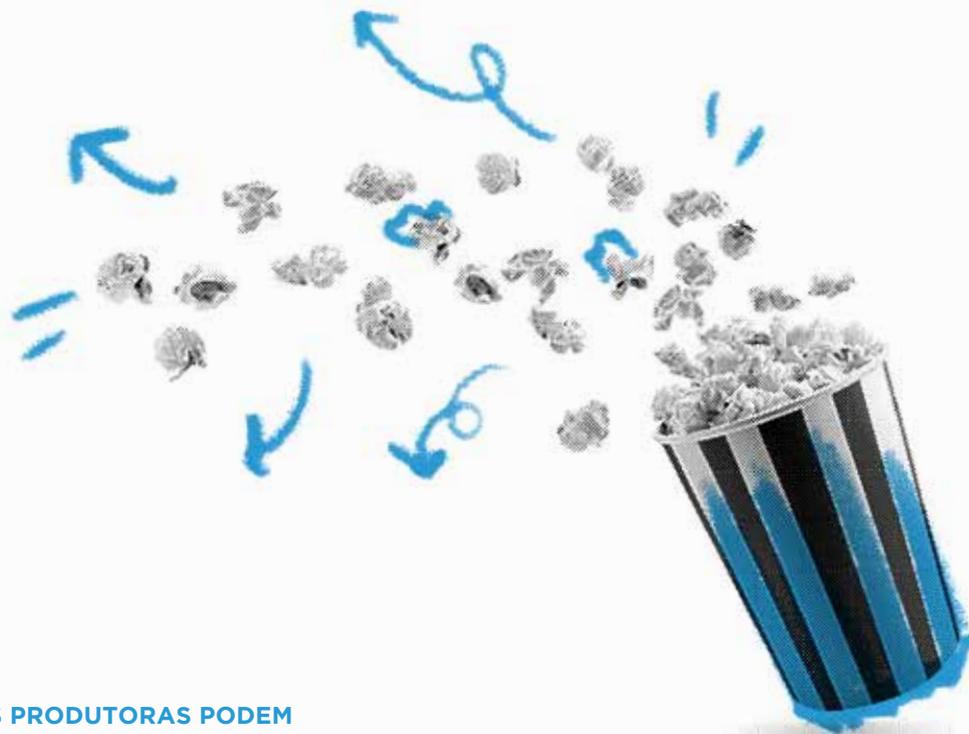
**Ignacio Rey:** A América Latina deve apostar fortemente no desenvolvimento de animação e efeitos visuais (VFX). Sendo a animação um gênero que se destina principalmente à infância, o trabalho deve ser feito com o intuito de criar polos em que essa atividade possa proliferar, gerando novos artistas e dotando-os dos conhecimentos e ferramentas necessários. E sistemas de desenvolvimento regional devem ser criados por meio de fundos, programas de subsídios, incentivos fiscais etc., para estimular a produção de curtas, séries e filmes de animação que contam nossas histórias. Os efeitos visuais, por sua vez, são cada vez mais usados em filmes e séries. Não são mais apenas um recurso para grandes produções, mas uma ferramenta fundamental para completar a narrativa de qualquer tipo de história. A América Latina é um território repleto de talentos que devem ser incentivados e treinados.

<sup>231</sup> Adrián del Solar, Ignacio Rey y Diego Ramírez, comunicação pessoal (15 de março de 2021).

**“TREINEMOS BONS MONTADORES, BONS DIRETORES DE FOTOGRAFIA, BONS FIGURINISTAS, BONS DIRETORES DE ARTE, QUE NO LONGO PRAZO TERÃO MUITO MAIS TRABALHO NA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL DO QUE UM DIRETOR DE CINEMA. HÁ QUEM CRIE UMA ESCOLA DE CINEMA PARA FORMAR ARTISTAS, MAS TEMOS QUE FORMAR GENTE PARA GERAR A INDÚSTRIA, E ISSO TAMBÉM É ARTE.”**

**ADRIÁN DEL SOLAR**





### COMO PEQUENAS PRODUTORAS PODEM CHEGAR A GRANDES PLATAFORMAS

**Adrián del Solar:** Preocupo-me com o fato de que as grandes plataformas permitam uma sociedade de classes muito marcada na produção audiovisual latino-americana, pois sempre priorizarão o trabalho com empresas grandes e consolidadas, e muitas outras ficarão de fora.

**Ignacio Rey:** Para que produtoras independentes e novos talentos possam acessar as plataformas, é importante que estas exponham seus padrões de produção, pós-produção e administração, para que as empresas independentes que desejam desenvolver e produzir conteúdos para esse fim possam se adequar e se capacitar.

### ALTERNATIVAS PARA INCENTIVOS

**Adrián del Solar:** Por que sempre temos que gerar investimentos ou incentivos para atrair outras produções para que filmem e invistam em nossos países? É necessário haver mecanismos que estimulem o investimento privado nos empresários locais, porque assim vamos fortalecer a produção interna.

**Ignacio Rey:** Uma das coisas que mais poderiam ajudar é uma sociedade de garantia recíproca, seja no nível regional ou local, para funcionar como instrumento de garantia de crédito ou desconto de contratos.

### NOVAS FORMAS DE TRABALHO

**Diego Ramírez:** Aqui na Colômbia, o trabalho do roteirista, em geral, era individual; a responsabilidade de escrever um projeto era assumida por completo, mas estamos em um processo de transição muito ativo, em que salas de roteiristas são criadas, o que gera muito mais eficiência nesses processos criativos.

### OUTROS DESAFIOS

**Adrián del Solar:** Os contratos de coprodução exigem a participação técnica e artística do país coprodutor. Isso significa deslocar atores, técnicos e muitas vezes equipamentos de câmera e som e, posteriormente, discos rígidos para o país onde será realizada a pós-produção de imagem ou som. Muitas vezes os controles alfandegários são muito burocráticos e retêm esse equipamento por bastante tempo, fazendo com que os produtores percam muito dinheiro. As condições de obtenção de permissão de trabalho para atores e técnicos oriundos de um país coprodutor também variam de país para país, atrasando ou dificultando os planos de produção. Portanto, é necessário que as permissões de utilização de equipamentos de filmagem sejam flexibilizadas e que haja mais liberdade de movimentação de mão de obra entre os técnicos e atores que participam dessas coproduções. Na Europa, existe essa liberdade de movimento, talvez seja um modelo a seguir.

### NOVAS MANEIRAS DE RECICLAR AS HABILIDADES

**Ignacio Rey:** Em 2014, a Câmara Argentina da Indústria Cinematográfica realizou um encontro inédito: convidou todos os seus associados a realizar uma conferência de três dias em um hotel nos arredores de Buenos Aires. A ideia desse encontro era criar um espaço de reflexão sobre a atividade e ouvir cada um dos associados sobre como eles fizeram seus filmes, como procuraram financiamento, como assumiram o desenvolvimento de uma obra ou como realizaram a distribuição. Foi uma espécie de workshop entre produtores. Essa reunião deu muito certo porque todos aprenderam algo uns com os outros e também porque surgiram ideias muito boas para contribuir com a indústria como um todo. Essa iniciativa poderia ser replicada em outros países e no nível regional para gerar um intercâmbio singular entre colegas.



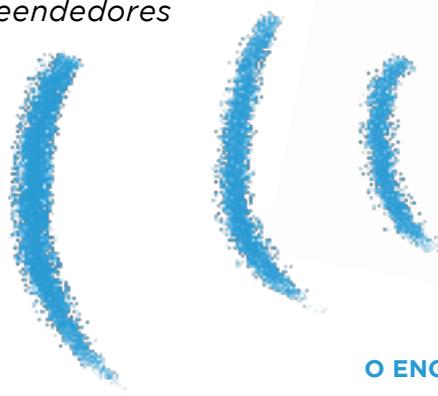
## CAPÍTULO 4

# OS EMPREGOS EM DEMANDA NA INDÚSTRIA

# O FUTURO *BELOW THE LINE*. CONVERSA COM UM ENGENHEIRO DE SOM, UMA DIRETORA DE ARTE E UM ESPECIALISTA EM EQUIPAMENTOS DE CINEMA

POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Habilidades, trabalho técnico, formação,  
novos empregos, empreendedores*



## O ENGENHEIRO DE SOM

Na arte audiovisual existe uma estrutura secreta que, como no trabalho de um bom alfaiate quando faz uma costura perfeita, geralmente não é percebida a olho nu. Por trás de cada produção audiovisual, existem inúmeras profissões que contribuem para o dinamismo da indústria e fazem brilhar cada parte da peça final. Falamos com três especialistas em ofícios below the line que realizam seus trabalhos longe do glamour, onde as exigências técnicas são necessárias para que filmes e séries tenham sucesso. Quando essas tarefas são realizadas com solidez, elas passam despercebidas, mas quando ocorre um erro, não há dúvida: os espectadores são os primeiros a notar.

Axel Muñoz Barba é um engenheiro de som profissional mexicano com mais de dez anos de experiência. Ele se encarregou do som de *La casa de las flores* e do minidocumentário 1994 (ambas séries originais da Netflix), e em 2019 fez sua estreia na direção com o longa-metragem *Noches de julio* (2019).

“Escolas como a Escola Nacional de Artes Cinematográficas, que antes era a CUEC e a CCC, onde estudei, nos treinam para que possamos fazer tudo em termos de produção audiovisual. Em teoria, sei fotografar, sei expor, mas como especialidade nos concentramos em direção ou fotografia. Para mim sempre foi direção, mas temos que viver de algo”. Axel diz que fazer som era mais fácil para ele e também era algo que ele gostava; por outro lado, nas escolas de cinema sempre existe a possibilidade de trabalhar com curtas-metragens e teses de alunos, e ganhar experiência dessa forma. “Estava há quatro anos na escola e já tinha dois longas-metragens de ficção como engenheiro de som, que fiz com o equipamento da escola, o que não me obrigou a comprá-lo, um problema que os fotógrafos não têm”, diz Muñoz.<sup>232</sup>

“Os engenheiros de som são os únicos no set que são um híbrido de empresa e chefe da área: somos fornecedores. E, para isso, temos que nos endividar com compras de equipamentos e pagamentos à vista, sem possibilidade de crédito como acontece nos Estados Unidos. O que beneficiaria muito a indústria seriam liberações na alfândega, porque às vezes para engenheiros de som é mais barato pegar um voo para Los Angeles ou Nova York, pagar uma estadia e trazer o equipamento, do que correr o risco de comprar de casa e a alfândega cobrar impostos surpreendentes”.

Muñoz diz que apesar dos riscos de ter material próprio, a verdade é que o trabalho vem “com o currículo”, ou seja, é mais fácil para os engenheiros de som conseguirem projetos cada vez maiores se tiverem os equipamentos e forem capazes de assumir os desafios e as orientações técnicas de qualquer diretor ou plataforma. Como em todas as profissões, diz ele, o nível de especialização é valorizado. Resumindo: o que importa é o quanto você é bom no que faz.

## A DIRETORA DE ARTE

Liz Medrano é uma designer de produção e diretora de arte mexicana. Já trabalhou em produções locais, como *Te prometo anarquía* (2015) e *Noches de julio* (2019), na série original *Paramédicos*, do Canal Once, e na produção de *No Man's Land* (2020), de Conor Allyn.

“Me formei como museóloga e curadora de arte. O cinema, como a todos, me marcou desde criança. Levavam-me às matinês, mas nunca pensamos em quem faz os filmes e nos empregos que estão por trás disso. Sempre me interessei muito pela história do cinema por sua completude, por envolver todas as belas artes, desde a teoria das cores, montagem, arquitetura, artes plásticas, atuação e também antropologia, sociologia, construção de personagens, e sua caracterização por meio de objetos e espaços pessoais... Me apaixonei pela profissão pela rapidez com que você tem que solucionar tudo. Adorei aprender coisas que nunca imaginei, como fazer construções de alvenaria, como construir paredes, texturas, como compor para a câmera”.<sup>233</sup>

Liz Medrano começou trabalhando em curtas-metragens de amigos e foi assim que aprendeu a profissão. “Fui batendo nas portas e segui meu caminho como decoradora, antes como assistente de decoração, ambientadora e também em direção de arte. De *Salvando al soldado Pérez* (2011), porém, ainda tenho ferimentos de guerra, de queimar panos e vestir camelos nas dunas de Torreón, que fizemos parecer o deserto do Saara”.

Liz conta que a partir de então se interessou por projetos autorais, como o do seu marido e colega Axel Muñoz, *Noches de julio*. “Acho que sou capaz de fazer tudo; já fiz terror (*El exorcismo de Carmen Farías*, 2021), já fiz faroeste, infantil, contemporâneo... Eu adoraria fazer a história de um crime ou um filme policial, e se me chamarem para uma comédia romântica, posso fazê-la também. Estive, segundo a crítica, em um dos melhores filmes da história mexicana, *Te prometo anarquía*, e tive um controle do pouco orçamento que havia, estive no mercado da Jamaica e em várias ruas, pintei com minha equipe técnica o mural de *La Changa*. O rigor estético e o controle devem ser os mesmos em um projeto médio ou gigante; não há filmes grandes ou pequenos, e quem sobrevive aqui é porque realmente ama a profissão.”



## O OPERADOR DE EQUIPAMENTOS

Um ofício que requer habilidade é a operação de equipamentos de filmagem, que são muito caros e sofisticados. É aí que entra Carlos Congote, que estudou cinema nos Estados Unidos e em 1982 voltou à sua terra natal, a Colômbia, para abrir uma produtora e locadora de equipamentos. A Congo Films não é apenas um dos mais importantes fornecedores de equipamentos audiovisuais da América Latina, com escritório de distribuição no Chile e clientes em toda a região, mas também é quem identificou uma necessidade básica da indústria: uma escola profissionalizante de operadores e trabalhadores below the line.

A escola Congo Films surgiu há três anos, embora já ministrasse cursos há duas décadas e meia. Segundo Carlos Congote: “As universidades estão focadas na formação de diretores, sem considerar que muitos deles levarão muitos anos para obter sucesso. A nossa escola é prática e aproveitamos a grande quantidade de equipamentos que temos: construímos três estúdios, salas de mixagem, foley, pós-produção e oficinas de arte, para formar as pessoas como se elas estivessem fazendo parte da produção”.

A escola aproveita os recursos técnicos da Congo Films, que possui uma série de equipamentos invejável e já começa a se aventurar na produção virtual, um serviço ainda raro na América Latina. Congote diz que é uma escola altamente prática (hands-on) que oferece workshops curtos muito intensivos, de 8 a 12 horas por dia, que formam as principais profissões: “O pessoal das câmeras deve ter treinamento para revisar, atualizar, operar e consertar câmeras, por isso são os mais difíceis de encontrar”, conclui.



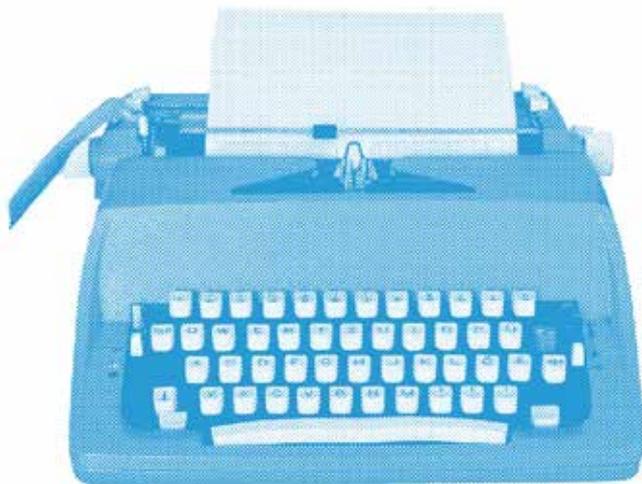
# SOMOS UMA POTÊNCIA LITERÁRIA, ENTÃO POR QUE É TÃO DIFÍCIL ENCONTRAR ROTEIRISTAS NA AMÉRICA LATINA?

**POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:**

*Habilidades, formação, novas competências, séries, roteiro, escrita*

Syd Field, professor de roteiro e autor de um best-seller pioneiro sobre o assunto, disse que revisou dois mil roteiros para o Cinemobile, o estúdio por trás de *El Padrino* (1972), dos quais considerou apenas quarenta bons. Ou seja, 99% dos roteiros que passaram por suas mãos não valiam a pena para a produção, que naquela época tinha investimento mínimo de um milhão de dólares.<sup>234</sup>

O roteiro, afirma Field, é uma história contada em imagens. E Mauricio Cadena, diretor de difusão cinematográfica do Equador, acrescenta: "Tudo nasce com uma boa história: você pode ter todo o dinheiro do mundo, fazer um esforço gigantesco de coprodução, mas se a sua história não for boa, tudo vai por água abaixo".<sup>235</sup>



A escrita de roteiros é uma habilidade que exemplifica as mudanças na indústria audiovisual dos últimos anos: se nada é mais antigo que a linguagem, por que tantos profissionais do setor audiovisual na América Latina afirmam que faltam roteiristas? No final do século 20, era quase impossível para um roteirista profissional na América Latina

não trabalhar de uma forma ou de outra em novelas. "As telenovelas me parecem uma das coisas mais interessantes que acontecem no mundo, um mundo muito rico que se transforma em novas formas", diz Alonso Ruvalcaba, escritor e produtor de conteúdo do Amazon Prime Original *Pan y circo*, que começou sua carreira revisando roteiros de novelas para a TV Azteca.<sup>236</sup>

<sup>234</sup> Syd Field, *El libro del guion. Fundamentos de la escritura de guiones. Una guía paso a paso, desde la primera idea hasta el guión acabado*. Madrid: Plot Ediciones, 1979, 9.

<sup>235</sup> Mauricio Cadena, comunicação pessoal (27 de novembro de 2020).

<sup>236</sup> Alonso Ruvalcaba, comunicação pessoal (13 de outubro de 2020).

Os escritores com quem falamos sobre esse assunto concordam que a principal escola de roteiro foram as grandes emissoras de televisão; no cinema independente, por outro lado, os diretores tendem a desenvolver seus roteiros de forma autônoma. Nos últimos anos, porém, à medida que cresce a demanda por conteúdos audiovisuais menos melodramáticos, há uma necessidade maior de treinar escritores capazes de criar roteiros com personagens fortes e não necessariamente um enredo que se estenda por centenas de capítulos.

“Nas séries contemporâneas, o que procuramos são character drivers”, explica Linda Díaz Pernia, sócia do El Calefón e diretora do departamento de televisão premium. “Um personagem com um objetivo tão grande e poderoso que fará o impossível para alcançá-lo, é isso que mobiliza a trama. Ao contrário do melodrama da telenovela, em que o protagonista se entrega ao contexto, aqui o que move tudo é o próprio personagem”, conclui.<sup>237</sup>

Augusto Mendoza começou sua carreira escrevendo esquetes cômicos em La Familia P. Luche, do comediante mexicano Eugenio Derbez. Após fazer o curso de roteiro no Centro de Capacitação Cinematográfica do México, Mendoza encontrou sua vocação e hoje conta com créditos que incluem Chicuarotes (2019) e Abel (2010) e produções originais da Netflix, como Diablero (2018) e Todo va a estar bien (2021). “Acho que muito desse trabalho é aprendido na prática. Com o Derbez, eu tive que escrever roteiros de um dia para o outro, e isso me ensinou a concluir as coisas, mas acima de tudo que eu consigo fazer isso, porque aí você entra nessa pira de que não consegue pensar em nada ou que precisa de mais tempo. Às vezes, já em produção, você tem que reescrever muitas partes, porque aconteceu algo com os atores ou com as locações, e você tem que aprender a trabalhar sob pressão, na correria”.<sup>238</sup>

## NOVOS MODELOS DE ROTEIRISMO EM TEMPOS DE STREAMING: A SALA DOS ROTEIRISTAS

“Por muito tempo, só tínhamos roteiristas acostumados a fazer coisas do passado e não evoluímos para a forma narrativa que é a de desenvolvimento do personagem (character development). Hoje temos cada vez mais jovens que entendem melhor a nova narrativa, mas não

# NOS ÚLTIMOS ANOS, PORÉM, À MEDIDA QUE CRESCE A DEMANDA POR CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS MENOS MELODRAMÁTICOS, HÁ UMA NECESSIDADE MAIOR DE TREINAR ESCRITORES CAPAZES DE CRIAR ROTEIROS COM PERSONAGENS FORTES E NÃO NECESSARIAMENTE UM ENREDO QUE SE ESTENDA POR CENTENAS DE CAPÍTULOS

têm experiência”, diz Epigmenio Ibarra, sócio-fundador da Argos Comunicación.

Parte dessa lacuna se deve ao fato de que a escrita de roteiros na América Latina ainda não se adaptou totalmente aos modelos consolidados de produção contemporânea de novos formatos, como as séries. Nessas formas narrativas, o ofício de escrever roteiros deixou em grande parte de ser obra do gênio solitário e passou a ser um processo colaborativo: um texto pelo qual passam muitas mãos e recortes; um exercício de grupo, comunitário. Você não escreve mais sozinho, a escrita geralmente ocorre em uma “sala dos roteiristas” (writer’s room).

“O modelo de sala de roteiristas é um sistema comprovado e 99% das séries nos Estados Unidos são escritas dessa forma, a menos que você tenha um grande gênio no centro como Peter Morgan, roteirista de The Crown (2016), ou Julian Fellowes, de Downton Abbey (2010). Mas essa é uma maneira muito britânica de fazer televisão, enquanto no formato colaborativo a escrita do roteiro gira, você recebe muitas observações do showrunner e de outros

237 Linda Díaz Pernia, comunicação pessoal (24 de novembro de 2020).

238 Augusto Mendoza, comunicação pessoal (13 de outubro de 2020).

roteiristas”, diz Daniel Krauze, um dos roteiristas de Luis Miguel: la serie, cuja primeira temporada estabeleceu um recorde de audiência em espanhol na Netflix durante o lançamento, entre abril e julho de 2018. Krauze fez mestrado em Redação Dramática na New York University (NYU) e se dedicou ao jornalismo e à literatura por anos antes de chegar à sala dos roteiristas. “Assumir a autoria de um capítulo na televisão sempre me deixa desconfortável porque, na verdade, ele pertence a muitas pessoas”, diz Krauze. E, de fato, ele vê na escrita para a televisão um exemplo de colaboração.<sup>239</sup>

“Na sala dos roteiristas éramos seis, porque Luis Miguel foi uma série complicada de escrever. Não estou falando de fatores externos, mas da própria trama, estruturalmente, com duas linhas do tempo”, diz Daniel, que após participar de Luis Miguel: a série repetiu o esquema da sala dos roteiristas nas produções *Un extraño enemigo* (2018) e *El candidato* (2020), ambas da Amazon Prime Video.

Da Colômbia, Natalia Santa é uma roteirista e diretora de cinema experiente. Escreveu e revisou tanto seriados quanto telenovelas como *Verano en Venecia* (2009), temporadas de *Plaza Sésamo*, séries para Netflix como *Frontera verde* (2019), *Historia de un crimen: Colmenares* (2019) e *El robo del siglo* (2020), e é a primeira diretora colombiana a participar de uma categoria oficial do Festival de Cannes, com seu longa de estreia *La defensa del dragón* (2017). Embora a sua primeira paixão tenha sido a literatura, “foi no cinema e na televisão que encontrei um espaço, uma forma mais clara de expressão das coisas que queria contar”.<sup>240</sup>

Filha da veterana roteirista de novela colombiana Fabiola Carrillo, Natalia Santa cresceu cercada por mulheres escritoras, dramaturgas e jornalistas; entre elas, Mónica Agudelo, coautora de *Señora Isabel* (1993), que a Argos adaptou no México como *Mirada de mujer* (1997). “Acho que existe uma base comum para qualquer tipo de narrativa, escrita ou audiovisual, que é a criação de personagens. Um personagem sólido, com motivações, com um conflito e um objetivo. Mas a estrutura muda: uma novela de 240 episódios de meia hora, uma minissérie de seis episódios de quarenta minutos cada e um roteiro cinematográfico de duas horas não são a mesma coisa”. E ter alguma formação e treinamento prévio no assunto é fundamental.

Santa conta que sua primeira experiência em uma sala de roteiristas foi em Bogotá, na série *Frontera verde*. Ela confessa que, no princípio, o método lhe parecia incomum. Foram várias semanas de trabalho com roteiristas colombianos e estrangeiros – entre eles, os mexicanos Gibrán Portela e Javier Peñalosa, e o colombiano Mauricio Leiva-Cock – alguns mais familiarizados com a televisão, outros com cinema ou séries. Foi seu primeiro exercício nesse modelo de redação colaborativa e ela confessa que acabou sendo “muito divertido”.

Embora, desde então, Natalia Santa já tenha participado dos roteiros de novas séries como *Historia de un crimen: colmenares* e *El robo del siglo* (ambos da Netflix) e *Ruído capital* (Movistar+, 2020), a escritora insiste em que é necessário mais treinamento: “São muito poucos os roteiristas que neste momento já fizeram séries e precisamos de formação e da criação de workshops, escolas onde se aprende a estruturar e narrar esses novos formatos”. Desde as origens do cinema, os criadores buscaram

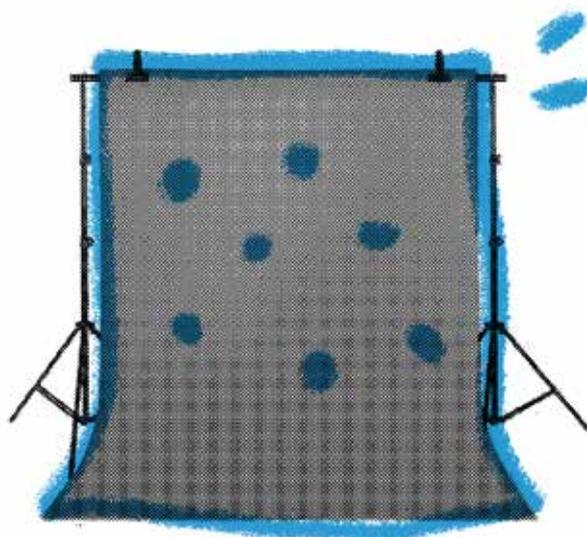
239 Daniel Krauze, comunicação pessoal (16 de outubro de 2020).

240 Natalia Santa, comunicação pessoal (29 de outubro de 2020).

# DESENHANDO A REALIDADE: OS EFEITOS VISUAIS (VFX) SÃO UM SETOR EM CRESCIMENTO

POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Habilidades, indústria, efeitos visuais, México, Uruguai, Chile, novas competências, incentivos*



maneiras de trazer o impossível para o celuloide: ao descobrir a tela verde, os cineastas a usaram como tela para projetar cidades, paisagens e até mundos imaginários. Os efeitos visuais (VFX, na sigla em inglês) são uma extensão do desejo de encantar o olho humano com o inexistente: são animações que se fazem sobre as imagens filmadas. Eles permitem que você admire um monstro colorido que destrói os prédios de uma cidade, uma chuva de meteoros em um terreno baldio ou o aparecimento de um ser fantasmagórico. Mas também servem para detalhar elementos mais modestos que muitas vezes passam despercebidos: a névoa que flutua sobre uma xícara de café quente e os flocos de neve que caem do céu ou os flashes de luz de uma cidade à noite são elementos muitas vezes colocados como parte do trabalho de efeitos visuais que acontece na pós-produção.

Com a ajuda de um software em constante evolução, os efeitos visuais se baseiam em uma fotografia em movimento e, nos últimos anos, a disciplina se tornou cada vez mais indispensável: é mais barato desenhar uma explosão do que explodir um prédio e filmá-lo. Mas, para oferecer

esses serviços, uma empresa precisa de conhecimentos técnicos e especialistas em software que nem sempre são fáceis de encontrar em nossa região.

Com o crescimento da produção audiovisual, a demanda por efeitos visuais aumentou a tal ponto que quase não há nenhum filme ou série atualmente que não precise deles. As superproduções dependem deles e estima-se que 12,5% do orçamento de um blockbuster (projetos com orçamentos superiores a US\$ 220 milhões) seja dedicado a efeitos visuais.<sup>241</sup> Estima-se que o valor dessa indústria e da animação foi de US\$ 156 bilhões em 2020 e que aumentará para US\$ 172 bilhões em 2025.<sup>242</sup> De acordo com dados da Zion Market Research, o mercado global de efeitos visuais estava crescendo a uma taxa de 11,4% antes da pandemia de 2020 e em 2018 já era cerca de US\$ 11,33 bilhões por ano. As nações da Ásia, em particular a Índia,

<sup>241</sup> Olsberg SPI, *Global Screen Production*, 26.

<sup>242</sup> Mordor Intelligence, "Animation and Vfx Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, and Forecasts [2021 - 2026]" (2020). <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/animation-and-vfx-market>

estão se tornando as novas potências de serviços relacionados a efeitos visuais, como o matchmoving, processo no qual gráficos criados por computadores são inseridos rastreando o movimento da câmera dentro da imagem. Mas onde está nossa região, que há anos constrói uma indústria de animação em vários países do continente?

Historicamente, a indústria de efeitos visuais tem se concentrado em mercados muito pequenos. Vancouver, Londres e Nova Zelândia são alguns dos principais hubs. Isso ocorre porque esses lugares oferecem duas coisas: um pipeline de animadores de escolas conceituadas, como a Vancouver Film School, e programas de incentivo que os tornam competitivos, apesar dos altos custos de mão de obra. Por exemplo: uma produção que contrata seus efeitos visuais de uma empresa da Nova Zelândia pode optar por um rebate (reembolso) de 18% a 20%, dependendo do orçamento total do projeto.<sup>243</sup>

Na América Latina, no entanto, existem algumas empresas dedicadas a efeitos visuais que atuam além de suas fronteiras nacionais. Até poucos anos atrás, muito de seu trabalho era feito em comerciais para a televisão, mas recentemente as produções latinas passaram a exigir cada vez mais efeitos visuais, e essas empresas começaram a atender a essa demanda que continuará crescendo. Uma empresa de destaque na área é a Garage VFX, fundada por Tomás Roca em Santiago há mais de vinte anos. Roca, designer industrial e artista por formação, diz que os efeitos visuais começaram a ser um negócio viável no Chile com a queda do preço da tecnologia (computadores e software) no início do século: “Nesse momento, a importância da pessoa por trás da máquina deixou de ser técnica, tinha que ser artística”.<sup>244</sup>

Durante os primeiros anos de sua carreira como animador de efeitos visuais, o trabalho foi principalmente publicitário, mas com o passar do tempo e com a ascensão internacional do cinema chileno, surgiram oportunidades para colaborar em filmes como *Neruda* e *Jackie*, ambos do diretor Pablo Larraín. “No Chile, temos um trabalho de melhor qualidade, por isso podemos participar dos projetos. Percebemos que existe um nicho nos Estados Unidos que podemos alcançar”, conta Roca.

Para ele, entrar no mercado americano não foi fácil: foi necessário subir em vários aviões, bater em muitas portas, tentar a sorte. Mas a estratégia funcionou. Recentemente,

a Garage VFX trabalhou no Chile em projetos para a Amazon Prime Video e a Netflix. Roca acredita que é importante olhar para fora das fronteiras nacionais: “Temos que entrar em mercados maiores... A ideia seria ter um parceiro na Colômbia, México e Argentina, para ganhar volume e presença estratégica”.

No Uruguai, conversamos com Alejandro Damiani, sócio da Aparato, produtora que oferece efeitos visuais em seu portfólio de serviços. Embora esse seja um país tecnologicamente desenvolvido com altos níveis de educação em comparação com a média latino-americana, Damiani descreve uma oferta limitada de talentos: “Somos todos meio generalistas... É muito difícil se especializar em um mercado tão pequeno. Temos que fazer de tudo um pouco. Começou assim no Uruguai: então três pessoas podem fazer algo que 10 ou 15 fazem em outro país. Ao mesmo tempo, quando você quer qualidade hiperpremium, por exemplo, um animal com pelo, aí não conseguem”.<sup>245</sup> Ou seja, há flexibilidade, mas menos especialização – uma combinação complicada quando se trata de profissionalizar e fazer uma indústria crescer.



243 Olsberg SPI, *Global Incentives Index 2019 World of Locations* (2020). <https://www.olsberg-spi.co.uk/wp-content/uploads/2019/05/Olsberg-SPI-Global-Incentives-Index-May-2019.pdf>

244 Tomás Roca, comunicação pessoal (5 de novembro de 2020).

245 Alejandro Damiani, comunicação pessoal (6 de novembro de 2020).

Damiani também lamenta que encontrar talentos para sua indústria não seja fácil: “As escolas daqui ensinam coisas ultrapassadas. Já vi trabalhos de estudantes do quarto ano da faculdade e eles não cumpriam o que era esperado”, afirma. Ele concorda que grande parte do aprendizado é autodidata: muitos dos jovens artistas aprenderam o básico do ofício não na escola, mas na Internet – outra característica de uma indústria incipiente.

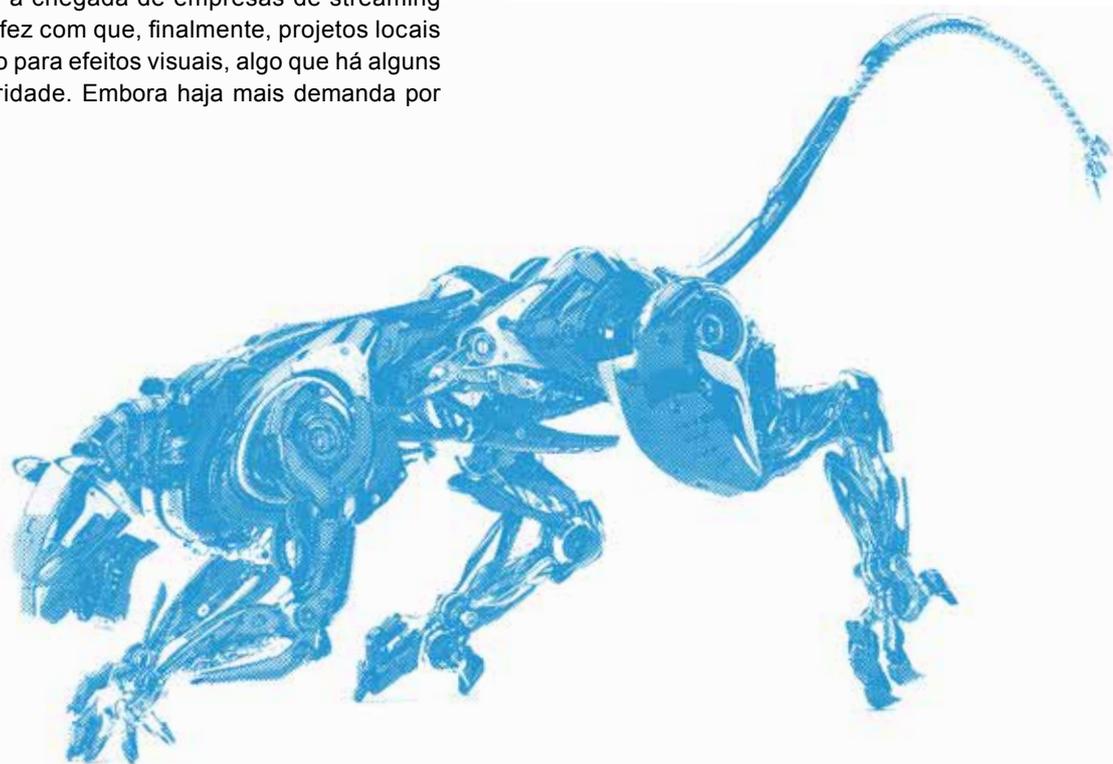
**As empresas de streaming perceberam essa dificuldade. Paulina Salazar, gerente de efeitos visuais da Netflix América Latina, diz que VFX e produção virtual são áreas-chave de desenvolvimento na indústria do entretenimento. “Só no México, estimamos que nosso investimento em efeitos visuais se multiplique por quatro nos próximos cinco anos. Na Netflix, temos uma equipe dedicada exclusivamente a apoiar o crescimento saudável do ecossistema de efeitos visuais e pós-produção. Como parte desse trabalho, colaboramos com parceiros da indústria para desenvolver talentos e tecnologias emergentes na região e atrair profissionais altamente qualificados que trabalham no exterior para voltar para casa e abrir seu próprio negócio.”<sup>246</sup>**

Alejandro Diego von Dorrer é CEO da Ollin VFX, uma das maiores empresas de efeitos visuais da América Latina, com sede na Cidade do México. Ollin tem mais de 60 artistas em tempo integral, expandindo ou encolhendo a força de trabalho de acordo com os projetos, que incluíram sucessos de bilheteria de Hollywood como *Suicide Squad* e *Jumanji* e a série da Netflix *House of Cards*. Durante anos, a base de clientes da Ollin era exclusivamente no exterior e hoje, segundo von Dorrer, 95% dos serviços da empresa são para projetos nos Estados Unidos. Ele diz que isso pode mudar: a chegada de empresas de streaming à América Latina fez com que, finalmente, projetos locais tenham orçamento para efeitos visuais, algo que há alguns anos era uma raridade. Embora haja mais demanda por

serviços, von Dorrer relata várias dificuldades; entre elas, que os produtores locais ainda não sabem montar um orçamento corretamente. Mas talvez o mais complicado seja que, apesar de ter custos trabalhistas mais baixos no México, os incentivos de países como o Canadá – que pode chegar a até 35% dos gastos incorridos – limitam a possibilidade de competição. “Acho que somos uma empresa relativamente bem-sucedida... Tenho muito orgulho do trabalho que temos feito, mas acho que uma empresa como a nossa deveria ser muito maior depois de 20 anos”.<sup>247</sup>

Von Dorrer não acredita que seja uma questão de falta de talento – animadores que se formam na Ollin muitas vezes acabam sendo recrutados por seus concorrentes no Canadá – ou de falta de capital que impede o crescimento. “Se você me dissesse que existem dois milhões de dólares aqui para a Ollin crescer, poderíamos investir, mas no final das contas o segredo é conseguir que os clientes nos deem trabalho, e competir com o exterior sem ter um programa de incentivo local é muito difícil.”

Como é um trabalho que alia criatividade e tecnologia, em uma região onde a demanda por serviços é crescente, o desenvolvimento de uma indústria de efeitos visuais pode ser uma oportunidade única. Mas não será fácil: além de desenvolver talentos, é fundamental pensar em novas formas de competir com os centros mais consolidados que estão há anos no setor. O esforço combinará legislação, treinamento e reflexão sobre novas estratégias de pós-produção em geral para ter maior protagonismo na região. Provavelmente não é algo que possa ser feito da noite para o dia, mas os países que levarem isso a sério terão uma oportunidade interessante.



246 Paulina Salazar, comunicação pessoal (13 de junho de 2021).

247 Alejandro Diego von Dorrer, comunicação pessoal (9 de novembro de 2020).

# "POR QUE NÃO ENSINAR AS CRIANÇAS DA VIZINHANÇA?" COMO SALTAR DA GUATEMALA PARA HOLLYWOOD E DE VOLTA PARA A GUATEMALA

**POR QUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:**

*Guatemala, habilidades, trabalho técnico, formação, VFX*

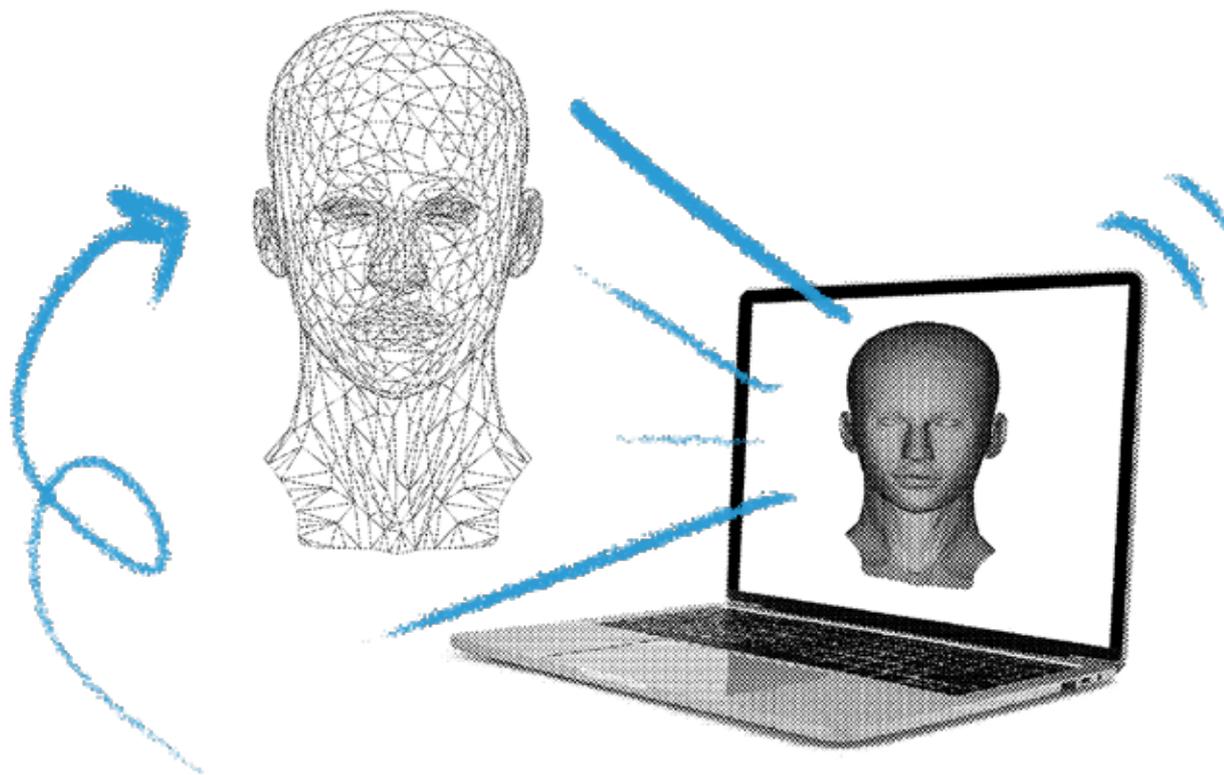
*\* Carlos Argüello falou com a equipe desta publicação em 20 de setembro de 2020. Infelizmente, ele faleceu alguns meses depois, em 23 de junho de 2021. Carlos deixa um valioso legado profissional e também um exemplo de compromisso com a juventude. Sua visão será fundamental para continuar construindo uma sólida indústria audiovisual na América Latina e no Caribe.*

O cinema contemporâneo é um sonho realizado graças aos efeitos visuais, ou VFX, nascidos da união entre animação e tecnologia. Pense nas imagens mais chocantes do cinema dos anos 1990: a explosão de um asteroide no espaço sideral em Armageddon, os mundos fantásticos de As crônicas de Nárnia, os cliques sinistros em preto e branco de O Chamado, o jogo do século entre um Michael Jordan de carne e osso e o elenco animado dos Looney Toons em Space Jam. Por trás dessas produções multimilionárias, que ganharam prêmios por seus efeitos visuais e desenvolveram as possibilidades da sétima arte, está o pincel digital do guatemalteco Carlos Argüello\*.

De pais nicaraguenses, Argüello nasceu em Manágua e cresceu na Guatemala, onde gostava de pintar desde a infância. Ele garante que não ia muito bem na escola e que também lutou contra uma dislexia precoce, dois elementos que talvez o atraíssem para as possibilidades técnicas dos computadores, inacessíveis na época. Ele estudou arquitetura e design gráfico, mas logo percebeu que suas chances de trabalhar na área eram mínimas e decidiu migrar para a região de São Francisco.

Argüello ingressou na Academia de Artes de São Francisco e logo conseguiu um cobiçado estágio na NASA, onde passou meses sem receber fazendo visualização científica e criando gráficos 3D. "Fiquei feliz porque estava usando um computador", diz Argüello. "Eles se tornaram o meu mundo porque o que eu queria era ver minhas pinturas em 360 graus, entrar nos mundos que sonhava."<sup>248</sup> Ele era o único artista em um ambiente de cientistas e engenheiros, a quem teve que ensinar como reagir às novas tecnologias quando ainda não eram interativas e tudo era feito por programação.

248 Carlos Argüello, comunicação pessoal (10 de setembro de 2020).



O que se seguiu foi uma carreira na qual Argüello soube aproveitar as possibilidades da tecnologia e do visual. Trabalhou em empresas pioneiras na área, como Cinesite (Kodak), Synthetic Video e Pacific Data Images, produzindo imagens para as maiores redes da época, como ABC, NBC, HBO e TNT. Você deve se lembrar de dois vídeos icônicos da década de 1990, ambos do Michael Jackson: em *Black and white*, um precursor do Morph e de outras técnicas de computação gráfica, várias faces se transformam umas nas outras, enquanto em *Remember the time*, uma fantasia egípcia, o próprio Michael se transforma em areia.

Argüello trabalhou no cinema como film stylist e diretor de criação, e depois de colaborar com a Disney e o que acabaria sendo a Dreamworks, ele passou a ser supervisor de efeitos visuais: chegaram projetos como *Sphere*, *Batman & Robin*, *The Mummy*, *The Devil's Advocate* e, claro, *Armageddon*, uma superprodução de ficção científica sobre um asteroide prestes a atingir a Terra, que arrecadou globalmente mais de US\$ 500 milhões.

Porém, em 2001, Carlos Argüello decidiu fazer as malas e voltar para a Guatemala. O motivo? Ele queria abrir o primeiro estúdio de efeitos visuais da América Central.

### ENSINAR FAZENDO

Argüello acredita que a América Latina está em um bom momento para aproveitar sua criatividade natural. "Estamos separados entre a velha América Latina, que produz cimento, licor, açúcar, e a nova, que cria empregos não de manufatura, mas de mentefatura", afirma. "Temos vários conflitos na região, mas essa mistura de arte, que é muito natural na nossa cultura, e novas tecnologias pode gerar empregos de longo prazo para muitas pessoas e evitar a fuga de talentos".

Com essa ideia em mente, Argüello fundou o Studio C, que chegou a ter 30 jovens de Antigua, Guatemala, como artistas: um de seus projetos mais importantes foi colaborar nos VFX de *As crônicas de Nárnia*, indicado ao Oscar de melhores efeitos visuais.

Em 2007, nasceu a Fundação CA, uma organização que fez parceria com várias entidades governamentais e privadas para oferecer cursos e programas de treinamento na Guatemala, México, Colômbia e Jamaica. Sua abordagem é "ensinar fazendo", voltando-se totalmente para a parte mais pragmática dos efeitos visuais. Além da escassez de programas acadêmicos na região, Argüello diz que nesse setor, além de diplomas, o que conta é experiência e reels, a demonstração do próprio trabalho em formato de vídeo. "O sistema tradicional na América Latina continua sendo os estudos universitários, normalmente de quatro anos; isso é bom para alguns, mas a maioria hoje tem que entrar no mundo do trabalho o mais rápido possível", diz. E isso se consegue, explica, aprendendo tanto com tutoriais e praticando em casa como em estágios em estúdios de produção que permitem aos jovens ganhar experiência, expondo-os a projetos e demandas reais. "Nessa indústria, ter contato com empregos reais é fundamental."

Sobre o seu diagnóstico, Argüello afirma que não investirá na formação tradicional, mas na procura de outras formas de apoiar quem está começando, como alianças que permitam aos estúdios privados convidar mais jovens para os seus projetos. "Ou incentivar centros de produção, onde eles possam se reunir e ter uma Internet melhor do que em casa, encontrar outras pessoas interessadas em projetos semelhantes e trabalhar em pequenos grupos de seus povoados para se conectar com as grandes cidades." Em um mundo pós-pandêmico, um de seus planos é alcançar novas áreas da América Latina e do Caribe por meio de streaming e autoaprendizagem.

# A TECNOLOGIA USADA EM VIDEOGAMES ESTÁ MUDANDO A MANEIRA COMO OS FILMES DE HOLLYWOOD SÃO FEITOS

Até recentemente, não havia outra opção além do eterno fundo verde ou azul para imaginar mundos impossíveis, adicionados na pós-produção. Hoje a produção virtual está ganhando popularidade, um método que combina software com gravações ao vivo e computação gráfica em tempo real. Uma das principais ferramentas 3D nesse novo campo é a produzida pela Epic Games, o estúdio por trás do sucesso mundial dos jogos Fortnite: trata-se do 3D Unreal Engine. Criado como um motor gráfico pela Epic Games, em 1998 tornou-se uma ferramenta virtual revolucionária para a produção cinematográfica.

Graças a essa tecnologia, as imagens são projetadas e manipuladas em tempo real em um mural de LED para que a câmera e os atores capturem a imagem sem a necessidade de pós-produção ou telas verdes. A ferramenta, que está em sua quarta iteração e é de código aberto (open source) para quem não produz videogames comerciais, diminui os custos de pós-produção e reduz o tempo de edição. Além disso, em termos de eficiência, os atores podem fazer os takes como se estivessem nos cenários mais reais, convivendo com as criaturas mais irreais.

O uso do Unreal Engine ficou famoso na série original da Disney+ *The Mandalorian*, vencedora do Emmy de melhores efeitos visuais, mas não foi a primeira vez que a ferramenta foi utilizada no universo de *Star Wars*: em *Rogue*

*One* (2016), Unreal Engine “fez história” ao trabalhar com CGI em tempo real.<sup>249</sup> Em *The Mandalorian*, os ambientes 3D da série criada pelo estúdio Industrial Light & Magic foram editados em tempo real durante o processo de filmagem.<sup>250</sup>

A tecnologia usada nos videogames muda a forma como os filmes são feitos em Hollywood, e os desafios de produzir cinema e televisão sob as restrições impostas pela pandemia do coronavírus devem acelerar o uso dessas tecnologias, o que não terá impacto apenas na pós-produção, mas em alguns papéis da indústria que podem mudar, de acordo com alguns especialistas. Além disso, não é pouca coisa entender que projetar qualquer paisagem do mundo em um mural de LED e filmar como se estivéssemos ali poderia reduzir a necessidade de viagens e filmagens caras.

Na América Latina, a Universidade Nacional de San Martín, na Argentina, anunciou uma aliança acadêmica com a Unreal Engine. O Centro para a Revolução Tecnológica nas Indústrias Criativas, com sede em Santiago do Chile, anunciou que vai instalar um laboratório de produção virtual para oferecer formação em Unreal Engine a profissionais das indústrias criativas. Algumas alternativas concorrentes ao Unreal Engine no mercado de produção virtual incluem Unity, Amazon Lumberyard, CryEngine, 3ds Max Design, Blender, Maya,

249 Harrison Miller, “Epic Games’ Unreal Engine takes movie production to the next level”, *Business North Carolina* (2 de abril de 2020): <https://businessnc.com/epic-games-unreal-engine-takes-movie-production-to-the-next-level/>

250 Ver Industrial Light & Magic. <https://www.ilm.com/newsrabbits/virtual-production-on-the-mandalorian/>

# UM FILÓSOFO, UMA CINEASTA, UM CHEFE DE COZINHA, UM ASSISTENTE JURÍDICO, UMA PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS: O TRABALHO DO PRODUTOR NA AMÉRICA LATINA É MULTIDISCIPLINAR

## PORQUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Formação, habilidades, novas competências, produção, empreendedores criativos*

A produção é um trabalho um tanto desconhecido pelo público. Se o diretor é o narrador da imagem e o fotógrafo é quem pinta quadros em movimento, o produtor costuma ser visto como um mero facilitador, alguém que cuida dos aspectos financeiros e logísticos da filmagem, desde convencer um investidor até alugar os veículos e preparar os documentos alfandegários. “Essa visão errônea faz as pessoas verem o cargo de produtor como alguém que consegue o que os outros precisam, deixando de ver sua importância”, diz Carlos Congote, chefe da Congo Films, na Colômbia. “No passado, todos que estudavam cinema queriam ser diretores, ou assistentes de direção, e os que não conseguiam se tornavam produtores”, diz Mariane Hartard, produtora executiva da Fabula, no Chile.

Embora já existam programas de formação de produtores em faculdades latino-americanas, a produção audiovisual não é uma profissão que se enquadra em uma definição estrita. Entende-se que o produtor é o principal responsável por garantir que um projeto cumpra seus prazos e não ultrapasse seus orçamentos. Porém, existem muitos tipos de produção: executiva, criativa, associada, entre outras. Durante as conversas que deram origem a este livro, encontramos produtores que tinham formação como jornalistas, filósofos, chefs e profissionais de relações públicas. Há um amplo espectro de conhecimentos que pode ser útil para um produtor; nas palavras dos profissionais em produção, quase nenhuma habilidade em qualquer área é supérflua.



A produção engloba uma série de conhecimentos que muitos empreendedores criativos não têm. Conforme aponta o livro *Emprender un futuro naranja*,<sup>251</sup> os empreendedores criativos na América Latina muitas vezes sofrem pela falta de capacitação jurídica e financeira. **“Como produtora, eu gostaria de ter mais conhecimento de aspectos jurídicos. Acho importante que os produtores entendam toda a parte jurídica, desde o pitch até a entrega do projeto”, defende Laura Woldenberg, produtora executiva da Vice México por ocasião dessa conversa.**<sup>252</sup> **“É extremamente importante dominar a linguagem técnica, desde os contratos até o impacto da história que você está contando... Esse trabalho não envolve apenas fazer arte e contar histórias, e fazer o que você gosta, mas também inclui toda essa outra parte que precisamos saber, a parte chata”, acrescenta a cineasta.**

Às vezes nem eu sei o que estou fazendo, mas é basicamente liderar e conduzir os projetos em suas várias fases: eu sou responsável por 'pastorear' os projetos, por assim dizer”, diz Kyzza Terrazas, formado em Filosofia, escritor e diretor de cinema, que é chefe da área de produção criativa e desenvolvimento da La Corriente del Golfo, uma produtora fundada por Diego Luna e Gael García Bernal em 2018.<sup>253</sup>

Os produtores também têm outro tipo de responsabilidade, que convoca vozes e ideias. Tanto Terrazas como Paula Amor, diretora de La Corriente del Golfo desde a fundação, estão convencidos de que é preciso dar ouvidos a novas vozes, mais diversas e plurais: “O que eu acho que falta é uma incubadora de talentos, uma espécie de mentoria, e abrir as portas para muitas pessoas competentes, mas que não tiveram oportunidade por não terem o nome, as conexões ou as mesmas possibilidades”, afirma Amor.

Da Argentina, a produtora venezuelana Linda Díaz nos conta sobre sua experiência trabalhando na El Calefón, produtora audiovisual independente sediada na cidade de Córdoba. Ela deu início ao departamento de televisão premium, onde produz projetos desde a concepção, com atribuições que incluem desenvolvimento de ideias e roteiro. “Eu queria saber como poderia contribuir para a Calefón, e em 2016 fui a Cuba [para a Escola Internacional de Cinema e Televisão de San Antonio de los Baños] para estudar produção de conteúdo premium... Nosso interesse é levantar os projetos em desenvolvimento e apresentá-los de forma mais aberta. Quando somos pequenos, o que abre as nossas portas com os players é que sempre que colocamos um projeto na mesa deles há muita qualidade”, diz Linda.

Alonso Ruvalcaba é um escritor e cozinheiro mexicano que, além de escrever e fazer resenhas de filmes, inaugurou o

Bretón, um restaurante popular na Cidade do México. Mas quando Kyzza Terrazas, que o conhecia pelo livro 24 horas de comida en la Ciudad de México, propôs a ele que fizesse parte da equipe de produção de conteúdo de Pan y circo, um original da Amazon Prime Video conduzido por Diego Luna, Ruvalcaba não pensou duas vezes.

“Foram dois anos desde o momento em que recebi a ligação até a estreia da série, e minhas funções foram mudando ao longo da produção”, conta Alonso. O trabalho dele foi montar o pitch e pensar a série, e para isso organizou sua própria equipe, que seria integrada à equipe maior de produção, onde foi estabelecida uma unidade paralela encarregada de gerenciar as questões logísticas. “É um trabalho que realmente envolve muitos esforços acontecendo ao mesmo tempo”, diz Alonso, que conta sobre a situação complicada da estreia prevista para o período mais crítico da COVID-19, e que exigiu até a produção de um novo capítulo pelo Zoom: “De toda forma, sei que antigamente uma novela era dez vezes mais difícil. No final, nossa equipe tinha cerca de cinquenta pessoas. Em uma novela, são provavelmente umas quinhentas pessoas, então não era tão complexo, mas exige uma estrutura firme, com uma estrutura móvel ao redor”, afirma.

Como prova o trabalho dos entrevistados, as responsabilidades do produtor incluem uma atribuição básica: a criatividade. “Nunca me enxerguei como produtor, mas acho que é o que eu faço mais ou menos bem. Talvez haja mais gente se aventurando a produzir no nível criativo e ao longo do caminho fazer certas parcerias”, diz Kyzza Terrazas. Para Linda Díaz, a solução está na possibilidade de profissionalizar o trabalho: “Faltam pessoas com ferramentas criativas para desenvolver e escrever no nível que as plataformas exigem atualmente. Refiro-me à figura polêmica do showrunner, que pode ser muito criativa: alguém que entende de produção e financiamento, e que se envolve com o projeto em todas as fases do desenvolvimento. Capacitar esses profissionais é estratégico para a nossa região”, conclui.

**É SUPERIMPORTANTE FALAR O VOCABULÁRIO, DESDE OS CONTRATOS ATÉ O IMPACTO DA HISTÓRIA QUE VOCÊ ESTÁ CONTANDO... ESSE TRABALHO NÃO É SÓ FAZER ARTE E CONTAR HISTÓRIAS, E FAZER O QUE VOCÊ GOSTA, MAS VOCÊ TEM TODA ESSA OUTRA PARTE VOCÊ TEM QUE SABER, A PARTE CHATA ”, DIZ LAURA WOLDENBERG**

251 Leticia Gasca y Alejandra Luzardo, *Emprender un futuro naranja. Quince preguntas para entender mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe* (Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2018), 76.

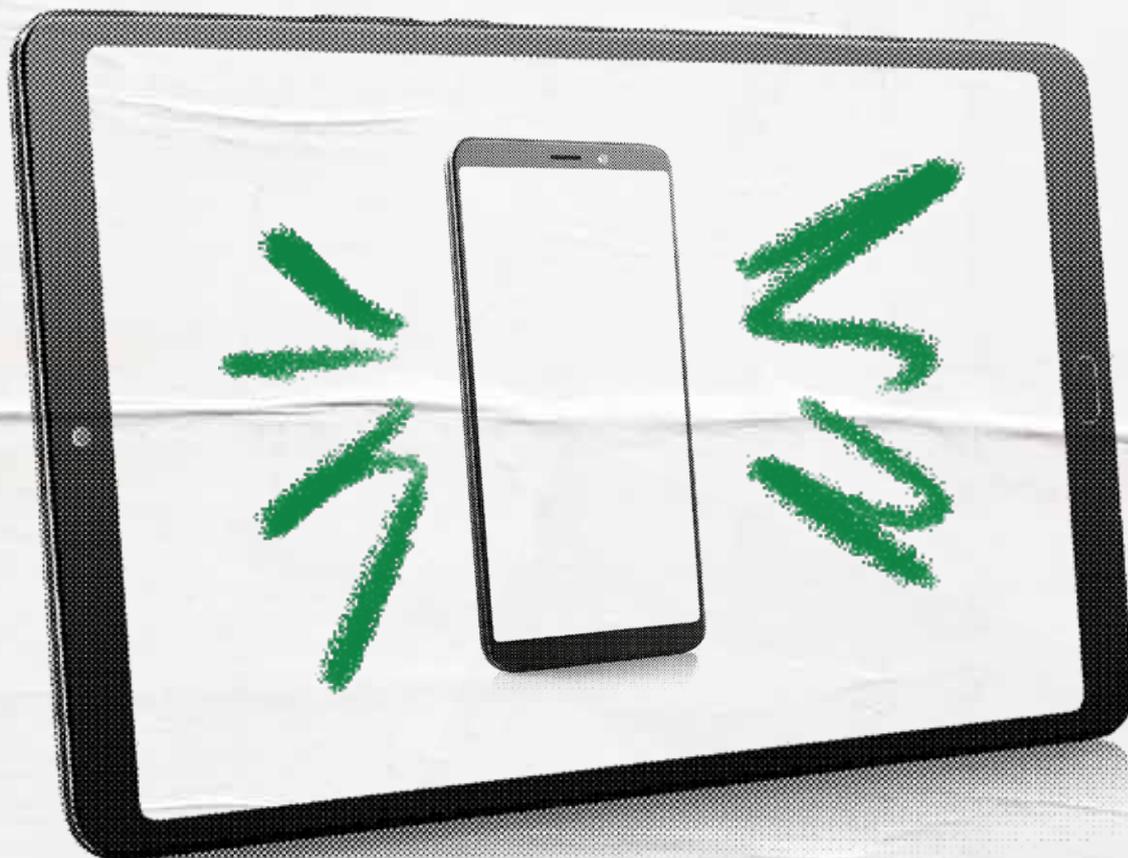
252 Laura Woldenberg, comunicação pessoal (16 de outubro de 2020).

253 Kyzza Terrazas, comunicação pessoal (8 de dezembro de 2020).

**PARTE III**

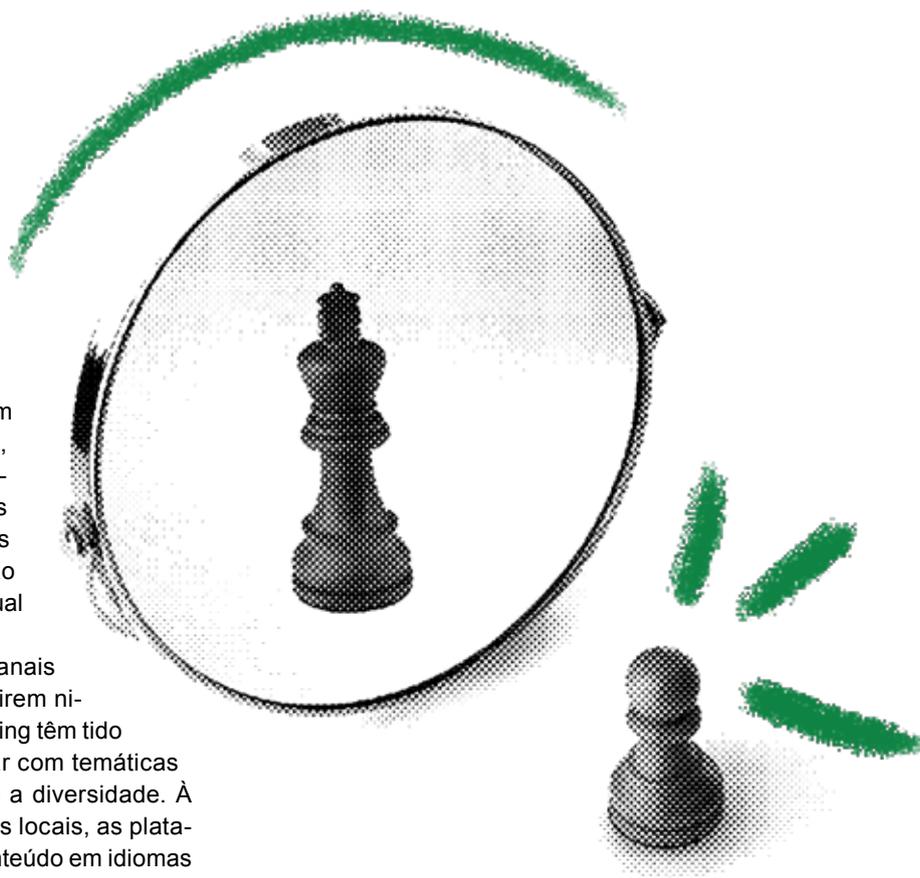
# IMPLICAÇÕES E RECOMENDAÇÕES





## CAPÍTULO 5

# A TELA COMO ESPELHO



Uma sociedade, idealmente, é refletida em seus filmes e séries. Nos últimos anos, foram feitos avanços em relação à representação no setor audiovisual. Graças aos artistas e ativistas que levantaram suas vozes, questões de diversidade e inclusão são inevitáveis em qualquer discussão atual sobre os rumos do setor.

Devido à liberdade criativa dos canais digitais e ao fato de seus produtos atingirem nichos de audiência, os serviços de streaming têm tido a oportunidade de exibir conteúdos, lidar com temáticas e fazer apostas criativas que destacam a diversidade. À medida que incrementaram os conteúdos locais, as plataformas aumentaram sua produção de conteúdo em idiomas cooficiais em países como Índia e Espanha. De acordo com a consultoria Nielsen, o conteúdo de vídeos sob demanda nos Estados Unidos tem mais diversidade do que a televisão por assinatura.<sup>254</sup> O mesmo acontece se o streaming for comparado ao cinema: um estudo recente da Netflix e da University of Southern California indica que 48,4% dos filmes originais da Netflix lançados em 2019 tinham mulheres no elenco principal, em comparação com 41% dos filmes de maior bilheteria nos Estados Unidos no mesmo ano.<sup>255</sup>

A América Latina e o Caribe sofrem de males históricos como o racismo, a violência contra as mulheres e a desigualdade social. No México, o ator Tenoch Huerta se manifestou contra o racismo no cinema e na televisão, gerando uma importante discussão sobre o assunto em um país onde as pessoas morenas, a comunidade negra e os povos indígenas têm pouca representatividade nas produções audiovisuais ou, pior ainda, são estereotipados.

E em termos de representação, durante décadas as produções mais populares, como as novelas, eram estreladas por atores e atrizes de cor branca, cisgêneros e sem deficiência. Isso está começando a mudar em alguns países. A estreia de *Mister Brau* (Globo, 2015), que alguns especialistas consideram a primeira série brasileira estrelada por um casal rico de negros,<sup>256</sup> foi um divisor de águas. Desde então, vários conteúdos de televisão e streaming apresentaram atores negros entre seus protagonistas, e a Netflix até mesmo lançou *Super Drags*, uma série de animação estrelada por personagens LGBTQI+. Claudia Augustinis, diretora de Gestão de Produção da Netflix, diz: “Diversidade é algo em que temos que insistir constantemente, em todas as conversas com os produtores. No Brasil, 56% da população é negra. E sem essa representação na tela, não estamos representando o Brasil.”<sup>257</sup>

Mas não basta ter rostos diversos na tela. Também é importante que os grupos historicamente marginalizados tenham um lugar na indústria audiovisual, especialmente em espaços de tomada de decisão. Abrir oportunidades para mulheres em profissões dominadas por homens, como cargos de gerência ou produção, também é um passo urgente.

Conseguir isso não é fácil. A indústria audiovisual latino-americana continua sendo um mundo fechado, onde além de estruturas históricas de poder como o machismo e o racismo, são as relações pessoais que costumam determinar quem participa ou não das oportunidades. Muitos dos criadores com quem conversamos para este livro admitem que as conexões pessoais desempenharam um papel significativo na obtenção de uma oportunidade no setor. Se queremos novos talentos diversificados, temos de criar oportunidades para escutar essas novas vozes e permitir suas contribuições.

254 Nielsen, “Being seen on screen: Diverse representation and inclusion on TV” (2 de dezembro de 2020). <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2020/being-seen-on-screen-diverse-representation-and-inclusion-on-tv/>

255 Stacy Smith et al., “Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films”, *USC Annenberg Inclusion Initiative* (febrero de 2021). <http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-netflix-study.pdf>

256 Eli Carter, “Representing Blackness in Brazil’s Changing Television Landscape: The Cases of *Mister Brau* and *O Grande Gonzalez*”, *Latin American Research Review*, 53 (2018), 344–357. <https://larlisa.org/articles/10.25222/larr.330/>

257 Claudia Augustinis, comunicação pessoal (21 de fevereiro de 2021).

# AMPLIFICAR AS VOZES: CONVERSA COM MULHERES DO MUNDO AUDIOVISUAL NA AMÉRICA LATINA

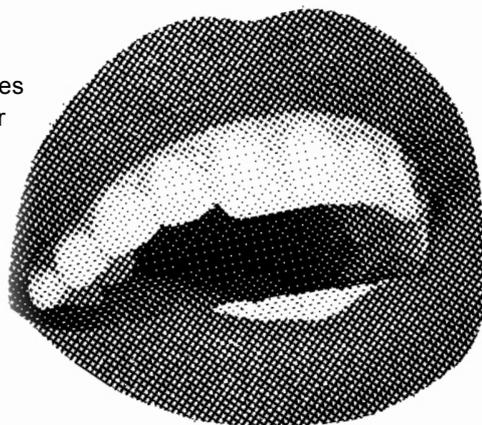
PORQUE VOCÊ SE INTERESSOU POR:

*Representação, gênero, mulheres cineastas, boas práticas*

Na indústria audiovisual, as mulheres têm ditado os rumos. Como por um megafone, suas vozes foram ampliadas por meio da integração de maior presença feminina em cargos-chave, denunciando publicamente experiências de violência de gênero ou estimulando a criação de conteúdos com perspectiva de gênero e personagens mais diversificados.

No entanto, o progresso tem sido lento. Só agora as comissões e associações de cinema em nossa região geraram estatísticas que ilustram a lacuna de gênero no setor audiovisual. Nenhuma mulher foi diretora nos longas-metragens mexicanos mais vistos dos últimos vinte anos,<sup>258</sup> e apenas 20% dos longas-metragens produzidos em 2019 tiveram mulheres liderando a direção.<sup>259</sup> Na Argentina, menos de 35% dos empregos no setor são ocupados por mulheres.<sup>260</sup> E no Brasil, a Comissão de Gênero, Raça e Diversidade da Agência Nacional do Cinema (Ancine) estimou que 75% dos filmes lançados em 2016 foram dirigidos por homens brancos.<sup>261</sup>

Para Nina Wara, uma cineasta boliviana radicada no México, o principal desafio é que o trabalho e as ideias das mulheres tenham a mesma importância que se dá ao trabalho de seus colegas homens. Durante as filmagens de seu primeiro longa-metragem, *En el murmullo del viento* (2018), em Potosí, na Bolívia, Wara relata as tensões



envolvidas ao assumir seu papel como diretora em um ecossistema dominado por homens. “Queriam me dizer como dirigir, o que fazer e até como me relacionar com as pessoas da região”, diz ela, em sintonia com a experiência da colombiana Natalia Santa ao dirigir *La defensa del dragón* (2017). Ela diz: “Senti momentos de grande agressividade de uma parte da equipe técnica, que esperava de mim um papel masculino nas filmagens, algo que eu nunca faria, pois não tenho interesse em gerar essas relações de poder ou ter esse tipo de diálogo com as pessoas com quem trabalho.” Ambas concordam que a rígida hierarquia dos cargos de trabalho, com a figura do diretor na ponta da pirâmide, é uma forma antiquada de abordar a rica colaboração envolvida em uma produção audiovisual.

258 Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://anuariocinemex.imcine.gob.mx/Assets/anuarios/2015.pdf>

259 Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2019. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/anuario-estadistico/>

260 Observatorio de la Industria Audiovisual de Argentina e INCAA. “Informe igualdad de género en la industria audiovisual argentina. Observatorio de la Industria Audiovisual de Argentina e INCAA” (2019). [http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2019/12/incaa\\_oava\\_igualdad\\_de\\_genero\\_2019.pdf](http://www.incaa.gov.ar/wp-content/uploads/2019/12/incaa_oava_igualdad_de_genero_2019.pdf)

261 Luana Rufino. *Diversidade de gênero e raça no audiovisual*. ANCINE. [https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/MARCAchoeira\\_LUANARUFINO.pdf](https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/apresentacoes/MARCAchoeira_LUANARUFINO.pdf)



### UM ESTRONDO

Em 2017, o movimento #MeToo surgiu como uma maré entre trabalhadoras e atrizes de Hollywood que denunciaram publicamente experiências de abuso e violência de gênero de homens com poder na indústria audiovisual. Se algo diferenciou esse grupo foi a possibilidade de amplificar suas vozes graças às suas ferramentas de trabalho: o megafone, a tela e o discurso que viraliza nas redes sociais e se espalha pelo mundo.

"Quando o #MeToo estourou no México, isso me causou uma grande inquietação. Fiquei preocupada por não ter as informações ou a clareza de como realizar um processo como este quando nos deparamos com um caso de assédio e violência, em um mundo onde não há possibilidade de se fazer de desentendido", diz Paula Amor, diretora da produtora La Corriente del Golfo, no México.

Amor, que faz parte do coletivo #YaEsHora com outras trabalhadoras do cinema e da televisão, entendeu a urgência de estabelecer diretrizes claras sobre a prevenção e o atendimento à violência de gênero no setor audiovisual e, em particular, na empresa que dirige. Conta que, depois de uma longa busca, uniu-se a Andrea Foncerrada, presidente do The Boston Center, organização que, além de funcionar como um centro de pesquisas, projeta e implementa protocolos para prevenir e enfrentar diferentes tipos de violência no trabalho e na educação.

A advogada Alejandra Vázquez, diretora de protocolos do The Boston Center, foi responsável por projetar uma ferramenta flexível que se ajustasse às necessidades e dinâmicas das primeiras oito produtoras mexicanas que, após um diálogo, decidiram implementar um protocolo contra o assédio: La Corriente del Golfo, Pimienta Filmes, Bengala, Panorama Global, Piano, Filmadora, No Ficción e Cinépolis Producción. O protocolo aborda violência sexual e de gênero, assim como todo tipo de discriminação e outras microviolências. Durante alguns meses, Vázquez realizou entrevistas e reuniões de trabalho com as produtoras para entender o funcionamento específico de cada uma: ao conhecer os fluxos de trabalho, fica mais

fácil identificar possíveis relações de poder e estabelecer comitês externos e internos de avaliação. Outros desafios que Vázquez enfrentou foram, em determinado caso, elaborar diretrizes de tratamento para menores de idade e, em geral, compreender a diferença entre funcionários efetivos e temporários, o que necessariamente modificaria os mecanismos de reconciliação. O documento visa a ser claro para quem, por contrato, deve aderir a ele, e um dos elementos essenciais inclui as definições das formas de violência: o assédio ocorre entre pessoas com responsabilidades iguais, e a intimidação é exercida de modo vertical, por exemplo.<sup>262</sup>

O resultado é, para Alejandra Vázquez, "um documento vivo que, mais que sancionar, busca proteger todas as pessoas". Embora sua base possa ser objeto de revisão contínua e adaptar-se de acordo com o código de ética das produtoras que decidirem adotá-lo, seu alcance e escopo de aplicação são claros, podendo ajustar-se aos marcos jurídicos de cada país ou região.

"É uma reivindicação histórica que ouvimos, pois acreditamos na cultura da denúncia. Não se trata de ter o documento e guardá-lo na gaveta – muitas empresas têm mecanismos de denúncia, mas não têm medidas preventivas, não fazem treinamentos e não têm medidas de restauração. Também não garantem o direito de resposta, que é igualmente importante", afirma Andrea Foncerrada.

"Fomos os primeiros a ter um protocolo operacional, e agora temos um manual de sustentabilidade para ser mais amigáveis nas nossas produções e mudar as regras com coisas muito simples", diz Paula Amor. Para a série que La Corriente del Golfo planeja estrejar na Netflix em 2021, Todo va a estar bien, a sala dos roteiristas fez um workshop sobre masculinidades dissidentes junto com um dos personagens.

"Só nos últimos dois, três anos começou a ser feita uma linha narrativa com perspectiva de gênero, em que as mulheres têm agência e autonomia, e não são sujeitas aos homens ou têm suas histórias em torno deles", diz Nina Wara, que apoia as crescentes associações de trabalhadores audiovisuais que se constituem como espaços não só de menor competitividade, mas também de cuidado e empatia. "O trabalho do machismo e do patriarcado é muito mais profundo do que podemos entender, e é um processo de nos descolonizar e de abandonar velhas crenças", conclui.



262 Andrea Foncerrada y Alejandra Vázquez, comunicação pessoal (11 de janeiro de 2021).

Laura Woldenberg, produtora executiva da Vice México na época desta entrevista, estreou em 2020 *As três mortes de Marisela* na Netflix, um documentário sobre a história da ativista mexicana Marisela Escobedo. Em sua primeira semana de transmissão, o documentário se manteve entre os três mais assistidos da Netflix, o que mostra o interesse e a urgência de discutir esses temas por meio do cinema documental sobre as mulheres. "Ele foi lançado em um momento muito relevante, no qual há uma conversa sobre violência de gênero e feminismo", diz Laura.

Há alguns anos, o documentário *Miss Representation* (2011) colocou em discussão algumas questões, entre elas a sub-representação das mulheres nas histórias contadas no audiovisual: naquela época, a porcentagem de mulheres com papéis principais em filmes e séries era de 16%. De acordo com um estudo da *Women & Hollywood*, esse número subiu para 40% em 2019, porém é um fato que, nos bastidores, a proporção em altos cargos ainda é baixa (34%).<sup>263</sup> Curiosamente, são mulheres que representam grande parte do público – em janeiro de 2020, uma pesquisa realizada nos Estados Unidos mostrou que as mulheres assistem à televisão todos os dias mais do que os homens<sup>264</sup>. E isso implica ver sua representação nas histórias a que assistem. Isso nos obriga a fazer várias perguntas sobre as narrativas que ocupam lugares centrais nas nossas sociedades, quem decide o que é contado e o que se faz para preencher uma lacuna que não é apenas de sub-representação, mas diretamente de aniquilação simbólica.

Nem é preciso acrescentar – as mulheres da força de trabalho e cuidadoras foram as mais afetadas pela pandemia de COVID-19, além de também enfrentar há décadas uma epidemia de violência patriarcal. Em 2021, o Banco Interamericano de Desenvolvimento identificou essa situação particular das trabalhadoras na região, e no mesmo ano alocou 40% de seu apoio pela crise pandêmica para mulheres e meninas, com destaque para donas de pequenos negócios.<sup>265</sup> O setor audiovisual tem nessa área uma dívida e um potencial enormes.

Em 8 de março de 2021, Dia Internacional da Mulher, a Netflix anunciou um fundo dedicado a fomentar a igualdade criativa na indústria de entretenimento global, com US\$ 20 milhões planejados anualmente durante os próximos cinco anos e uma ênfase especial em talentos da África.<sup>266</sup> Esse tipo de iniciativa, sem dúvida, se tornará comum entre as empresas de streaming, que para cativar seu público terão de fazer mais do que contar histórias de outro ponto de vista – é preciso mudar a estrutura e permitir que a tomada de decisões seja um processo mais diversificado e inclusivo. No momento atual, esse processo é irreversível.

263 *Women & Hollywood*, "Statistics", *Center for the Study of Women in Television and Film* (2019). <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/2019-statistics/>

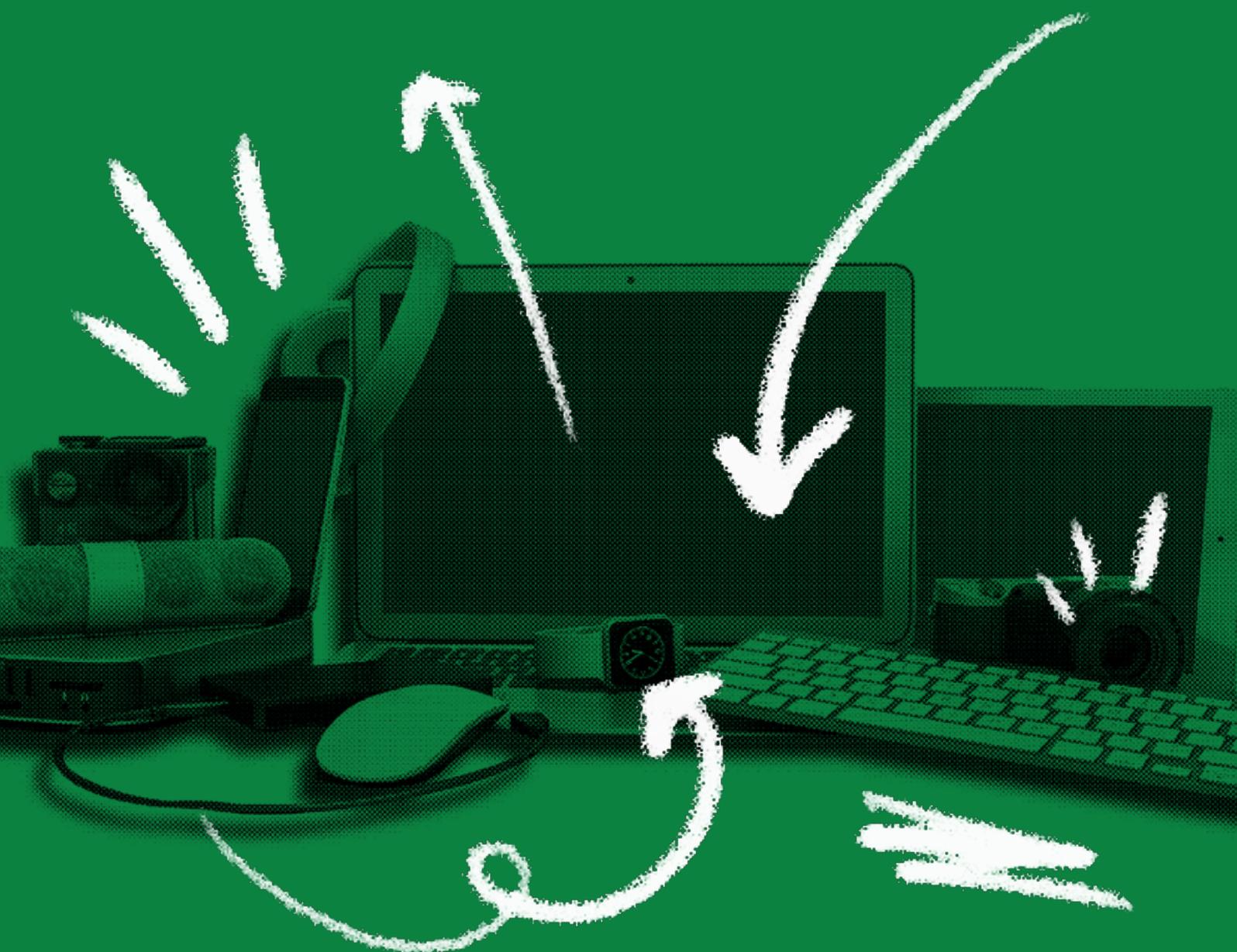
264 Statista, "Frequency of watching or streaming TV shows among adults in the United States as of January 2020, by gender" (fevereiro 2020). <https://www.statista.com/statistics/936166/tv-shows-watching-streaming-frequency-by-gender-us/#:~:text=A%20survey%20conducted%20among%20U.S>

265 Mauricio Claver-Carone, "IDB's Commitment to Women Empowerment", *IADB.ORG* (11 de março 2021). <https://blogs.iadb.org/igualdad/en/idb-commitment-women-empowerment/>

266 Emelike Obinna, "Netflix to uplift women in entertainment with \$5m from Creative Equity Fund", 18 de março de 2021. <https://businessday.ng/arts-and-life/article/netflix-to-uplift-women-in-entertainment-with-5m-from-creative-equity-fund/>



BOAS PRÁTICAS E  
ESPAÇOS DE FORMAÇÃO:  
**DIVERSIDADE,  
INCLUSÃO E  
CAPACITAÇÃO**



## CINE AL SENA (COLÔMBIA)

A estratégia Cine al SENA, que está em seu quinto ano, é uma cooperação do Serviço Nacional de Aprendizagem (SENA), instituição responsável pela educação pública na Colômbia, com produtoras, festivais e feiras. Em última análise, a estratégia busca potencializar a indústria audiovisual e aproximar as oportunidades de trabalho dos aprendizes formados em cursos técnicos e tecnológicos.

O SENA tem uma oferta educacional muito ampla relacionada a conteúdos audiovisuais, segundo Elkin Manco<sup>267</sup>, líder nacional do Cine al SENA, com programas de formação em cinema, televisão, produção multimídia, animação e novos formatos como realidade virtual. Até o momento, foram firmados convênios com o Festival Internacional de Cinema de Cartagena, Bogoshorts Film Festival, Bogotá Audiovisual Market, Indiebo, Mambe Festival, Bolívia Lab, Prêmios Macondo e com a escola de formação técnica em cinema Congo Films,<sup>268</sup> cuja infraestrutura técnica fornece aos alunos uma experiência real de trabalho em produção. Até 2019, mais de dois mil jovens de várias regiões do país foram beneficiados por esses programas, incluindo salas de aula móveis no meio rural. Em 2018, o curta-metragem Chocatos, de quatro aprendizes do Centro Agroturístico Sena San Gil, em Santander, ganhou na categoria de melhor curta-metragem no Festival Internacional de Cinema e Televisão de Benevento, Itália.<sup>269</sup>

Nesse processo de formação com a Congo Films e em um contexto de pandemia, a virtualização democratizou ainda mais os conteúdos, afirma Elkin Manco, com a possibilidade de mais de 1.500 jovens colombianos participarem de oficinas virtuais.



## BOOST THE BASE (BRASIL)

Boost the Base é um programa que funciona como uma aliança entre a Netflix Brasil, alguns institutos audiovisuais, organizações sem fins lucrativos e produtoras independentes. O objetivo do programa é dar oportunidade e contratar jovens talentos do audiovisual que fazem parte de grupos sub-representados na nossa sociedade (ex: LGBTQI+, comunidades negras, vulnerabilidade social), para trabalhar em projetos produzidos pela Netflix, ocupando funções que contribuam para o desenvolvimento de sua carreira. Segundo Claudia Augustinis, da equipe de produção da Netflix Brasil, o programa funciona "como uma pirâmide",<sup>270</sup> que busca incluir mais pessoas na base, a fim de fortalecer e elevar as competências da equipe, eventualmente permitindo que mais pessoas acessem posições-chave. Essa é uma forma de reduzir a lacuna de oportunidades e tornar mais fácil para as pessoas de grupos sub-representados ingressarem no mercado de trabalho audiovisual através de uma grande produção.

A iniciativa foi implementada, por exemplo, na série popular de ficção científica 3%. Em 2018, Tiago Mello, produtor executivo da série e sócio da produtora Boutique Filmes, uniu-se ao Instituto Criar para uma primeira seleção, e acabou contratando todos os candidatos.<sup>271</sup>

Na terceira e na quarta temporadas de 3%, quase 30 jovens formados pelo Instituto Criar tiveram a primeira oportunidade de trabalho em áreas como arte, produção, maquiagem e figurino. Um caso especial é o de Jacqueline Viana, jovem maquiadora, cuja habilidade de trabalhar com as características do cabelo afro lhe permitiu se conectar com as atrizes negras da série. Ela não apenas foi contratada na temporada seguinte, mas sua contribuição para o visual e resultado da série foi fundamental.

Para Augustinis, na troca com os produtores é sempre muito importante ressaltar que a busca de uma equipe diversa e o trabalho de inclusão têm dois objetivos principais: dar oportunidade e encontrar novos talentos para a indústria audiovisual e elevar o nível final do conteúdo que estamos produzindo. Os resultados serão sempre melhores quando houver vozes diversas por trás das câmeras, diz ela.

## INSTITUTO CRIAR (BRASIL)

O Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias, ou Instituto Criar, localizado em São Paulo, já formou mais de dois mil alunos desde sua fundação, em 2004, graças a contribuições governamentais e privadas. Seu programa de formação, que é bastante técnico e de curta duração, foi concebido especificamente para jovens em situação de vulnerabilidade social e econômica. O ensino é integral em audiovisual, passando por todos os departamentos, com especializações em direção de arte, fotografia, produção, pós-produção e áudio. Os alunos realizam todas as atividades (incluindo café da manhã e almoço) na sede de três mil metros quadrados, com dezesseis oficinas e dois estúdios, além de espaços para marcenaria, figurino e maquiagem, laboratório digital, iluminação central e equipamentos fotográficos, entre outros.<sup>272</sup> Graças a uma colaboração com a prefeitura de São Paulo, alunos entre 17 e 20 anos recebem uma bolsa durante o ano de estudos.<sup>273</sup>

267 Semana, "Sena Cine, la apuesta por la industria audiovisual" (27 de novembro de 2020). <https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/sena-cine-la-apuesta-por-la-industria-audiovisual/202047/>

268 Paola Pinzón, "Cine al Sena, apoyo al talento audiovisual de los aprendices", *Revista Digital Sena* (17 de setembro de 2020). <https://revistadigital.sena.edu.co/2020/09/17/cine-al-sena/>

269 Víctor Ardila, "Sena obtuvo premio al mejor cortometraje internacional", *Vanguardia* (14 de julho de 2018). <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/sena-obtuvo-premio-al-mejor-cortometraje-internacional-GEVL438835>

270 Claudia Augustinis, comunicação pessoal (21 de fevereiro de 2021).

271 About Netflix, "'3%' leaves a lasting legacy of inclusion behind the scenes" (15 de setembro de 2020). <https://about.netflix.com/en/news/3-percent-inclusion-behind-the-scenes>

272 Ver [institucriar.org](http://institucriar.org)

273 Secretaria Especial de Comunicação, "Prefeitura renova parceria com Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias" (7 de junho de 2019). <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/prefeitura-renova-parceria-com-instituto-criar-de-tv-cinema-e-novas-midias>

## FONDO MIRADAS (MÉXICO)

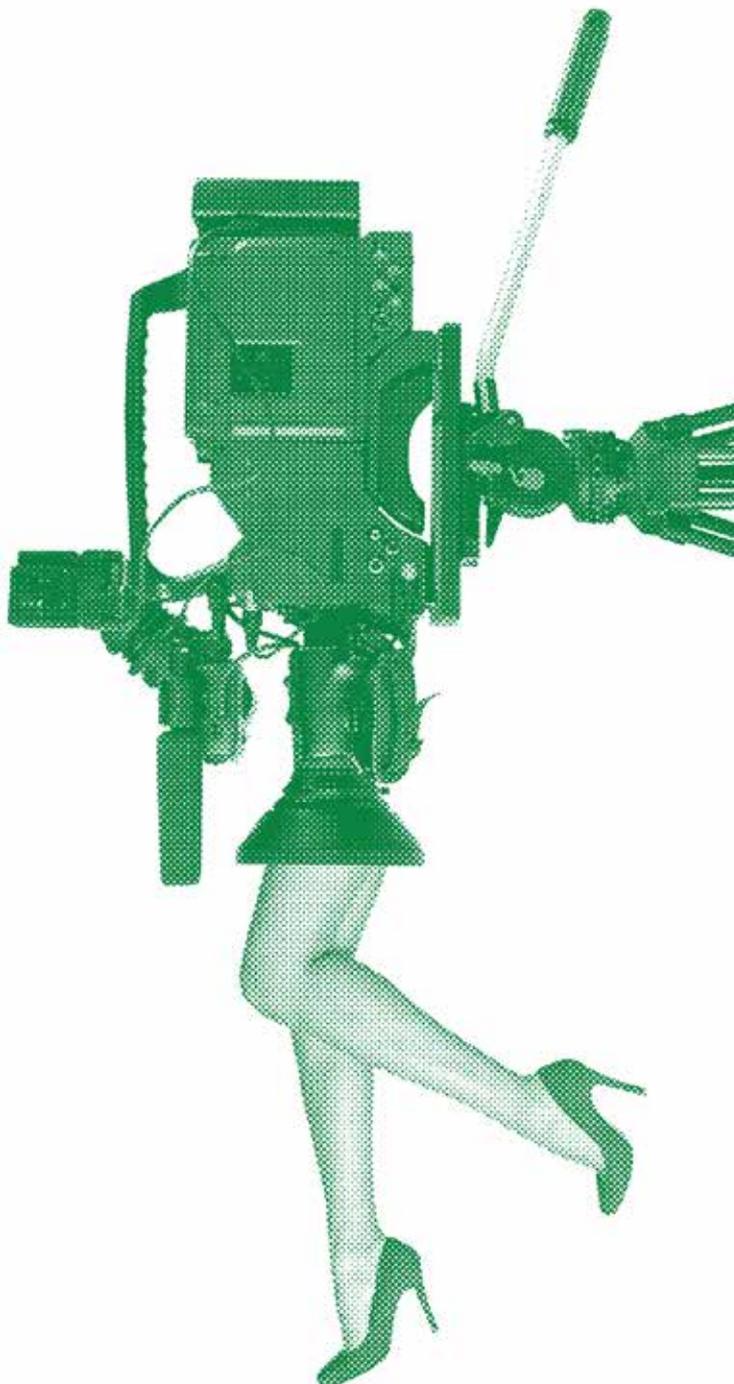
O Ambulante, fundado em 2005 por Gael García Bernal, Diego Luna e Elena Fortes, tornou-se conhecido como um festival itinerante de documentários e organização sem fins lucrativos. Nessa primeira aliança com a Netflix, serão destinados 15 milhões de pesos<sup>274</sup> para promover a produção de criadores audiovisuais de 30 grupos originários e afrodescendentes, além de apoiar mais de oitenta produções de cineastas afetados pela COVID-19, beneficiando mais de quinhentas pessoas. Os projetos foram selecionados por um comitê de onze especialistas e atores-chave do cinema comunitário no México e na América Central, já que entre os critérios de elegibilidade estava o compromisso "com os processos de fortalecimento da comunidade". De acordo com o Ambulante, o fundo apoia cineastas novos, em meio de carreira e aqueles com vasta experiência em gêneros como documentário, ficção, animação ou cinema experimental, que já estão em fase de filmagem ou pós-produção.

## CIMA IMPULSA (ESPAÑA)

Na Espanha, a Netflix fez parceria com a Associação de Mulheres Cineastas e Meios Audiovisuais (CIMA) e o Instituto de Cinematografia e Artes Visuais (ICAA), do Ministério da Cultura e do Esporte, para lançar o programa de assessoria e treinamento CIMA Impulsa.<sup>275</sup> Trata-se de uma iniciativa que visa a acompanhar o desenvolvimento de projetos de cineastas, roteiristas e produtoras de cinema e televisão, que terão a oportunidade de apresentar esses projetos em mercados e fóruns de audiovisual. Em sua segunda edição, em 2021,<sup>276</sup> o número de projetos a serem selecionados aumentou para 20, incluindo animação, e a convocatória foi estendida para a América Latina. O apoio é concedido a seis longas-metragens de ficção, quatro longas-metragens documentais, cinco séries de ficção, duas séries documentais, dois longas-metragens de animação e uma série de animação.

## POTRERO DIGITAL (ARGENTINA)

Potrero Digital, um espaço de ensino dedicado aos trabalhos digitais, foi estabelecido na cooperativa La Juanita, em La Matanza, nos arredores de Buenos Aires. Os estudantes – meninos e meninas de contextos de vulnerabilidade social – podem se especializar em animação, videogames, redes sociais, aplicativos e marketing digital.<sup>277</sup> A iniciativa surgiu quando o diretor Juan José Campanella, após dirigir sua primeira animação, Um time show de bola (2013), percebeu que a maioria dos animadores era estrangeira; além disso, o grau de especialização exigido por essas profissões era uma alternativa para oferecer mais oportunidades de trabalho aos jovens.<sup>278</sup> Com a estrutura da produtora de Campanella, Mundo Loco, e o apoio do Fundo Nacional das Artes da Argentina, a escola foi inaugurada em 2018 e, além de seus cursos, oferece estúdios e outros mecanismos de inserção profissional.



274 [Imcine.gob, Fondo Miradas de Ambulante y Netflix, \(s.f.\) http://www.imcine.gob.mx/fondo-miradas-de-ambulante-y-netflix/](http://www.imcine.gob.mx/fondo-miradas-de-ambulante-y-netflix/)

275 Pau Venteo, "CIMA, ICAA y Netflix impulsan la carrera de las mujeres en el audiovisual con un programa de asesoramiento y formación", *Europa Press* (20 de maio de 2020). <https://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-cima-icaa-netflix-impulsan-carrera-mujeres-audiovisual-programa-asesoramiento-formacion-20200520132947.html>

276 Crónica, "Netflix + CIMA Impulsa apoyarán 20 proyectos audiovisuales creados por mujeres" (13 de abril de 2021). [https://www.cronica.com.mx/notas-netflix\\_cima\\_impulsa\\_apoyaran\\_20\\_proyectos\\_audiovisuales\\_creados\\_por\\_mujeres-1183336-2021](https://www.cronica.com.mx/notas-netflix_cima_impulsa_apoyaran_20_proyectos_audiovisuales_creados_por_mujeres-1183336-2021)

277 Ministerio de Cultura Argentina, "Inauguró el Potrero Digital, una escuela de oficios digitales destinada a jóvenes en situación de vulnerabilidad" (28 de setembro de 2018). [https://www.cultura.gob.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad\\_6567/](https://www.cultura.gob.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad_6567/)

278 Julián Zocchi, "Potrero digital: el sueño de Juan José Campanella que hace escuela", *Clarín* (6 de novembro de 2020). [https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela\\_0\\_Lf4p0VfXe.html](https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela_0_Lf4p0VfXe.html)



### BRASIL AFRODESCENDENTE: AS HISTÓRIAS NÃO CONTADAS

O CoLABoratório Criativo é um programa de treinamento prático que busca capacitar roteiristas e cineastas afro-brasileiros em ascensão e equipá-los com as ferramentas para desenvolver uma série que possam apresentar à Netflix Brasil (ou, eventualmente, a qualquer empresa de streaming). Para isso, contam com instrutores afrodescendentes reconhecidos na indústria do entretenimento no Brasil e nos Estados Unidos, alguns com experiência em séries e filmes que se destacaram em Hollywood.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE),<sup>279</sup> acredita-se que mais de 115 milhões dos habitantes do Brasil se identificam como negros e pardos, representando mais da metade da população brasileira, demonstrando uma oportunidade e ao mesmo tempo uma urgência para criar narrativas que se conectem com as histórias e aspirações dessa comunidade.

Em sua primeira edição, em 2020, a seleção dos participantes se baseou em um mapeamento dos roteiristas e cineastas afrodescendentes, que foi alcançado com a curadoria de associações e profissionais, além de uma série de entrevistas. As pessoas selecionadas, de diversas origens e trajetórias, participaram de um programa de cinco meses, que consistia em aulas teóricas e práticas via Zoom por seis horas diárias durante duas semanas. Os instrutores, provenientes de uma variedade de disciplinas, ensinaram módulos sobre desenvolvimento de personagens, estrutura episódica, aspectos práticos de como operar uma sala de roteiristas ou como criar um pitch perfeito, por exemplo.

A iniciativa foi uma colaboração entre a AFAR Ventures, uma agência de consultoria de mídia especializada em diversidade com escritórios em Nova York e Salvador – BA e a WIP, uma aceleradora de propriedade intelectual de entretenimento localizada em São Paulo, com financiamento da Netflix. Sua implementação, embora intensiva, foi bem avaliada<sup>280</sup> pelos participantes, pois lhes possibilitou aprender questões estruturais com roteiristas e cineastas experientes, além de entender como funcionam os processos de pitching e o que as salas de roteiristas das empresas de streaming estão procurando e como funcionam.

279 Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua trimestral (2021). <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403>

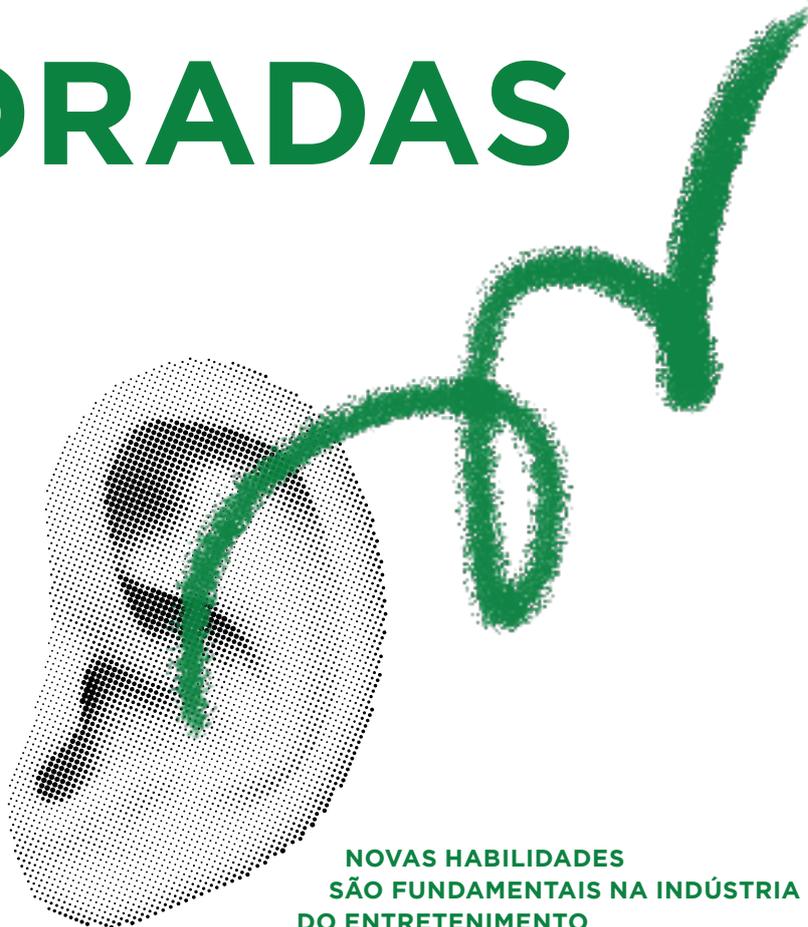
280 Afar ventures. *CoLABoratório Criativo, Empowering Afro-Brazilian Storytellers. Final report* (outubro de 2020).

# APRENDIZADOS E ROTAS A SEREM EXPLORADAS

Esta publicação pode ser um guia de referência para os tomadores de decisão da América Latina e do Caribe, pois faz um balanço da indústria audiovisual e de seu potencial como fator de desenvolvimento. Acreditamos que é um primeiro passo para visualizar os desafios e oportunidades do setor, identificar as competências exigidas na área e apontar políticas de formação de capital humano. As vezes convocadas aportam considerações que dinamizam os debates regulatórios do setor e são capazes de inspirar políticas públicas em prol do audiovisual latino-americano. Estas são algumas das nossas aprendizagens:

## VONTADE DE PROMOVER POLÍTICAS PÚBLICAS DE ACORDO COM A NOSSA REALIDADE

O recente boom de serviços de streaming de vídeo consolidou a América Latina e o Caribe como um mercado que busca consumir conteúdo local de alta qualidade, com impacto nos modos de produção, circulação e consumo. A adaptação e reinvenção das políticas públicas são necessárias para uma indústria 4.0. Seus governos têm a oportunidade de aproveitar o crescimento sustentado de uma das indústrias mais dinâmicas do mundo, priorizando programas que promovem a formação de capital humano e o desenvolvimento de capacidades. Atrair investimentos do setor privado é essencial para a construção de uma indústria que exige posições técnicas mais bem capacitadas e com conhecimentos cada vez mais sofisticados com base na demanda e nos padrões da indústria. As políticas públicas da região devem, além de atrair investimentos, fomentar a produção e a circulação de conteúdos produzidos localmente e adotar uma abordagem que fortaleça toda a cadeia de valor do audiovisual.



## NOVAS HABILIDADES SÃO FUNDAMENTAIS NA INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO

A era digital transformou a indústria audiovisual e exige um novo conjunto de habilidades para navegar no presente e se preparar para o futuro. A crescente automação do trabalho transformará o mercado de trabalho, exigindo uma série de habilidades do século XXI, que não excluem as capacidades digitais, mas são baseadas na criatividade, metacognição ou capacidade de aprender a aprender, resiliência, soft skills e adaptabilidade. Dadas as grandes possibilidades de automação de grande parte dos postos de trabalho na América Latina, o compromisso com o desenvolvimento de setores onde prevaleçam novas habilidades e criatividade é fundamental. Será estratégico investir em competências não perecíveis, capazes de ser transferidas de uma ocupação para outra.

Os setores audiovisual e de entretenimento são uma importante fonte de emprego para os jovens, o que, por sua vez, exige que as escolas e os espaços de formação (por exemplo, centros de ensino superior e técnico) sejam atualizados para capacitar com maior agilidade e aderência às demandas do setor e às novas gerações. A quarta revolução industrial já está abrindo novos espaços de participação econômica; aproveitá-los será fundamental para modernizar nossas dinâmicas econômicas.

## ESCUITA ATIVA E INTERCÂMBIO PERMANENTE

Promover o diálogo entre os diversos players do setor, capazes de ultrapassar as fronteiras nacionais, será fundamental para enfrentar os grandes desafios da indústria. Todas as pessoas consultadas para esta publicação concordam que isso evolui rapidamente e destacam a importância de promover um maior intercâmbio de boas práticas em nível regional que tragam realismo para desenvolvimentos regulatórios futuros.

## A COLABORAÇÃO ENTRE PAÍSES E CIDADES COM INDÚSTRIAS ESTABELECIDAS E NOVOS CENTROS EMERGENTES

O relatório destacou ecossistemas audiovisuais e países agrupados por diferentes graus de maturidade na indústria. O aumento da cooperação entre centros audiovisuais mais consolidados com outros que estão apenas começando poderia estimular o desenvolvimento da indústria na região. Explorar a criação de um espaço audiovisual latino-americano para estimular a capacitação e o intercâmbio profissional ajudará a consolidar novos hubs de produção e inspirar inovação nos espaços já estabelecidos. Para isso, é fundamental focar o aprendizado nas reais necessidades da indústria e nos empregos mais demandados em um setor que já enfrenta lacunas.

## INVESTIMENTO NO DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS E TECNOLOGIA

A ausência de cursos e opções de treinamento adequado na oferta das instituições de ensino é o principal desafio da força de trabalho da produção audiovisual na América Latina e no Caribe. Nessa região, é preciso continuar estudando e aprendendo sobre o setor audiovisual para identificar lacunas de formação, que podem variar em cada país. Realizar mais pesquisas e estudos pode ser um primeiro passo valioso para compreender melhor as deficiências do setor no nível nacional, estadual ou inclusive municipal. A tecnologia produz uma intervenção especial na produção de conteúdos audiovisuais, tanto na sua fase de produção e pós-produção como na fase de distribuição e exibição, gerando vantagens no registro e tratamento das imagens e abrindo novos horizontes para a distribuição de conteúdo audiovisual por meio de novos dispositivos e serviços.

## DIVERSIDADE - A CHAVE PARA O DESENVOLVIMENTO DO TALENTO

A diversidade do talento será fundamental para que a América Latina e o Caribe se consolidem como potência audiovisual. É necessário incluir grupos historicamente excluídos nos espaços de criação, a fim de criar novas narrativas e quebrar velhos estereótipos. Mulheres, povos originários, a comunidade afrodescendente, pessoas com deficiência e pessoas de contextos socialmente vulneráveis são um capital humano inestimável para virar a maré e contar histórias que importam e impactam o mundo.



# AGRADECIMENTOS



Esperamos que este documento promova um diálogo construtivo entre os diferentes agentes do ecossistema audiovisual e do entretenimento da América Latina e do Caribe. A equipe por trás deste livro agradece a todos os profissionais da indústria, criadores, pesquisadores, executivos e funcionários do governo que concordaram em discutir e compartilhar suas experiências com nossa equipe em diferentes momentos, incluindo:



**Carolina Alckmin**

Produtora executiva e diretora de negócios, Glaz Entretenimento

**Arancha Álvarez Montoya**

Técnico de direção geral de cultura, OEI

**Cris D'Amato**

Diretora de cinema

**Paula Amor**

Diretora geral, La Corriente del Golfo

**Diego Andrasnik**

Produtor geral, Polka

**María Marta Antin**

Secretária de extensão, Fundação Universidad del Cine

**Carlos Argüello**

Artista digital e fundador do Studio C\*

**Natalia Armijos**

Diretora geral de cultura, OEI

**Bruno Ascenzo**

Ator e diretor

**Nicolás Aznárez**

Sócio-fundador, PMO

**Roberto Blatt**

Presidente, Instituto Nacional de Cinema e Audiovisual do Uruguai

**Felipe Buitrago**

Ex-ministro da cultura da Colômbia

**Isidora Cabezón Papic**

Coordenadora de economia criativa, Corfo

**Marcelo Cabrol**

Gerente do setor social, BID

**Guilherme Canela**

Chefe da área de liberdade de expressão e segurança de jornalistas, UNESCO

**Lucrecia Cardoso**

Secretária de desenvolvimento cultural da Argentina

**Georgina Cebey**

Historiadora da arte, UNAM

**Mariana Coló**

Chefe da área de cultura, cooperação e inovação, escritório da OEI na Argentina

**Carlos Congote**

Diretor executivo e fundador, Congo Films

**Alejandro Damiani**

Cineasta e diretor da casa de pós-produção Aparato

**Joshua Dedman**

Consultor, Olsberg SPI

**Sergio Díaz-Granados**

Presidente executivo CAF – Banco de Desenvolvimento da América Latina

**Linda Díaz Pernia**

Chefe de desenvolvimento, El Calefón

**Alejandro Diego**

**von Dorrer**  
Presidente e cofundador, Ollin VFX

**Tatiana Emden**

*Managing Partner*, Screen Capital

**Viviane Ferreira**

Diretora, roteirista e produtora

**Caroline Fioratti**

Diretora e roteirista

**Evandro Fióti**

Produtor e fundador do Laboratório Fantasma

**Andrea Focerrada**

Presidenta do The Boston Center for Latin America

**Marco Forte**

Gestor de fundos VCS Capital

**José Daniel Flores**

Diretor executivo do Instituto para a Promoção da Criatividade e Inovação do Equador

**Beto Gauss**

Sócio e produtor executivo, Prodigio Films

**Pablo González**

Diretor e roteirista

**Caio Gullane**

Fundador, Gullane Entretenimento

**Mariane Hartard**

Produtora executiva, Fabula

**John Hernández**

Diretor, Zinco Tools

**Epigmenio Ibarra**

Produtor e fundador da Argos Comunicación

**Daniel Krauze**

Romancista e roteirista

**Angélica Lares**

Diretora do Taller del Chucho, Estudio de Animación

**Mónica Lozano**

Presidente da Academia Mexicana de Artes e Ciências Cinematográficas

**Nneka Luke**

*Associate*, Olsberg SPI

**Ana María**

**Magaña Rodríguez**

Diretora geral, MPA México

**Albert Martínez**

COO, Lantica Media / Pinewood Dominican Republic Studios

**Liz Medrano**

Diretora de arte

**Augusto Mendoza**

Roterista

**Jaime Miller**

Director ejecutivo de Uruguay XXI

**Axel Muñoz Barba**

Engenheiro de som e diretor

**Gerardo Muñoz de Cote**

Equipe de propriedade intelectual, Netflix

**Jonathan Olsberg**

Diretor executivo, Olsberg SPI

**Marcelo Ortega**

Presidente do FILMANDES Cluster Audiovisual e vice-presidente do Corredor Audiovisual Argentino

**Pituka Ortega**

Cineasta e diretora da Fundação do International Film Festival do Panamá

**Andreas Papacostas**

Diretor de conteúdo, Lllamarada Animación

**Andressa Pappas**

Diretora de relações governamentais, MPA Brasil

**Marcelo Pereira**

Diretor executivo, Combo Studio

**Patricio Pereira**

Produtor executivo, María Wood Producciones

**Paula Karol Pinha**

Equipe de políticas públicas, Netflix

**Gustavo Pupo**

Presidente do conselho de administração, Television Association of Programmers Latin America

**Diego Ramírez**

Presidente da ASOCINDE, Associação Colombiana de Produtores Independentes de Cinema e Audiovisual

**Mila Ramírez**

Diretora de produção, Lantica Media

**Francisco Ramos**

Vice-presidente de conteúdo para a América Latina, Netflix

**Ignacio Rey**

Vice-presidente, Federação Ibero-americana de Produtores Cinematográficos e Audiovisuais

**Tomás Roca Gumucio**

Diretor executivo, Garagevfx

**Omaira Rodríguez**

Especialista em indústrias criativas na Uruguay XXI e representante da Uruguay Film Commission

**María Elena Romero**

Coordenadora de cooperação e inovação, Escritório da OEI na Argentina

**Lilly Roth**

Relações institucionais, Fundação Advanced Leadership

**Alonso Ruvalcaba**

Escritor e produtor

**Luis Patricio Salmón**

Diretor e cofundador, Mighty Animation

**Carla Sánchez Armas**

Diretora, MPA América Latina

**Natalia Santa**

Roteirista e diretora

**Alixandre Schijman**

Partner, Latin America Practice Leader, Sphere Consulting

**Liliana Serrano Pajaro,**

Consultora en la Iniciativa Habilidades del Siglo XXI, BID

**Aïda del Solar**

Diretora, roteirista, diretora de arte e tutora de projetos, Gobelins Internacional, Cnam-Enjmin

**Adrián Solar**

Presidente, Federação Ibero-americana de Produtores Cinematográficos e Audiovisuais

**Steve Solot**

Associate, Olsberg SPI

**Sarah Stern**

Equipe de comunicações, Netflix

**Andrea Talamoni**

Especialista em cooperação e inovação, Escritório da OEI na Argentina

**Kyzza Terrazas**

Diretor de produção criativa e desenvolvimento La Corriente del Golfo

**Claudia Triana**

Diretora, Proimágenes Colombia

**Pierre Emile Vandoorne**

Equipe de políticas públicas, Netflix

**Alejandra Vázquez**

Diretora de Protocolos de The Boston Center for Latin America

**Sergio Vinay**

Equipe de políticas públicas, Netflix

**Nina Wara**

Diretora e produtora

**Laura Woldenberg**

Produtora executiva, Mezcla

**María Elena Wood**

Diretora executiva, María Wood Producciones

**Trinidad Zaldivar**

Jefa de la Unidad de Creatividad y Cultura, BID

**Joyce Zylberberg**

Cofundadora e sócia-gerente da Screen Capital

**A ELES E A TODOS****QUE CONTRIBUÍRAM, BEM COMO AOS 417 PARTICIPANTES DA NOSSA PESQUISA, MUITO OBRIGADO!**

\* A equipe por trás deste livro gostaria de recordar de maneira especial Carlos Argüello, uma voz fundamental no setor de efeitos visuais na América Latina, que criou laços importantes entre Hollywood e a América Central. Carlos faleceu inesperadamente em 23 de junho de 2021. Sua generosidade humana e vontade de construir um futuro melhor para os jovens da América Central por meio da educação e da tecnologia serão lembradas em todo o continente.

# REFERÊNCIAS

- Amaral, Nicole; Eng, Nick; Ospino, Carlos; Pagés, Carmen; Rucci, Graciana e Williams, Nate. ¿Hasta dónde pueden llevarte tus habilidades? Cómo utilizar los datos masivos para entender los cambios en el mercado laboral. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo (IDB) División de Mercados de Trabajo. 2018. <https://publications.iadb.org/es/hasta-donde-pueden-llevarte-tus-habilidades-como-utilizar-los-datos-masivos-para-entender-los>
- ABarahona. "Celebran Festival Ícaro edición 2020 de manera virtual". El pulso. 10 de setembro de 2020. <https://elpulso.hn/2020/09/10/celebran-festival-icaro-edicion-2020-de-manera-virtual/>
- Sobre Netflix. "'3%' leaves a lasting legacy of inclusion behind the scenes". 15 de setembro de 2020. <https://about.netflix.com/en/news/3-percent-inclusion-behind-the-scenes>
- Sobre Netflix. "Netflix Expands its Latin America Investments, Announcing New Original Series, Diablero, Filmed Entirely in Mexico". 2 de agosto de 2017. <https://about.netflix.com/en/news/netflix-expands-its-latin-america-investments-announcing-new-original-series-diablero-filmed-entirely-in-mexico>
- ADECINE. "Fondo de Fomento al Cine y Arte Audiovisual Boliviano 2020. Categoría Cine Indígena, Originario, Campesino, Afroboliviano Y Comunitario". <https://www.adecine.com/docs/FF/9%20CIOCAC.pdf>
- Afar ventures. CoLABoratório Criativo, Empowering Afro-Brazilian Storytellers. Final report. Outubro de 2020.
- Agência Nacional do Cinema. *Ley de TV Paga*. <https://antigo.ancine.gov.br/es/regulacion/ley-de-tv-paga>
- Agencia Informativa Paraguaya. "Sector creativo del Paraguay impacta 2.5% en el PIB y genera 50.000 empleos anuales". 31 de agosto de 2019. <https://www.ip.gov.py/ip/sector-creativo-del-paraguay-impacta-2-5-en-el-pib-y-genera-50-000-empleos-anuales/>
- Albuquerque, Karol. "Amazon Prime Video announces original Brazilian series". *Olhardigital*. 2 de março de 2021. <https://olhardigital.com.br/en/2021/03/02/cinema-and-streaming/amazon-prime-video-announces-original-brazilian-series/>
- Amaya, Yolanda. "Exportaciones: la producción audiovisual se posiciona bien". *El tiempo*. 18 de março de 2019. <https://www.eltiempo.com/economia/exportaciones-la-produccion-audiovisual-se-posiciona-bien-338926>
- Amor de Paz, Vida. "Urge la Ley de Cine en Guatemala". *Prensa Libre*. 4 de janeiro de 2020. <https://www.prensalibre.com/opinion/columnasdiarias/urge-la-ley-de-cine-en-guatemala/>
- Anuario DEISICA 2019. Sindicato de la Industria Cinematográfica de Argentina. [https://sicacine.org.ar/docs/DEISICA\\_FINAL\\_FULL%20SCREEN.pdf](https://sicacine.org.ar/docs/DEISICA_FINAL_FULL%20SCREEN.pdf)
- Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2018. Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Gobierno de Brasil. [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario\\_2018.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario_2018.pdf)
- Anuario Estadístico do Cinema Colombiano 2017, Dirección de Cinematografía del Ministerio de Cultura. <https://www.economianaranja.gov.co/media/pfuozv4v/anuario-estadístico-cine-colombiano-2017.pdf>
- Anuario Estadístico do Cinema Mexicano 2019. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura. <http://www.imcine.gob.mx/cine-mexicano/anuario-estadístico/>
- Anuario Estadístico de Cine Mexicano 2015. IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), Secretaría de Cultura.
- Anuario INCAA 2018. Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuales. Ministerio da Cultura. Argentina. <http://www.incaa.gov.ar/anuarios>
- Apanco, Edgar. "El silencio de Cinemex y el futuro de las salas multiplex". *Cine Premiere*. 26 de fevereiro de 2021. <https://www.cinepremiere.com.mx/cinemex-cierre.html>
- Aprea, Gustavo, Kirchner, Mónica y Rivero, Ezequiel. "Argentina: cae la producción nacional, crece la extranjera y sin embargo la ficción pierde pantalla" en Orozco, Guillermo e Immacolata, Maria (coords.), *(Re) invención de géneros y formatos de la ficción televisiva: anuario Obitel*. Porto Alegre: Sulina. 2016.
- Ardila, Víctor. "Sena obtuvo premio al mejor cortometraje internacional". *Vanguardia*. 14 de julho de 2018. <https://www.vanguardia.com/santander/guanenta/sena-obtuvo-premio-al-mejor-cortometraje-internacional-GEVL438835>
- Argentina.gob.ar. *Ley de Economía del Conocimiento: se establecen las actividades promovidas*. 13 de janeiro de 2021. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/ley-de-economia-del-conocimiento-se-establecen-las-actividades-promovidas#:~:text=La%20ley%2C%20que%20fue%20sancionada,a%20servicios%20basados%20en%20el>
- Arias, Daniel. "¿Se extinguirán las salas de cine?" *Los Andes*. 11 de outubro de 2020. <https://www.losandes.com.ar/estilo/se-extinguiran-las-salas-de-cine/>
- Arias Ortiz, Elena; Bornacelly, Iván; Elacqua, Gregory. *Hablemos de política educativa en América Latina y el Caribe #6: Educación superior en América Latina: ¿Cómo las crisis económicas de las últimas décadas han afectado la matrícula?* Washington. Banco Interamericano de Desarrollo [IDB]. 2021. <https://publications.iadb.org/es/hablemos-de-politica-educativa-en-america-latina-y-el-caribe-6-educacion-superior-en-america-latina>
- Associação dos Produtores Audiovisuais de Córdoba (APAC). Índice de concentración regional de industrias culturales. *Sinca Sistema de Información Cultural de la Argentina*. <http://www.asociacionapac.org/observatorio-audiovisual-cordoba/>
- Associação dos Produtores Audiovisuais de Córdoba [APAC]. "Observatorio Audiovisual Córdoba", (s.f.) <http://www.asociacionapac.org/observatorio-audiovisual-cordoba/>
- Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID], Corporação Interamericana de Investimentos. *Vision 2025. Reinvertir en las Américas: una década de oportunidades*. 2021. <http://www.iadb.org/document.cfm?id=EZSHARE-328957462-89>
- Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID]. *La pandemia pone a prueba a la economía creativa. Ideas y recomendaciones de una red de expertos*. Nueva York: BID. 2020. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-pandemia-pone-a-prueba-a-la-economia-creativa-Ideas-y-recomendaciones-de-una-red-de-expertos.pdf>
- Banco Mundial. "PIB per cápita (US\$ a precios actuales)-Uruguay", (s.f.) <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=UY>
- BBC News. "TV watching and online streaming surge during lockdown". 5 de agosto, 2020. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-53637305>
- Beatrice. "Juaco vs Paco: serie animada colombiana que se estrenará en Cartoon Network". *Cafetoons*. 17 de julho de 2020. <https://cafetoons.net/juaco-paco-serie-animada-colombiana-cartoon-network/>
- Berrendo, Oscar, Serrano Juan Antonio y Encinas Enrique. *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*. Madrid: EGEDA. 2019. <https://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>
- Bertran, Agustín. "Netflix invertirá usd 200 millones en México el próximo año". *Nextv News Latin American*. 12 de setembro de 2019. <https://nextvlatam.com/netflix-invertira-usd-200-millones-en-mexico-el-proximo-ano/>
- Bertran, Agustín. "Netflix plans to invest about usd 87 million in brazilian productions in 2020". *Nextv News Internacional*. 30 de outubro de 2019. <https://nextvnews.com/netflix-plans-to-invest-about-usd-87-million-in-brazilian-productions-in-2020/>
- Boletín oficial de la República Argentina. "Instituto nacional de cine y artes audiovisuales - Resolución 166/2020". 27 de abril de 2020. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>

- Bomrad, Laura. "¡Gracias por ser parte de la fuerza creativa!". Novembro de 2020. <https://www.cird.org.py/econaranj/>
- Business Wire. *Latin American Animation, VFX & Video Games: Strategies, Trends & Opportunities*, Report 2021-25. 18 de janeiro de 2021. <https://www.businesswire.com/news/home/20210118005309/en/Latin-American-Animation-VFX-Video-Games-Market-Strategies-Trends-Opportunities-Report-2021-2025---ResearchAndMarkets.com>
- Busso, Matías; Cristia, Julian P.; Hincapie, Diana; Messina, Julián; Ripani, Laura. *Learning Better: Public Policy for Skills Development*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2017. <https://publications.iadb.org/en/learning-better-public-policy-skills-development>
- Cajar, Jorge. "Comunicado GECU, traslado de DICINE al Ministerio de Cultura". Grupo Experimental de Cine Universitario (GECU). 11 de julho de 2019. <https://www.gecupanama.com/single-post/2019/07/11/Comunicado-GECU-traslado-de-DICINE-al-Ministerio-de-Cultura>
- Cámara de Comercio de Bogotá. "Colombia exporta más de 80% de su producción cinematográfica a EE.UU." Março de 2019. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Industrias-Creativas-y-Contenidos/Noticias/2019/Marzo-2019/Colombia-exporta-mas-de-80-de-su-produccion-cinematografica-a-EE-UU>
- Carbonell, Mario. "La doble crisis de la industria cinematográfica en México (5/5)". *France 24*. 4 de setembro de 2020. Recuperado de <https://www.france24.com/es/20200904-m%C3%A9xico-crisis-industria-cine-pandemia>
- Carter, Eli. "Representing Blackness in Brazil's Changing Television Landscape: The Cases of Mister Brau and O Grande Gonzalez". *Latin American Research Review*, 53(2018), 344–357. <https://larlata.org/articles/10.25222/larr.330/>
- Centro Costarricense de Producción Cinematográfica. Ministerio de Cultura e da Juventude <https://www.centrodecine.go.cr/direccion/centro-costarricense-produccion-cinematografica>
- Centro Técnico Audio Visual. "A EMBRAFILME". Secretaria Nacional do Audiovisual. Outubro de 2008. <http://ctav.gov.br/2008/10/10/a-embrafilme/>
- Cine Colombia Distribución. *Resumen Industria Cinematográfica Colombia*. 2018. <https://www.proimagenescolombia.com/secciones/centrodoc/estudios.php>
- Cinema 23. El Salvador. "El cine en El Salvador". *Trayecto 23*. (s.f.). <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-en-el-salvador/>
- Cinema 23. Guatemala. "El cine hecho en Guatemala. Veinte años de Ícaro, Festival Internacional de Cine en Centroamérica". *Trayecto 23*. (s.f.). <https://cinema23.com/blog/trayecto23/el-cine-hecho-en-guatemala/>
- Claver-Carone, Mauricio. "IDB's Commitment to Women Empowerment". *IADB.ORG*. 11 de março de 2021 <https://blogs.iadb.org/igualdad/en/idb-commitment-women-empowerment/>
- Coloquio APAC 2020. *Panel: La Industria Audiovisual en números*. Intervención Julio Bertolotti. 11 de novembro de 2020. [Archivo de video]. Youtube. <https://youtu.be/HegmG8l-JFM>
- Coloquio APAC 2020. *Panel: Hacia un Modelo Multipolar en la Industria*. Intervención Joselo Schuap. 12 de novembro de 2020. [Archivo de video]. Youtube. <https://youtu.be/HegmG8l-JFM>
- Conferência das Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI). (s.f.). "Paraguay establece la Estructura orgánica de su Instituto Nacional del Audiovisual". <https://caaci-iberoamerica.org/paraguay-establece-la-estructura-organica-de-su-instituto-nacional-del-audiovisual/>
- Connecticut's State. "Tax Incentives." *Connecticut Department of Economic and Community Development*. <https://portal.ct.gov/DECD/Services/Film-TV-Digital-Media/Tax-Incentives>
- Cortés, María Lourdes. "Historia del cine hondureño". *Ibermedia Digital*. 2 de agosto de 2015. <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/historia-del-cine-hondureno/>
- Cortés, María Lourdes. "Historia del cine costarricense". *Ibermedia Digital*. 2 de agosto de 2015. <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/contexto-historico/historia-del-cine-costarricense/>
- Costa Rica Festival Internacional de Cine. <https://www.costaricacinefest.go.cr>
- Creative Film Finance Forum. *Mesa: Produção de conteúdo original*. 6 de abril de 2021. [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZVEi2LuELi8>
- CRONICA.COM.MX. "Netflix + CIMA Impulsa apoyarán 20 proyectos audiovisuales creados por mujeres". 13 de abril de 2021. [https://www.cronica.com.mx/notas-netflix\\_cima\\_impulsa\\_apoyaran\\_20\\_proyectos\\_audiovisuales\\_creados\\_por\\_mujeres-1183336-2021](https://www.cronica.com.mx/notas-netflix_cima_impulsa_apoyaran_20_proyectos_audiovisuales_creados_por_mujeres-1183336-2021)
- Crovi, Delia. "La televisión por cable en México". *Revista TELOS. Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*. (s.f.). 1-13. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero069/la-television-por-cable-en-mexico/?output=pdf>
- Cruz Aguayo, Yyannu; De Marco, Celeste; Mateo Díaz, Mercedes; Paz Cuevas, Ricardo Enrique; Peirano Fernando; Sleiman Cecilia. *Transformación digital en salud y educación. El presente y futuro del trabajo social en América Latina* (Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID], INTAL, 2021).
- Cuadra, Stephany. "Historia del Cine en Nicaragua". ViaNica.com. Agosto de 2016. <https://vianica.com/sp/go/specials/34-historia-del-cine-en-nicaragua.html>
- Decreto 3-2019. [República de Honduras]. Ley de Cinematografía de Honduras. 6 de dezembro de 2019. <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Decreto-3-2019.pdf>
- Deming, David J. "The growing importance of social skills in the labor market", *The Quarterly Journal of Economics*. 2017. [https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming\\_socialskills\\_qje.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/ddeming/files/deming_socialskills_qje.pdf)
- Diretoria de Audiovisual, Fonografia e Novas Mídias (DAFO). "Ministerio de Cultura declara ganadores a 179 proyectos cinematográficos y audiovisuales en Estímulos Económicos 2020". 17 de octubre de 2021. <https://www.gob.pe/institucion/cultura/noticias/307687-ministerio-de-cultura-declara-ganadores-a-179-proyectos-cinematograficos-y-audiovisuales-en-estimulos-economicos-2020>
- Digital TV Research. *Latin America OTT TV & Video Forecasts*. Março de 2021. [https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC\\_sample\\_313.pdf](https://www.digitaltvresearch.com/ugc/Latin%20America%20OTT%20TV%20and%20Video%20Forecasts%202021%20TOC_sample_313.pdf)
- Diretoria de Audiovisual, Fonografia e Novas [DAFO]. "Ministerio de cultura declara ganadores a 179 proyectos cinematográficos y audiovisuales en Estímulos Económicos 2020". 17 de outubro de 2020. <https://dafo.cultura.pe/ministerio-de-cultura-declara-ganadores-a-179-proyectos-cinematograficos-y-audiovisuales-en-estimulos-economicos-2020/>
- Dirección General de Cine (DGCINE). *Guías de los incentivos de la Ley 108-10*. República Dominicana. <https://dgcine.gob.do/filmar-en-rd/guias-de-los-incentivos-de-la-ley-108-10/#23-25-wpfd-credito-fiscal-transferible-articulo-39>
- Disney+. "Disney+ presenta su sólida oferta de contenido original, íntegramente producido en Latinoamérica". 30 de novembro de 2020. <https://www.disneylpresspack.com/disney-plus/post/5453>
- EdTech Digest. "Growth of EdTech through 2025". 13 de noviembre de 2020. <https://www.edtechdigest.com/2020/11/13/growth-of-edtech-through-2025/>
- El CEO. "Netflix, ClaroVideo y Amazon Prime apuestan por series para lidiar con nuevos rivales". 27 de enero de 2021. <https://elceo.com/negocios/netflix-clarovideo-y-amazon-prime-apuestan-por-series-para-lidiar-con-nuevos-rivales/>
- El Horizonte. "Luis Gerardo Méndez a la cabeza de la nueva serie de Paramount Plus". 13 de abril de 2021. <https://d.elhorizonte.mx/escena/luis-gerardo-mendez-cabeza-nueva-serie-paramount-plus/3033584>
- El Nuevo Siglo. "Los colombianos que han sonado en los Oscar". 26 de janeiro de 2020. <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/01-2020-los-colombianos-que-han-sonado-en-los-oscar>
- El País. "La colombiana Isabel Vega opta al mejor corto documental en los Oscar". *Pantalla Colombia NO.756*. 22 de janeiro de 2008. [https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803\\_850215.html](https://elpais.com/internacional/2008/01/23/actualidad/1201042803_850215.html)
- El País. "Televisa y Univision se fusionan para competir contra las plataformas de 'streaming'". 14 de abril de 2021. <https://elpais.com/mexico/2021-04-14/televisa-y-univision-se-fusionan-para-competir-contra-las-plataformas-de-streaming.html>
- El País. "Alfonso Cuarón ficha por Apple TV para crear series". 11 de outubro de 2019. [https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964\\_497938.html](https://elpais.com/cultura/2019/10/11/television/1570791964_497938.html)
- Enchufe TV. 2 de setembro de 2020. *Mortal Glitch. Ep.1*, [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yHM2JuYjDN0>
- Escuela de Cine Casa Comal. <http://escueladecinecasacomal.com/>
- Flores, Helga e Ortega, Andrea. "El cine se lleva el Oscar al desarrollo". BID (s.f.) <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/el-cine-se-lleva-el-oscar-al-desarrollo>
- Field, Syeld. *El libro del guión, Fundamentos de la escritura de guiones. Una guía paso a paso, desde la primera idea hasta el guión acabado*. Madrid: Plot Ediciones. 2004.

- Filmandes.com. "Se realizó con éxito la Maratón para desarrolladores de Videojuegos", (s.f.) <https://filmandes.com/se-realizo-con-exito-la-maraton-para-desarrolladores-de-videojuegos/>
- Film Medellín. *Beneficiarios Incentivo FilMedellín 2020*. 30 de dezembro de 2020. <https://filmedellin.com/noticias/incentivo2020/>
- Flores, Helga e Ortega, Andrea. "El cine se lleva el Oscar al desarrollo". *Banco Interamericano de Desenvolvimento* (s.f.). <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/el-cine-se-lleva-el-oscar-al-desarrollo>
- Forbes, "HBO anuncia todo el contenido original que llegará este 2021". 15 de fevereiro de 2021. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/entretenimiento-hbo-estrenos-contenido-original-2021/>
- Frías, León Isaac. *Más allá de las lágrimas. Espacios habitables en el cine clásico de México y Argentina*. Lima: Universidad de Lima. 2018. Edición Scribd.
- FTI Consulting. "Is Latin America Ready to Binge". Agosto 24 de 2019. <https://www.fticonsulting.com/insights/fti-journal/is-latin-america-ready-to-binge>
- Fundación IFF Panamá. "Fundación IFF Panamá, BID LAB y Ministerio de Cultura anuncian segunda fase de actividad virtual Cinema Sanitas". 23 de abril de 2021. <https://iffpanama.org/es/fundacion-iff-panama-bid-lab-y-ministerio-de-cultura-anuncian-segunda-fase-de-actividad-virtual>
- Gasca, Leticia y Luzardo, Alejandra. *Emprender un futuro naranja. Quince preguntas para entender mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). 2018.
- German Federal Film Fund. [Dfff-ffa.de/en.html](http://dfff-ffa.de/en.html)
- Girven, Tim. "Hollywood's heterotopia: US cinema, the Mexican border and the making of Tijuana". *Travesía, Journal of Latin American Cultural Studies*. 3 (1994) 93-133.
- Gobierno de Chile. *Chile en acción: Guía para rodar*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y Film Commission Chile. 2018. <https://oibc.oei.es/uploads/attachments/393/chile-en-accion-guia-para-rodar.pdf>
- Granada, Emiliano. "Brazil's Globo Proclaims 'The Future is Female' with Women-Centric MipTV Slate as its Reformats Classics". *Yahoo News*. 14 de abril de 2021. <https://news.yahoo.com/brazil-globo-proclaims-future-female-171508003.html>
- Grater, Tom. "How Brazilian TV Giant Globo Is Planning To Compete With Netflix & Amazon In The Streaming War". *Deadline*. 19 de janeiro de 2021. <https://deadline.com/2021/01/how-brazilian-tv-giant-globo-is-planning-to-compete-with-netflix-amazon-in-the-streaming-war-1234676055/>
- Heckman, James J. y Kautz, Tim D. *Hard evidence on soft skills*. Cambridge: National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper Series. 2012. <https://www.nber.org/papers/w18121>
- Hellenic Film Commission. [Filmcommission.gr/incentives/40-cash-rebate/](http://filmcommission.gr/incentives/40-cash-rebate/)
- Hernández, Mauricio y Aguilar, Roberto. "Netflix invertirá más de 300 millones de dólares en México para 2021". *Forbes México*. 25 de janeiro de 2021. <https://www.forbes.com.mx/exclusiva-netflix-invertira-mas-de-300-millones-de-dolares-en-mexico-para-2021/>
- Holon IQ. "10 charts to explain the global education technology market". 25 de janeiro de 2021. <https://www.holoniq.com/edtech/10-charts-that-explain-the-global-education-technology-market/?fbclid=IwAR24k8DE3DKx18EyKtVXnGfeeBkNrW9BBmOo47F9sMbuwkX9xdVnirCIEuw>
- Hopewell, John. "WarnerMedia Latin America Unveils Its First Original Series for HBO Max, 'Días de Gallos' and 'Bunker'". *Variety*, 13 de fevereiro de 2021. <https://variety.com/2021/streaming/global/warnermedia-latin-america-hbo-max-dias-de-gallos-bunker-1234907699/>
- Hosch, William. "YouTube". *Encyclopedia Britannica*, 13 de março de 2020. <https://www.britannica.com/topic/YouTube>.
- Huerta, César. IMCINE presenta el apoyo que sustituirá a Fidicine. *El Universal*. 18 de dezembro de 2020. <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/imcine-presenta-el-apoyo-que-sustituira-fidicine>
- Ibermedia Digital. "Historia del cine costarricense". 2 de agosto de 2015. <http://ibermediadigital.com/ibermedia-television/contexto-historico/historia-del-cine-costarricense>
- IMCINE. "Fondo Miradas de Ambulante y Netflix". (s. f). <http://www.imcine.gob.mx/fondo-miradas-de-ambulante-y-netflix/>
- Impulso Baires. "CINE.AR PLAY se consolida como una de las revelaciones de este tiempo de pandemia". 15 de agosto de 2020. <https://www.impulsobaires.com.ar/nota/285197/cinear-play-se-consolida-como-una-de-las-revelaciones-de-este-tiempo-de-pandemia/>
- Infobae. "Amazon donará más de USD 2,65 millones a productoras de América Latina por covid-19". 26 de janeiro de 2021. <https://www.infobae.com/america/agencias/2021/01/27/amazon-donara-mas-de-usd-265-millones-a-productoras-de-america-latina-por-covid-19/>
- Industrial Light & Magic. <https://www.ilm.com/hatsrabbits/virtual-production-on-the-mandalorian/>
- Infobae. "Fuerte inversión y decenas de producciones: Amazon Prime Video apuesta por México para su expansión en español". 28 de janeiro de 2021. <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2021/01/28/fuerte-inversion-y-decenas-de-producciones-amazon-prime-video-apuesta-por-mexico-para-su-expansion-en-espanol/>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Continua trimestral (2021). <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403>
- Instituto Nacional de Cine e Artes Audiovisuais [INCAA]. *INCAA. Memoria de Gestión 2017-2019*. 9 de dezembro de 2019
- Instituto Mexicano de Cinematografía [IMCINE]. "Eficine 189. Estímulo fiscal a proyectos de inversión en la producción y distribución cinematográfica nacional", s.f. <http://www.imcine.gob.mx/estimulos-y-apoyos/eficine189/>
- Instituto Federal de Telecomunicações [IFT]. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2019. <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/01encca2019vp.pdf>
- Irwin, Emile; Pickerill, Joe y Desetti, Brendan. *Skills for life: lifelong learning*. Washington: Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID]. 2020. <https://publications.iadb.org/en/skills-for-life-lifelong-learning>
- KPMG. *Media and Entertainment Film Financing and Television Programming. A Taxation Guide*. 2012. <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2015/03/Film%20financing%20and%20television%20programming-%20canada.pdf>
- Kuznetsov, Yevgeny y Dahlman, Carl. *Mexico's Transition to a Knowledge-Based Economy Challenges and Opportunities*. Washington: World Bank Publications. 2008.
- Lagarda, Guillermo e Linares, Jennifer. (Eds.) "Industrias creativas culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica". *Banco Interamericano de Desarrollo (BID)*. Agosto de 2017. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Industrias-creativas-culturales-en-Panam%C3%A1-Diagn%C3%B3stico-del-sector-y-relevancia-econ%C3%B3mica.pdf>
- La Nación. "Alas de gloria llegará a cines en el año 2021". 9 de maio de 2019. [https://www.lanacion.com.py/espectaculo\\_edicionimpresa/2019/05/09/alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-año-2021/](https://www.lanacion.com.py/espectaculo_edicionimpresa/2019/05/09/alas-de-gloria-llegara-a-cines-en-el-año-2021/)
- Leahy, Joe y Schipani, Andrés. "Soap opera row shines light on treatment of black Brazilians". *Financial Times*. 17 de junho de 2018. <https://www.ft.com/content/e5700466-7076-11e8-92d3-6c13e5c92914>
- Letra P. "La industria de la ficción nacional cayó casi 65 % en diez años". 2 de novembro de 2020. <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-11-2-11-9-0-la-industria-de-la-ficcion-nacional-cayo-casi-65-en-diez-anos>
- Lewis, Isobel. "Netflix's most watched shows of 2020". *Independent*. 23 de dezembro de 2020. <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/netflix-most-watched-shows-2020-b1778004.html>
- Ley 108-10 de 2010-2019. Ley para el fomento de la actividad Cinematográfica en la República Dominicana. 29 de julho de 2010. Dirección General de Cine República Dominicana. <http://cultura.gob.do/index.php/sobre-nosotros/marco-legal/category/13-leyes?download=7:ley-108-10-para-el-fomento-de-la-cinematografia>
- Listado Ecuatoriano del Cine y Audio Visual (LEA). Instituto de Cine y Creación Audiovisual. <http://www.servicioscreatividad.gob.ec/lea/filmin.html>
- Location Colombia. *Incentivos*. [https://locationcolombia.com/incentivos/#move\\_ley](https://locationcolombia.com/incentivos/#move_ley)
- Luzardo, Alejandra; De Azevedo, Belisario; Mateo Díaz, Mercedes; Becerra, Laura; Funes, Gerardo; Santoro, Martina; Penix-Tadsen, Phillip y Pison, Juan Pablo. *Los videojuegos no son un juego. Los desconocidos éxitos de los estudios de América Latina y el Caribe*. Washington: Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID]. 2019, 195. [https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los\\_videojuegos\\_no\\_son\\_un\\_juego\\_Los\\_desconocidos\\_%C3%A9xitos\\_de\\_los\\_estudios\\_de\\_Am%C3%A9rica\\_Latina\\_y\\_el\\_Caribe.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los_videojuegos_no_son_un_juego_Los_desconocidos_%C3%A9xitos_de_los_estudios_de_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe.pdf)
- Mangold, María Teresa, Neyra, Treisy y Salazar, César. *La exportación de servicios audiovisuales en Argentina. Evolución reciente, perspectivas y oportunidades*. Buenos Aires: ICBC Fundación. 2021.

- Mascarenhas, João. "La construcción de la imagen de Río de Janeiro en Hollywood durante los años treinta y cuarenta". *Procesos Históricos, Revista de Historia, Arte y Ciencias sociales*, 31 (2018), 128-136.
- Mateo Díaz, Mercedes y Rucci, Graciana (editoras). *El futuro del trabajo ya está aquí. Habilidades transversales en América Latina y el Caribe en el siglo XXI*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. 2019. <https://publications.iadb.org/en/future-now-transversal-skills-latin-america-and-caribbean-21st-century>
- McCabe, Janet y Akass, Kim. *TV's Betty Goes Global: From Telenovela to International Brand*. London: I.B. Tauris. 2013.
- Milenio. "Netflix y AMACC dan fondo de apoyo a mil 437 trabajadores de industria cinematográfica". 15 de julho de 2020. <https://www.milenio.com/espectaculos/cine/netflix-amacc-fondo-1-437-trabajadores-industria-cine>
- Miller, Harrison. "Epic Games' Unreal Engine takes movie production to the next level". *Business North Carolina*. 2 de abril de 2020. <https://businessnc.com/epic-games-unreal-engine-takes-movie-production-to-the-next-level/>
- Ministerio da Cultura Argentina. "Inauguró el Potrero Digital una escuela de oficios digitales destinada a jóvenes en situación de vulnerabilidad". 28 de septiembre de 2018. [https://www.cultura.gov.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad\\_6567/](https://www.cultura.gov.ar/inauguro-el-potrero-digital-una-escuela-de-oficios-digitales-destinada-a-jovenes-en-situacion-de-vulnerabilidad_6567/)
- Ministerio da Cultura de El Salvador. "Cinco documentales de la Subdirección de Cine y Audiovisuales disponibles gratis en internet". (s.f.). <http://www.cultura.gov.sv/cinco-documentales-de-la-subdireccion-de-cine-y-audiovisuales-disponibles-gratis-en-internet/>
- Ministerio da Cultura de El Salvador. *Manual de Organización y Funciones de la Subdirección de Cine*. Junho de 2020. <https://www.transparencia.gob.sv/instituciones/ministerio-de-cultura/documents/382699/download>
- Ministério da Cultura, das Artes e do Patrimônio. "Festival Chilemonos se convierte en calificador para los Oscar". 23 de novembro de 2018. <https://www.cultura.gov.cl/actualidad/festival-chilemonos-se-convierte-en-calificador-para-los-oscar/>
- Morales, Yolanda. "En el 2020, el PIB de México se desplomó 8.5%". *El Economista*. 25 de fevereiro de 2021. <https://www.economista.com.mx/economia/El-PIB-de-Mexico-se-desplomo-8.5-en-2020-la-peor-caida-desde-1932-20210225-0043.html>
- Mordor Intelligence "Animation and Vfx Market - Growth, Trends, Covid-19 Impact, and Forecasts (2021 - 2026)". 2020. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/animation-and-vfx-market>
- Netflix, carta de acionistas. 19 de janeiro de 2021. [https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc\\_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2020/q4/FINAL-Q420-Shareholder-Letter.pdf)
- New York Film Academy. "What Does a Production Designer Do?". 25 de fevereiro de 2017. <https://www.nyfa.edu/student-resources/what-does-a-production-designer-do/>
- Nielsen. "Being seen on screen: Diverse representation and inclusion on TV". 2 de dezembro de 2020. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2020/being-seen-on-screen-diverse-representation-and-inclusion-on-tv/>
- Obinna, Emelike. "Netflix to uplift women in entertainment with \$5m from Creative Equity Fund". 18 de março de 2021. <https://businessday.ng/arts-and-life/article/netflix-to-uptift-women-in-entertainment-with-5m-from-creative-equity-fund/>
- O Globo. "Ministério Público da 15 dias para Ancine explicar por que aprovou apenas un projecto em dez meses". 20 de outubro de 2020. <https://oglobo.globo.com/cultura/ministerio-publico-da-15-dias-para-ancine-explicar-por-que-aprovou-apanas-um-projeto-em-dez-meses-24703679>
- Olsberg, Jonathan y Barnes, Andrew. "Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe". Observatorio Audiovisual Europeo. 2014. <https://rm.coe.int/impact-analysis-of-fiscal-incentive-schemes-supporting-film-and-audiov/16808e4506>
- Olsberg SPI. *Global Screen Production- The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19*. 25 de junio de 2020. <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2020/06/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>
- Olsberg SPI. "Global Incentives Index 2019". *World of Locations*. 2019. <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2019/05/Olsberg-SPI-Global-Incentives-Index-May-2019.pdf>
- Onieva, Alvaro. "Las próximas series originales de Movistar+ para otoño de 2020 y 2021". *Fuera de series*. 3 de agosto de 2020. <https://fuera deseries.com/las-proximas-series-originales-de-movistar-para-otono-de-2020-y-2021-922067aff2f/>
- Ortega, Pituka. "Primera mirada: fondo único para cineastas de Centroamérica y el Caribe". *Kreatópolis*. 7 de dezembro de 2018. <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/1819/>
- Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [UNESCO], Instituto Internacional de Educação Superior para a América Latina e o Caribe [IESALC]. *Towards universal access to higher education. International trends*. 2020. <https://www.iesalc.unesco.org/en/wp-content/uploads/2020/11/Towards-Universal-Access-to-HE-Report.pdf>
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OECD]. *Perspectivas de empleo de la OCDE 2019. El futuro del trabajo*. París: OCDE. 2019. [https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019\\_bb5ff5a-es](https://www.oecd-ilibrary.org/employment/perspectivas-de-empleo-de-la-ocde-2019_bb5ff5a-es)
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OECD]. *Education at a Glance 2020*. París: OCDE. 2020. [https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020\\_69096873-en](https://www.oecd-ilibrary.org/education/education-at-a-glance-2020_69096873-en)
- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico [OECD]. *Education at a Glance 2019*. París: OCDE. 2019.
- Padiglione, Cristina. "Documentário sobre impeachment está entre os mais vistos de 2019". *Folha de Sao Paulo*. 30 de dezembro de 2019. <https://telepadi.folha.uol.com.br/confira-em-primeira-maos-os-documentarios-mais-vistos-da-netflix-em-2019/>
- Palacios, José Miguel. "El cine chileno en el exilio". Centro Cultural La Moneda. (s.f.). <https://www.cclm.cl/especial/el-cine-chileno-en-el-exilio/>
- Panama Film Comission. [Filmpanama.gob.pa](http://Filmpanama.gob.pa)
- Panorama Audiovisual. "América Latina perderá cinco millones de abonados a televisión de pago". 3 de septiembre de 2020. <https://www.panoramaaudiovisual.com/2020/03/09/america-latina-perdida-cinco-millones-abonados-televisión-pago/>
- Peru.Info. "Netflix estrena 'Maradona en Sinaloa', documental producido por la empresa peruana Pacha Films". (s.f.) <https://peru.info/es-pe/filminperu/noticias/det/netflix-estrena-maradona-en-sinaloa---documental-producido-por-la-empresa-peruana-pacha-films>
- Pinzón, Paola. "Cine al Sena, apoyo al talento audiovisual de los aprendices". *Revista Digital Sena*. 17 de setembro de 2020. <https://revistadigital.sena.edu.co/2020/09/17/cine-al-sena/>
- Ponti, Nadia. "La evolución del espacio escénico en la época dorada del cine Argentino (1933-1943)". *Escena Uno | Escenografía, dirección de arte y puesta en escena*. 7, 1-11. Dezembro de 2017. <http://escenauno.org/wp-content/uploads/2017/12/La-evolucion-C3%B3n-del-espacio-escenico-en-la-epoca-dorada-del-cine-argentino.pdf>
- Prensario Internacional. "Punta del Este Studios: el proyecto que posiciona a Uruguay en el mapa audiovisual global". 27 de julho de 2020. <https://www.prensario.net/29629-Punta-del-Este-Studios-el-proyecto-que-posiciona-a-Uruguay-en-el-mapa-audiovisual-global.note.aspx>
- ProChile. "Ministro de Relaciones Exteriores y Director General de ProChile inauguran Encuentro de Negocios para empresas del sector audiovisual con foco en Estados Unidos". Ministro de Relaciones Exteriores. 23 de novembro de 2020. <https://www.prochile.gob.cl/noticia/ministro-de-relaciones-exteriores-y-director-general-de-prochile-inauguran-encuentro-de-negocios-para-empresas-del-sector-audiovisual-con-foco-en-estados-unidos/>
- Programa IBERMEDIA. *El programa*, (s.f.). <https://www.programaibermedia.com/el-programa/>
- ProImágenes Colombia. "El abrazo de la serpiente, primera película colombiana nominada a los premios Oscar". 15 de janeiro de 2016. [https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla\\_colombia/breves\\_plantilla.php?id\\_noticia=7357](https://www.proimagenescolombia.com/secciones/pantalla_colombia/breves_plantilla.php?id_noticia=7357)
- ProMendoza. "Lo que no sabías y lo que sorprende del cluster audiovisual de Mendoza". 16 de maio de 2019. <https://www.promendoza.com/es/lo-que-no-sabias-y-lo-que-sorprende-del-cluster-audiovisual-de-mendoza/>
- PwC. "Global Entertainment and Media Outlook 2020-2024. La industria del Entretenimiento y Medios se reconfigura". [http://explore.pwc.com/mx\\_gemo2020/wp\\_gemo2020\\_mexico](http://explore.pwc.com/mx_gemo2020/wp_gemo2020_mexico)
- Quispe-Agnoli, Rocío. "La telenovela latinoamericana frente a la globalización: roles genéricos, estereotipos y mercado". *La Mirada de Telemo*. 2 (2019) <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20338/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Reducto. Cash rebate PUA. Contenidos Internacionales. <https://reducto.uy/es/uruguay/cash-rebate.html>

- Resolución 166/2020. [Boletín Oficial de la República de Argentina]. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales. 27 de março de 2020. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227241/20200328>
- Reporte Anual Convocatoria 2020. Programa Ibermedia, Unidad Técnica.
- Rivas, Elmer. "El cine en Nicaragua es aún un sueño". *Niu*. 7 de janeiro de 2017. <https://niu.com.ni/el-cine-en-nicaragua-es-aun-un-sueno/>
- Rodríguez, Alejandra. "El impacto de la pandemia a cines en México: 334 millones de boletos no vendidos en 11 meses". *El Financiero*. 9 de fevereiro de 2021. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/el-impacto-de-la-pandemia-a-cines-en-mexico-334-millones-de-boletos-no-vendidos-en-11-meses/>
- Roque, Ricardo e Escalón, Carlos. *Cine y Televisión. Análisis de situación de la expresión artística en El Salvador*. San Salvador: Fundación Accesarte. 2013. <http://plataformadecultura.com/web/wp-content/uploads/2016/01/Cine-y-Televisi%C3%B3n.-An%C3%A1lisis-de-Situaci%C3%B3n-de-la-expresi%C3%B3n-art%C3%ADstica-en-El-Salvador.pdf>
- Rozas, Nuria. "Así es el estudio de cine acuático más grande del mundo". *Diario SUR*. 7 de setembro de 2016. <https://www.diariosur.es/culturas/cine/201608/22/aguas-hollywood-20160822084343.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>
- RPP Noticias. "Netflix en Perú: Plataforma alista una serie sobre Paolo Guerrero y una cinta dirigida por Bruno Ascenzo". 20 de fevereiro de 2020. <https://rpp.pe/tv/netflix/netflix-alista-serie-sobre-paolo-guerrero-y-una-cinta-dirigida-por-bruno-ascenzo-noticia-1246886>
- Rufino, Luana. Diversidade de gênero e raça no audiovisual. ANCINE. [https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-contedo/publicacoes/apresentacoes/MARCachoeira\\_LUANARUFINO.pdf](https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-contedo/publicacoes/apresentacoes/MARCachoeira_LUANARUFINO.pdf)
- Ruiz Martín, Héctor. *Habilidades para la vida: aprender a aprender*. Washington: Banco Interamericano de Desenvolvimento [BID]. 2020. <https://publications.iadb.org/es/habilidades-para-la-vida-aprender-aprender>
- Saavedra, Isis. "El fin de la industria cinematográfica mexicana 1989-1994". *EIAL: Estudios Interdisciplinarios de America Latina y el Caribe*, 17 (2006) 107-128.
- Sanderson, Katherine. "The South American Animation Industry: How Brazil, Chile, and Peru Are Proving Their Talent is Real". *Animation Ave*. 1 de julho de 2020. <https://www.animationave.com/international/south-america-animation-chile-brazil-peru>
- Secretaria Especial de Comunicação. "Prefeitura renova parceria com Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias". Cidade de São Paulo. 7 de junio de 2019. <http://www.capital.sp.gov.br/noticia/prefeitura-renova-parceria-com-instituto-criar-de-tv-cinema-e-novas-midias>
- Secretaria da Fazenda e Crédito Público. *Lista dos projetos passíveis de autorização para aplicação do Incentivo Fiscal para Projetos de Investimento na Produção e Distribuição Cinematográfica Nacional, correspondente aos projetos de investimento na produção cinematográfica nacional que ingressaram no primeiro período do exercício de 2021*. 2021. <https://www.cultura.gov.br/PDF/Eficine/EFICINE-Produccion-proyectos-susceptibles-1er-periodo-2021.pdf>
- Semana. "Sena Cine, la apuesta por la industria audiovisual". 27 de novembro de 2020. <https://www.semana.com/hablan-las-marcas/articulo/sena-cine-la-apuesta-por-la-industria-audiovisual/202047/>
- Sevilla B., María Paola. *Panorama de la educación técnica profesional en América Latina y el Caribe*, Serie Políticas Sociales No. 222. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. 2017. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1723>
- Slovak Film Comission. <http://www.filmcommission.sk/cash-rebate/>
- Smith, Paul Julian. "Netflix's The House of Flowers and the New Telenovela". *Film Quarterly*, vol. 72 (2019) 3, 59-61.
- Smith Stacy, Pieper Katherine, Choueiti Marc, Yao Kevin, Case Ariana, Hernandez Karla y Moore Zoe. "Inclusion in Netflix Original U.S. Scripted Series & Films". *USC Annenberg Inclusion Initiative*. Febrero, 2021. <http://assets.uscannenberg.org/docs/aii-inclusion-netflix-study.pdf>
- Siri, Laura. "El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine?". *Hipertextos*. 5 (2016) 47-109.
- Soliz, Cindy. "Adecine cancela convocatorias del fondo de fomento al cine nacional". *Los Tiempos*. 5 de março de 2021. <https://www.lostiempos.com/doble-click/cultura/20210305/adcine-cancela-convocatorias-del-fondo-fomento-al-cine-nacional>
- Statista. "Frequency of watching or streaming TV shows among adults in the United States as of January 2020, by gender". Fevereiro de 2020. <https://www.statista.com/statistics/936166/tv-shows-watching-streaming-frequency-by-gender-us/#:~:text=A%20survey%20conducted%20among%20U.S>
- Telemundo. "Por qué Uruguay resulta atractivo como mercado audiovisual para compañías como Amazon". 16 de abril de 2021. <https://www.teledoce.com/telemundo/cultura-y-espectaculos/por-que-uruguay-resulta-atractivo-como-mercado-audiovisual-para-companias-como-amazon/>
- Terra. *Audiovisual: um setor com importante força econômica*. 16 de novembro de 2020. <https://www.terra.com.br/noticias/dino/audiovisual-um-setor-com-importante-forca-economica,e295e555d018a14abf43e23aa6e738f4es0qd5q2.html>
- Todo TV News. "Netflix renueva su serie brasileña *Cidade invisível*, éxito en 40 países". 3 de março de 2021. <https://todotvnews.com/netflix-renueva-su-serie-brasileña-cidade-invisível-exito-en-40-paises/>
- Trinidad and Tobago Film Company Limited (FilmTT). [FilmTT](http://www.filmtt.com)
- Tucker, Laura. "Páginas libres: Inclusion and Representation in Early Argentine Cinematic Practices". *Revista de Estudios Hispánicos*, 49 (2015), 121-145.
- TV Show. "HBO y Amazon vinieron a filmar a Uruguay: conocí los títulos y los famosos del elenco". 22 de janeiro de 2021. <https://www.tvshow.com.uy/series/hbo-amazon-vinieron-filmar-uruguay-conoce-titulos-famosos-elenco.html>
- UNAM Global. *Ya no hay que salir del país para hacer cine: González Iñárritu*. (s.f.) [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=6cH-hUellBw>
- UNESCO, BID, SEGIB, OEI y MERCOSUR (en prensa). *Evaluación del impacto del COVID-19 en las Industrias Culturales y Creativas. Una iniciativa conjunta de MERCOSUR, UNESCO, BID, SEGIB y OEI*. UNESCO Publishing: Paris
- U.S. Bureau of Labor Statistics. "Employee tenure summary", *Economic news release*. 22 de setembro de 2020. <https://www.bls.gov/news.release/tenure.nr0.htm>
- Venteo, Pau. "CIMA, ICAA y Netflix impulsan la carrera de las mujeres en el audiovisual con un programa de asesoramiento y formación". *Europa Press*. 20 de maio de 2020. <https://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-cima-icaa-netflix-impulsan-carrera-mujeres-audiovisual-programa-asesoramiento-formacion-20200520132947.html>
- Vergara, Alberto. "Nostalgia, anhelo y anomia". *Revista. Harvard Review of Latin American*. 2014. <https://archive.revista.drclis.harvard.edu/book/nostalgia-anhelo-y-anomia>
- Villalta, María Denisse. "Realización del documental 'Del cine al video' Realidad del cine nicaragüense" [Tesis de licenciatura, Universidad Centroamericana, Nicaragua]. Diciembre, 2013. <http://repositorio.uca.edu.ni/1494/1/UCANI3761.pdf>
- Vinyard, Papa. "SXSW '15: Vinyard questions director Craig William Macneill and writer Clay McLeod Chapman about THE BOY!". *Ain't It Cool News*. 22 de março de 2015. <http://legacy.aintitcool.com/node/70811>
- Warner Media. "HBO Max Arrives in Full Force in Latin America Whit More Than 100 Local Original Productions Over the Next Two Years". 29 de abril de 2021. <https://pressroom.warnermedia.com/us/media-release/hbo-max/hbo-max-arrives-full-force-latin-america-more-100-local-original-productions-over>
- Women & Hollywood. "Statistics". Center for the Study of Women in Television and Film. 2019. <https://womenandhollywood.com/resources/statistics/2019-statistics/>
- World Economic Forum, *The future of jobs report 2020*. Ginebra: WE Forum. 2020. <https://es.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>
- Zocchi, Julián. "Potrero digital: el sueño de Juan José Campanella que hace escuela". *Clarín*. 6 de novembro de 2020. [https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela\\_0\\_Lf4p0VfXe.html](https://www.clarin.com/viva/potrero-digital-sueno-juan-jose-campanella-hace-escuela_0_Lf4p0VfXe.html)



Copyright © [2021] Banco Interamericano de Desenvolvimento. Esta obra está licenciada sob uma licença Creative Commons IGO 3.0 Atribuição-NãoComercial-SemDerivações (CC BY-NC-ND 3.0 IGO) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) e pode ser reproduzida com atribuição ao BID e para qualquer finalidade não comercial. Nenhum trabalho derivado é permitido.

Qualquer controvérsia relativa à utilização de obras do BID que não possa ser resolvida amigavelmente será submetida à arbitragem em conformidade com as regras da UNCITRAL. O uso do nome do BID para qualquer outra finalidade que não a atribuição, bem como a utilização do logotipo do BID serão objetos de um contrato por escrito de licença separado entre o BID e o usuário e não está autorizado como parte desta licença CC-IGO.

Note-se que o link fornecido acima inclui termos e condições adicionais da licença.

As opiniões expressas nesta publicação são de responsabilidade dos autores e não refletem necessariamente a posição do Banco Interamericano de Desenvolvimento, de seu Conselho de Administração, ou dos países que eles representam.

