

EMPRESAS & NEGÓCIOS

INDÚSTRIA

Schincariol planeja novas aquisições, diz Terni **C5**



AGRONEGÓCIO

Até abril, o Brasil já importou 254,1 mil toneladas de arroz **C8**

PLANO PESSOAL

Paella de uma autêntica mãe espanhola **C12**



Mauricio de Sousa busca negócios no mercado chinês

Empresário pode faturar entre US\$ 100 milhões e US\$ 180 milhões por ano

JIA ANPING E MANUEL MARTÍNEZ
AGÊNCIA XINHUA (PEQUIM)

Mauricio de Sousa está perto de se tornar o primeiro desenhista de histórias em quadrinhos da América Latina a participar de um gigantesco e milionário projeto educativo na China. Em entrevista exclusiva em Pequim à agência chinesa de notícias Xinhua, ele contou como Mônica e companhia devem se encaixar nesse propósito. Fontes oficiais e empresariais do país confirmaram que a meta é dar um passo nas mesmas dimensões do colosso asiático e ir além do que esses heróis das revistas brasileiras já fizeram até agora por aqui.

“Provavelmente em setembro teremos tudo pronto para que a ‘turminha’ (da Mônica) possa ajudar a educar entre 180 (milhões) e 200 milhões de crianças chinesas em fase de alfabetização”, acrescentou o também presidente da Maurício de Sousa Produções (MSP). Recentemente, o executivo esteve pela primeira vez em Xangai e na capital chinesa, onde se reuniu com alguns estudantes dos ensinos básico e superior, homens de negócios e autoridades educacionais.

Além disso, revelou à Xinhua outros planos que deverá concretizar em breve e alguns segredos e sonhos para o futuro. O rei dos gibis disse, por exemplo, que está em meio a uma ambiciosa negociação com um estúdio de animação asiático, um dos mais importantes do mundo - o nome não é revelado.

Aceitação

Duas fontes chinesas que pediram anonimato e que se reuniram com o brasileiro — uma da área empresarial e outra do governo — concordaram com que os personagens da Turma da Mônica agradam ao gosto dos chineses. O Cebolinha — por seus cinco fios de cabelo —, chegou a ser comparado por um desses entrevistados com San Mao (“Três Fios de Cabelo”, em mandarim), popular herói das tirinhas nacionais, criado em 1935 pelo desenhista chinês Zhang Leping (1910-1992). O amiguinho da Mônica, aliás, é chamado pelos chineses como Wu Mao (“Cinco Fios de Cabelo”). E a “dentuça” foi traduzida

foneticamente para “Moniká”.

Ambos os consultados admitiram que existem muitas possibilidades de realizações conjuntas com a MSP na área educacional da China. Além disso, informaram haver convidado Sousa para retornar ao país, pois querem mostrar a ele detalhes sobre o vasto setor educativo local.

“A idéia é que Mauricio volte à China em setembro para oficializar os acordos”, confirmou o chefe-executivo de operações da Online Education China (OEC), Nikolas Oetker. Essa empresa, apoiada pelo consulado brasileiro em Xangai, há três meses iniciou um projeto-piloto com a Turma da Mônica para a

As autoridades educativas do país asiático buscam que seus estudantes conheçam como o escultor mineiro Antônio Francisco Lisboa, que nasceu e viveu em Minas Gerais entre 1730-1814, enfrentou a lepra, doença que não o impediu de deixar significativas obras sacras para a humanidade. A meta é simples: além de aprimorar os conhecimentos gerais das futuras gerações, esses pedagogos orientais procuram incutir entre os menores exemplos de superação e de excelência, que, acreditam, servirão para ampliar o desenvolvimento da China.

Os chineses também têm uma clara estratégia de aproximação com os países lusófonos,

mangas e agora quer fazer o caminho inverso.

O desenhista lembrou que atualmente sua companhia tem em curso uma ação para aumentar a internacionalização de suas atividades. No Brasil, a firma produz histórias em quadrinhos, projetos editoriais especiais e cuida de parques temáticos. Também tem parcerias de licenciamento, para brinquedos, cosméticos e uma série de outros produtos e mercadorias, da imagem dos famosos personagens criados pelo artista. Alguns desses negócios são realizados em 40 países.

Relembrando o desenvolvimento dessa investida empre-



Criador dos famosos personagens de HQ desenvolve projetos em escolas da China

elaboração de revistas didáticas. E Oetker reiterou o pioneirismo do desenhista brasileiro junto ao sistema educacional chinês.

Governo da China

“É desafiador e dá uma adrenalina danada. Tenho pressa de resolver as coisas logo”, disse o pai da Mônica sobre o projeto, que contará com a participação direta do governo chinês na seleção dos assuntos que a MSP e a OEC desenvolverão em futuras publicações escolares, alguns deles recebidos com surpresa pelo desenhista.

“Estou sendo informado que eles querem passar para as crianças, por exemplo, a história do mineiro ‘Aleijadinho’”, destacou.

mação com os países lusófonos, que inclui interesses comerciais de médio e longo prazos. Não é à toa que, além de Pequim, as cidades de Macau, Nanquim, Tianjin, Xangai e Xian contam com faculdades de portugueses. Isso permitiu a formação de centenas de chineses fluentes na língua de Camões desde finais dos anos 50 até agora.

Sousa e sua empresa pretendem explorar um filão que passa despercebido pelo setor editorial lusófono. Ao invés de se lamentar com a invasão comercial chinesa no planeta, reclamação de cada nove entre dez setores empresariais pelo mundo, a MSP arregaçou as

sarial, Sousa citou que a possibilidade de atuar no mercado chinês asurgiu de forma inesperada. Ironicamente, a oferta foi feita na Itália.

Terra natal

Contou que em 2007, quando participava da Feira do Livro Infantil de Bolonha, representantes da OEC o convidaram para um projeto aprovado pelas autoridades de Pequim. Essa proposta visava às crianças brasileiras descendentes de chineses, trazidas para estudar na terra natal de seus antepassados.

Foram, então, lançadas em Xangai, há três meses, revistas em mandarim com temas como

SE É IMPORTANTE PARA VOCÊ FAZER UM BOM INVESTIMENTO, É IMPORTANTE PARA NÓS OFERECER OPÇÕES SOB MEDIDA PARA VOCÊ.

INVISTA NO PANAMERICANO.

PanAmericano Ligue 0800 775 8585
SE É IMPORTANTE PARA VOCÊ, É IMPORTANTE PARA NÓS. www.panamericano.com.br

descobrimto do Brasil, meio ambiente, futebol, entre outros assuntos abordados. A distribuição aconteceu gratuitamente em algumas escolas da cidade chinesa. O objetivo, que era o de fazer com que os brasileiro não perdessem contato com a identidade cultural de seu país de origem, foi mais longe: agradeu aos chinesinhos que estudam com os imigrantes. E a aceitação foi percebida por educadores e editores do país.

Detalhes a respeito da dimensão do projeto não são conhecidos. Isso porque os organizadores da iniciativa não quiseram informar a tiragem e os valores negociados, por considerá-los modestos até este momento.

Satisfeito com o destaque dos seus “filhos-personagens” entre os estudantes e entusiasmado com as promissoras perspectivas de fechamento de negócios no País do Meio (tradução literal de China em mandarim), Sousa não perdeu tempo. Como se vê, não foi à toa que abriu uma brecha em sua concorrida agenda e veio passar quatro dias num ponto do planeta que até então ainda não havia visitado.

“Eles (a OEC) achavam que pela natureza de nosso material e dos personagens, da nossa filosofia (de trabalho) teríamos tranquilamente uma boa aceitação por parte da criança, dos educadores e do governo (chineses)”, declarou o desenhista, após uma série de encontros com diretores da companhia.

O tira-teima a respeito de seu sucesso entre os chineses, por exemplo, foi conferido na escola primária “Número 2”, no distrito de Luwan, em Xangai, naquele sucesso entre os chineses, por exemplo, foi conferido na escola primária “Número 2”, no distrito de Luwan, em Xangai, naquele

“Crianças que nunca haviam visto nossos personagens se encantaram e vibraram como brasileiros depois que contei quem eu era, quem eram os personagens e desenhei para eles”, disse. Esse encontro foi importante pelo fato de os alunos serem exclusivamente chineses.

Sensações semelhantes tam-

bém viveu após palestrar no Raffles Design Institute, da Universidade de Dong Hua, em Xangai, e no encontro organizado pela Brasileiros em Pequim (Brapeq), entidade que dissemina a língua e a cultura brasileira na cidade. Chineses de várias idades buscaram revistas, autógrafos e fotos com o Sousa, que começou a deixar de ser desconhecido nestas bandas, apesar da ainda relativamente pequena exposição de seu trabalho no país.

E será que Sousa criará um novo personagem inspirado nos chineses? “Depois de toda essa acolhida e diante do mar de oportunidades que podemos explorar, creio que a ‘turminha’ poderá ter um novo coleguinho da Ásia”, respondeu. Recentemente, para a comemoração do centenário da emigração japonesa ao Brasil, ele criou Tikara e Keika, um casal nipônico, que retratou em um quadro entregue pessoalmente ao imperador japonês, Akihito, em Tóquio.

“Planos infalíveis”

Dessa empreitada toda, Sousa só lamenta uma coisa: “Há anos tento fazer isso no Brasil, mas nunca consegui. Quem sabe o exemplo da China possa ajudar”.

Para os chineses, motivos para essa disposição existem tanto em nível educacional como financeiro. Levantamento feito pela Xinhua junto a consultores de negócios na China mostrou que, se fosse realizado apenas com livros e revistas, o projeto para o que Sousa foi convidado poderia gerar um faturamento bruto entre US\$ 100 milhões e US\$ 180 milhões por ano.

Uma fonte do setor, que pediu para não ser citada, avaliou que como o projeto da MSP substituirá soluções impressas por meios digitais alguns custos cairão. Mas isso de certa forma será compensado com o uso de tecnologias de ponta. “Mesmo assim, por estar na China, um projeto desses poderá faturar anualmente, excluídos os impostos, uns US\$ 100 milhões”, de acordo com o especialista.

J.A. e M.M.

Estúdio asiático “namora” empresário

MANUEL MARTÍNEZ
AGÊNCIA XINHUA (PEQUIM)

Cebolinha, Mônica, Cascão, Magali e tantos outros personagens criados por Mauricio de Sousa que encantam crianças do Brasil e de vários países há décadas poderão receber em breve um “empurrãozinho” de um dos maiores estúdios de animação do mundo: o Cuckoo’s Nest (Ninho do Cuco, em inglês). A informação foi dada pelo pai da mais famosa turminha brasileira dos quadrinhos e confirmada pelo seu parceiro asiático.

Sousa destacou a necessidade de avançar com suas criações em canais de TV do Brasil e do exterior e comentou que também quer oferecer à China um projeto para contar a vida do filósofo chinês Confúcio em desenho animado. James Wang é um antigo e grande amigo meu e já estamos nos ‘namorando’ faz tempo, e agora chegou a hora de fazermos algo juntos”, revelou. Ele fez referência ao dono de uma empresa coligada à Wang Film Productions e que atende à Walt Disney TV, Cartoon Networks e Nickelodeon.

A possibilidade é uma das muitas que o desenhista veio explorar no país asiático onde, semana passada, tratou de sua participação pioneira como latino-americano

em um projeto educativo para atender pelo menos 180 milhões de crianças chinesas. Mauricio é um excelente e velho amigo e nossos estúdios estão prontos para realizarmos esse sonho que alimentamos há muitos anos”, diz Wang, que não revela quanto custariam as animações. “Isso depende de uma série de fatores e detalhes que Mauricio terá de nos explicar”. Para cada dez minutos de animação de um seriado de TV semanal o orçamento varia de US\$ 35 mil a US\$ 50 mil.

Os estúdios de Wang, segundo o rei dos gibis brasileiros, são responsáveis por “metade do que a maioria das pessoas pelo mundo já viram de desenho animado na sua vida”. De fato, as empresas de Wang deram movimentos aos desenhos dos Jetsons, Flintstones, Rugrats, Smurfs, Animaniacs, Tinky Toons, trabalhos que permitiram à companhia faturar por anos seguidos prêmios como o Emmy.

Atualmente, a Mauricio de Sousa Produções (MSP) realiza animações com duas empresas brasileiras. Com a paulista Labo Cine fez a pós-produção do filme em desenho animado “A Turma da Mônica em uma Aventura no Tempo”. O canal Boomerang televisiva as estripulias da “turminha”, que segundo Sousa são adapta-

ções de iniciativas para o cinema, área que não perdeu de vista.

Para a Sétima Arte, ele encarregou à carioca Digital 21 a tarefa de realizar, em computação gráfica, os longas-metragens do Horácio e do Penadinho. O presidente da MSP se diz satisfeito com a qualidade do trabalho de seus parceiros mas preocupado ao considerar que a estrutura que oferecem ainda está aquém de atender a demanda. “Não dá tempo para a Labo e a Digital fazerem tudo que precisamos”, diz Sousa, que recebeu de canais chineses pedidos de compra de desenhos animados do Chico Bento. O “caipirinha”, sucesso na TV italiana, preocupa seu pai. “O pessoal quer comprar mais Chico Bento e eu não tenho!”, reconheceu o artista.

Outros pedidos que começam a chegar de vários pontos do globo, e que a MSP ainda não tem como atender, são animações de umas das mais recentes criações: Ronaldinho Gaúcho. “A demanda é muito grande no mundo inteiro; se precisa do produto agora e o Brasil não aguenta fazer. Então eu estou estudando uma maneira de fazer pós-produção na China”. Ele revela que planeja uma escola para preparar mão-de-obra (em desenho animado), o que vai demorar um pouco. “Por enquanto vou

ter que usar estúdios de fora”.

Apesar de saber da mina de ouro que a TV oferece, o desenhista ponderou que neste momento está concentrado na finalização artística do seu projeto para a TV. Mesmo assim, interessados batem à porta. Contou que a MSP está em entendimentos bem avançados com a Rede Globo, mas que a Record já os procurou.

Dentro de suas metas em animação, Sousa diz haver apresentado a seus interlocutores chineses uma sugestão de projeto: “Está faltando um grande filme sobre a vida do Confúcio e seus ensinamentos. O brasileiro quer ‘dar vida’ ao filósofo chinês que viveu entre os anos 551 a.C. e 479 a.C., pensador que deixou um legado de conhecimentos reproduzidos no livro de cabeceira do poeta e barbeiro Antônio Mauricio de Sousa, que os transmitia ao pai da Mônica, quando criança. Confúcio era um educador, um professor de como se dar bem e viver bem com a vida e com o próximo. Era um ordenador de relações humanas. Hoje eu vejo a possibilidade de buscar nos ensinamentos dele muita coisa que eu acho que está faltando para a criança do mundo”, disse.

Sousa avalia que a importância dos ensinamentos de Confú-



Mônica é um dos personagens que interessam ao Cuckoo’s Nest

cio para sua vida e de seus personagens. Nesse sentido lembrou que nunca viveu momentos de depressão e que foi esse estilo de vida que o ajudou a enfrentar os dias de apreensão durante o sequestro de seu filho de nove anos, Marcelo de Sousa, resgatado pela

polícia paulista. “Esse aprendizado me ajudou muito. Eu sabia que o sequestro ia terminar bem e não tive dúvidas”, diz o artista, que começou uma pesquisa para tentar criar o roteiro e a cara do personagem para ser usado em revistas e livros didáticos.