

**ENTREVISTA**

# “Os orçamentos estão iguais há dez anos, mas agora as coisas estão muito mais complexas”

Nuno Lobo, Bruno Ferreira e João Cabeças, da Casper Films, analisam o panorama na produção de filmes publicitários e explicam por que razão as produtoras que não ganham concursos deviam receber treatments

**PÁG 16**



# “Não somos uma produtora de videógrafos”

Em entrevista ao M&P, Nuno Lobo, Bruno Ferreira e João Cabezas, sócios da Casper Films, que foi considerada a melhor produtora audiovisual pelo segundo ano consecutivo pelo júri do Festival CCP, analisam o panorama nacional e defendem o pagamento de treatments às produtoras que não ganham os concursos



Nuno Lobo, João Cabezas e Bruno Ferreira atravessam um bom momento, com a Casper Films a conseguir produzir mais filmes publicitários e a faturar mais nos primeiros cinco meses de 2026 do que durante 2025

Depois de ter sido considerada a melhor produtora audiovisual do país pelo júri do 28º Festival CCP, em maio, a Casper Films repete o feito em 2026, ano em que, só nos primeiros cinco meses, já conseguiu faturar mais e produzir mais filmes publicitários do que 2025. Em entrevista ao M&P, o produtor

Nuno Lobo, o realizador Bruno Ferreira e o produtor João Cabezas, os três sócios da Casper Films, explicam o que distingue a produtora das concorrentes, analisam o panorama nacional e internacional e revelam qual é o mercado estran-

geiro onde estão a trabalhar mais.

**Estavam à espera de voltar a ser considerada a melhor produtora audiovisual do país?**

**NUNO LOBO (NL):** Este ano, não.  
**BRUNO FERREIRA (BF):** Por um lado,

há sempre a esperança de ganhar. O mais surpreendente foi termos ganho dois anos seguidos. Este novo prémio é bastante importante, porque vem reforçar que estamos no caminho certo. Para mim, foi mais surpreendente ganhar este ano

do que o ano passado, confesso.

**NL:** Não estava à espera, nem o ano passado nem este. Foi uma boa surpresa, porque tanto em 2026 como em 2025 achava que não fazíamos parte da equação. A concorrência é sempre forte, tínhamos bons projetos inscritos no Festival CCP. Este ano, ao contrário do ano passado, só tivemos três projetos em shortlist.

**Trabalham a pensar nos prémios que podem ganhar ou as distinções acabam por ser uma sequência do que fazem?**

**JOÃO CABEZAS (JC):** A intenção é fazer sempre um bom trabalho, com a colaboração das agências e do cliente. Esse reconhecimento vem por acréscimo.

**NL:** Nunca houve um projeto em que disséssemos que estávamos a trabalhar para prémios. É sempre ao contrário.

**BF:** Nunca partimos do princípio de fazer um filme só porque nos poderia fazer ganhar prémios. Não é assim que trabalhamos na Casper.

**O que distingue a Casper Films das outras produtoras?**

**NL:** Nada.

**BF:** Há várias distinções. Somos três sócios, dois produtores e um realizador, com personalidades completamente distintas. Discutimos muito os três, sobre vários assuntos. Picamo-nos uns aos outros, o que acaba por se refletir na própria inspiração. Essa poderá ser uma das principais distinções face às outras produtoras. Além disso, temos um leque de realizadores bastante versátil, honestamente, que consegue ir a todo lado.

**NL:** Isso será a única coisa que consigo dizer que nos distingue dos outros, porque também não sabemos como é que funcionam as outras casas. Se calhar, também nos diferencia o facto de continuarmos a fazer as coisas de uma maneira nossa, honesta, sem estar com grandes pressões.

**BF:** A única pressão que temos é tentar tirar mais do que um filme de cada projeto e ainda nos divertirmos durante o processo.

**JC:** Somos uns sortudos, fazemos o que gostamos e temos sempre desafios novos.

**No contexto atual, o que é que é mais desafiante para uma produtora como a Casper Films?**

**NL:** A nível de produção, diria que é a questão dos orçamentos. Nós destacamo-nos porque trabalhamos com algum critério. Um filme, para nós, tem uma série de implicações.

Há requisitos de produção que são importantes e dos quais não prescindimos. Não somos uma produtora de videógrafos nem de desenrasque, como se costuma dizer. Também fazemos trabalhos de guerrilha, como é óbvio, mas sempre com um critério de produção.

Em muitos casos, os orçamentos que existem não são adequados para o que nos pedem. E, hoje em dia, é difícil fazer omeletes sem ovos. Quando fazemos um filme, não nos basta ter um leque de bons realizadores, temos de trabalhar com os melhores diretores de fotografia e os melhores diretores de arte e temos de ter dinheiro para fazer adereços, para a construção dos cenários e para o guarda-roupa. Tudo isto tem um peso e entra na equação. Por mais que se queira reinventar e fazer as coisas de uma maneira muito mais ágil, acaba-se sempre por pecar um bocadinho nalgum lado. Sem orçamento, é difícil manter a fasquia. Às vezes, lidamos com essa frustração.

“Os orçamentos estão sensivelmente iguais ao que eram há dez anos, com a diferença de que agora as coisas estão cada vez mais complexas”, João Cabezas

**Os orçamentos continuam a encolher?**

**JC:** Estão sensivelmente iguais ao que eram há dez anos, com a diferença de que agora as coisas estão cada vez mais complexas e complicadas. Antes, fazíamos um filme para a televisão e estava feito. Hoje, há formatos para o TikTok, para o Instagram, para as restantes redes sociais e para os outdoors. Há conteúdos, há vídeos digitais, há uma panóplia de entregas que têm de ser pensadas e abordadas de maneiras diferentes. Esta dificuldade não é só nossa, os clientes e as agências também a sentem.

**Como é que gerem o desafio de comunicar para audiências cada vez mais fragmentadas, distribuídas por um número crescente de plataformas, com orçamentos que são tendencialmente mais limitados?**

**NL:** Com carinho. É essa a verdade. Esta questão remete-nos novamente para a nossa filosofia, que nos destaca das outras produtoras. Também por trabalho nosso, temos o privilégio de ter uma equipa muito forte, que veste a camisola, que também luta pela Casper e que, se for preciso, faz mais horas. O reconhecimento que a produtora tem não é só dos três, é de muito mais gente. As pessoas gostam de trabalhar connosco.

**BF:** Esse é o nosso truque para conseguir contornar os multipedidos que nos fazem. Hoje, como existem 300 redes sociais, temos de desmultiplicar formatos. Tivemos de nos adaptar à nova realidade, mas é com muito carinho que o fazemos. Não é só com técnica nem talento. É também com muito amor.

**Há novas complexidades em termos de produção e pós-produção que encarecem os projetos?**

**BF:** Sim, pelo facto de termos de adaptar o que produzimos aos vários formatos.

**NL:** Essa adaptação exige mais edição, mais grading, mais sonoplastia, mais pós-produção. Exige mais tudo, quando o orçamento mantém-se o mesmo. **BF:** O número de entregas aumentou. O cliente pede-nos mais coisas.

**NL:** O realizador vai ter que fazer mais filmes, o diretor de fotografia vai ter de filmar mais, o guarda-roupa tem de criar figurinos que têm de ter em conta os vários suportes.

**BF:** As coisas transformaram-se um bocadinho e a indústria foi se adaptando. Não sei se o fez da melhor maneira ou não, não vou ser eu a julgar, mas acho que nos fomos adaptando, que é o que interessa.

**Como é que a inteligência artificial (IA) está a afetar a criatividade e a produção audiovisual?**

**BF:** A IA deve ser encarada como uma ferramenta que vai potenciar a criação e o desenvolvimento dos filmes logo na fase de pré-produção. Hoje, já ajuda o secretariado de produção a organizar folhas de serviço e a fazer mil coisas. Falando enquanto realizador e não enquanto sócio da Casper, acho que não está conectada ao talento e ao craft. O craft é uma coisa e o que se



faz com a IA é outra. Escrever muito bem não faz de uma pessoa um bom realizador de filmes.

A IA é uma boa para fazer algumas misturas num certo tipo de pós-produção de anúncios. Não acho que seja o eixo central daquilo que deve ser um filme. Ainda não estamos aí e espero não chegarmos aí.

**NL:** Além disso, despersonaliza o mercado.

**JC:** Como ferramenta, é útil, mas só quando é usada como tal, nunca como substituto. E sempre com curadoria humana.

**NL:** Será que as pessoas querem ver um filme que não foi feito por outras pessoas? Essa é uma questão que me coloco muitas vezes. Ainda recentemente a Academia de Hollywood lançou regras específicas, afirmando que não vai avaliar filmes que tenham atores, argumentos e guiões gerados através de IA. Acho que isso é correto. As pessoas devem continuar a ser postas acima de tudo.

**Tendo em conta que a IA está a permitir que agências de comunicação, empresas e até agências**

**criativas lancem filmes publicitários diretamente, com a tecnologia a substituir as produtoras audiovisuais, consideram que há aqui concorrência desleal?**

**NL:** Isso não tem só a ver com a IA. Com a abertura de muitos canais de comunicação, é cada vez mais necessário gerar imagens e criar conteúdos. Antigamente, tínhamos apenas quatro canais. Hoje, uma grelha de televisão por cabo tem centenas.

**BF:** Existem vários segmentos de produção. Como nos posicionamos num segmento diferente, há maior critério e mais exigência, com mais craft. É aí que queremos estar. Não excluímos a utilização de novas tecnologias e de novas ferramentas para nos auxiliarem em certas coisas, mas o craft deve ser sempre privilegiado em relação ao resto.

**NL:** Há 20 anos, com o desenvolvimento das televisões regionais em Espanha, de repente tínhamos talhos de bairro a fazer anúncios. Com todo o respeito, não será uma produtora de topo a produzir esses filmes, ainda que possa fazê-lo.

**BF:** A IA deu origem a novos conteúdos e a novas profissões, mas não

*“Em 2025, 30% dos nossos clientes foram estrangeiros, com os portugueses a representarem 70% da operação”, João Cabezas*

faz parte do produto principal que oferecemos. É uma ferramenta que usamos nalgumas tarefas, mas o nosso produto não é fazer filmes gerados por IA. Os nossos filmes são feitos por pessoas.

**À semelhança de outras produtoras audiovisuais, também se queixam da falta de apoios estatais?**

**NL:** De que apoios estamos a falar, dos apoios da mesa? Não temos apoios. Nunca recebemos um apoio na vida.

**BF:** Depende do tipo de apoios. Se estivermos a falar de apoios em que depois nos vão pedir juro, isso não são apoios.

**JC:** Nós fazemos maioritariamente publicidade. Quando há alguma coisa de ficção, videoclipes ou até documentários, somos nós que investimos para a fazer.

**BF:** Entrando no âmbito do cinema e da produção cinematográfica, faltam obviamente muitos apoios em Portugal. Basta lembrar que só 1% do orçamento estatal é que é canalizado para a cultura e, desse 1%, não sei qual é a ínfima parte que vai para o cinema. A esse nível, precisávamos de bastantes mais

apoios. Deveria até existir uma legislação melhor no que se refere ao mecenato. Não existe uma lei de mecenato em Portugal, é quase inexistente. Acho que poderia ser uma boa forma de empresas privadas financiarem a cultura.

**FATURAÇÃO DA CASPER FILMS CRESCER DESDE 2018**

**As produtoras portuguesas estão ao nível das internacionais?**

**BF:** Se tivéssemos mais dinheiro e mais meios, acredito que iríamos ser iguais ou melhores do que os outros.

**NL:** Não somos piores, até diria que somos melhores, porque fazemos mais com menos. Fazemos exatamente o mesmo ou melhor ainda, apesar de termos menos meios e orçamentos mais reduzidos.

**BF:** Não falta talento em Portugal. Há muitos anos que se elogia o talento das equipas, dos realizadores, dos produtores e dos diretores de fotografia portugueses. Falta-nos sermos um país com mais gente, onde se consumisse mais coisas, para podermos ter mais oportunidades de filmar mais e de experimentar coisas novas. Acho, honestamente, que somos iguais ou melhores do que quase todos os nossos parceiros europeus.

**JC:** Arranjamos sempre maneira de fazer as coisas.

**BF:** Temos clientes internacionais que nos contratam enquanto produtora para filmar para eles. Isto é a prova de que temos capacidade para fazer tão bem ou melhor do que outro país qualquer.

**Em termos de clientes, que peso tem o mercado internacional na atividade empresarial da Casper Films?**

**NL:** Depende do ano, mas pode andar entre os 80% nacionais e os 20% internacionais ou entre os 75% e os 25%.

**JC:** Em 2025, 30% dos nossos clientes foram estrangeiros, com os portugueses a representarem 70% da operação.

**NL:** Há dois anos, os nacionais rondaram os 60% e os internacionais 40%. Já tivemos anos em que andaram os dois à volta dos 50%. Também depende muito da duração dos direitos, que tendem a ser válidos por dois anos, pelo que há sempre um ano de maior volume.

**Como é que o negócio tem evoluído em termos de clientes, de faturação e de produções?**

**BF:** Temos crescido todos os anos.

**NL:** Desde que a Casper foi criada, em 2018, cresceu sempre. Cresceu

*“O nosso produto não é fazer filmes gerados por IA. Os nossos filmes são feitos por pessoas”, Bruno Ferreira*

de tal maneira que chegou a um ponto em que estrangulou, daí ter entrado o João como novo sócio, em 2023. Como já não tínhamos capacidade de produzir mais, tivemos de aumentar os nossos alicerces e continuamos a crescer. Este ano, está a correr bem. Não sabemos como é que o mercado se vai comportar daqui para a frente.

**BF:** Há muita incerteza em relação ao próximo ano e até ao segundo semestre deste.

**Em comparação com os primeiros meses do ano passado, estão com mais trabalho?**

**NL:** Estamos, mas não me pergunte qual é a razão. Acho que é geral. Vejo os nossos colegas a filmar sem parar. No nosso caso, fizemos nos

A faturação tem vindo sempre a crescer.

**O que é que a Casper Films está a produzir mais neste momento?**

**NL:** O nosso mercado é a publicidade, tirando algumas exceções, como os videoclipes e os projetos artísticos que desenvolvemos. Mas esses não os fazemos por fatores financeiros. Fazemo-los por gosto, porque nos dão uma liberdade criativa muito maior. Podemos brilhar. Os nossos realizadores podem abrir as suas barreiras e expandir o seu leque de criatividade.

**NOVOS REALIZADORES COM POUCAS OPORTUNIDADES**

**Está prevista a contratação de novos realizadores a curto prazo?**



primeiros cinco meses do ano o mesmo que fizemos o ano passado, em termos de volume de trabalho e a nível de faturação. E não sentimos que fosse uma coisa só nossa. Todo o mercado tem estado assim. Tivemos um inverno muito rigoroso, que também nos ajudou nisso, porque não se filmou no exterior durante algum tempo.

**BF:** Nesse período, só se conseguia filmar em estúdio. Fomos muito influenciados pela meteorologia, este ano. Além disso, é ano de campeonato mundial de futebol. Nestas alturas, há mais investimento por parte das marcas.

**Quanto é que a Casper Films faturou em 2025?**

**NL:** Digo apenas que crescemos.

**BF:** Neste momento, a intenção é consolidar a pool de realizadores que temos. Em Portugal, são quatro, o André Caniços, o Bruno Ferreira, o Flávio de Sousa e a Maria Beatriz Castelo, mas depois temos mais cinco lá fora.

**JC:** Temos o Stjepan Klein na Alemanha, o Markus Gasser na Áustria, o Pablo Fusco na Argentina, o Scott Pickett na Austrália e o Bráulio Amado nos Estados Unidos da América.

**BF:** Não excluímos a hipótese de aumentar o naipe de realizadores mas, neste momento, acho que estamos bastante bem servidos. Acreditamos muito na Maria Beatriz Castelo, que foi a nossa mais recente contratação. Tem imenso talento e já o está a provar. Precisa



é de mais oportunidades para o mostrar.

#### Os novos realizadores têm hoje um acesso mais facilitado ao mercado?

**BF:** Não. Há poucas oportunidades para os jovens realizadores. É importante realçar isso. Acho que é cada vez mais difícil. O mercado está mais competitivo e há mais realizadores novos. À semelhança de programas como o Young Lions Portugal, desenvolvido para

impulsionar a carreira de jovens criativos, também se devia fomentar o trabalho dos jovens realizadores. É um trabalho que está a faltar. Preciávamos de impulsionar mais isso.

**NL:** Acho que é um bom desafio para o Clube da Criatividade de Portugal (CCP).  
**BF:** Também se deveria promover mais encontros entre os jovens realizadores, para falarem dos problemas com que se debatem todos os dias, que são bastantes.

*“Há muita incerteza em relação ao próximo ano e até ao segundo semestre deste”, Bruno Ferreira*

## “Faz falta mais concorrência”

#### Existem meios técnicos e humanos suficientes para responder ao aumento da produção audiovisual que se verificou com o aumento da procura internacional que Portugal tem tido?

**JC:** Acho que existem meios técnicos, cenários, técnicos espetaculares e abertura de horas para trabalhar, mas, como o mundo está em crise, os clientes estrangeiros estão a vir menos a Portugal. Apesar da crise global, continuamos a ter o melhor tempo, horas de sol, técnicos espetaculares, locations e equipamento, temos tudo.

#### Não existem áreas onde a oferta continua a não conseguir dar resposta à procura?

**BF:** Acho que precisamos de estúdios maiores, para dar um exemplo.

**NL:** Não sei se o problema está no tamanho dos estúdios e também não vou estar a mencionar o que é que eu acho que falta, porque os nossos fornecedores vão ficar aborrecidos connosco. Mas existem, efetivamente, alguns departamentos que têm muito pouca concorrência, o que faz com que estejamos à mercê de certas pessoas nesses departamentos. Estou a falar de coisas muito específicas. Na maior parte dos casos, conseguimos ter resposta, mas era preciso mais catering, mais figuração e mais construção.

**BF:** É preciso de mais oferta, na generalidade. Além da falta de oferta em termos de outsourcing, também faz falta mais concorrência.

**JC:** Os investimentos que se fazem são em horas de trabalho e em filmes que não vão ser rentáveis.

#### Estão a trabalhar mais para fora?

**BF:** Sempre que tivermos a oportunidade, vamos querer trabalhar para fora e temo-lo feito sempre que podemos. Agora, o mercado está complicado. A nível internacional, acho que ainda está pior. Temos muitos parceiros em muitos países.

**NL:** Com a entrada do João, até viemos reforçar essas parcerias.  
**BF:** Há muitos países da Europa que estão a filmar menos.  
**JC:** Falava há pouco um produtor inglês que me disse que o ano passado foi o pior ano que tiveram nos últimos 20 anos. Estão com muita dificuldade em ir filmar para fora do país, acabando por ficar nos países de origem.

**NL:** Lá fora, os trabalhos que ganhamos são basicamente fruto das nossas relações, das nossas amizades e das nossas parcerias.

#### Em que país estrangeiro é que a Casper Films trabalha mais?

**JC:** Em Itália, provavelmente. Também estivemos a filmar para a Áustria o mês passado.

**BF:** Já filmámos para França e para os Estados Unidos da América. Agora, está a passar nos canais nacionais um filme que realizámos para o mercado americano, com realização minha e produção do Nuno e do João. Não foi feito para Portugal, mas está a ser exibido cá.

**NL:** Acabamos por trabalhar mais em Itália porque temos boas relações com agências italianas, que acabam por nos trazer trabalho de outros países.

#### O APELO À UNIÃO DO SETOR

##### A concorrência estimula-vos?

**BF:** A concorrência ajuda-nos a melhorar o mercado. Todas as outras produtoras ajudam-nos a ser melhores porque têm feito um excelente trabalho. Acho que todas

“Na maior parte dos casos, conseguimos ter resposta, mas era preciso mais catering, mais figuração e mais construção”,  
Nuno Lobo

se esforçam muito nesse sentido. Existir uma boa competição é bom, é saudável para todos. Devíamos estar mais unidos para defender a classe. É um apelo que eu desço.

#### Não há união?

**BF:** Existir mais união nunca é demais. Estamos um bocadinho mais, desde há uns anos para cá, mas acho que devíamos estar ainda mais unidos.

**NL:** Eu continuo a acreditar que isso é possível.

**BF:** Há questões que temos de abordar no futuro que são muito importantes para todos, como é o caso da questão dos treatments [documentos criativos apresentados pelos realizadores ou pelas produtoras para explicar como pretendem executar um filme ou uma campanha], que na minha opinião devem ser pagos. Todas estas questões devem ser melhor debatidas e mais faladas, de uma maneira aberta e saudável. Ficariamos todos a ganhar.

**NL:** Se não tivesse a concorrência dos meus colegas, porque estamos cá de igual para igual, o mercado também perdia. Mas a concorrência tem de ser limada. Há critérios que têm de ser melhor trabalhados.

#### Porque é que os treatments deveriam ser pagos?

**NL:** Temos sete produtoras a apresentarem propostas para um filme não me parece que seja muito justo. Já sabemos que existirão seis que vão perder. O que vai ditar a escolha vai ser o valor ou vai ser a criatividade? Acho que se deveria reduzir o número de produtoras a concurso.

**BF:** A solução é o bom senso. Nenhum filme precisa de ter mais do que três produtoras a concurso. Se escolherem três para entrarem num pitch, já vão ter três opções orçamentais, de visão de realização e por aí fora, que permitem à agência e ao cliente avaliarem da melhor maneira a quem é que vão dar o filme.

**JC:** Uma dessas propostas deveria considerar sempre um novo realizador, para haver sangue novo e permitir-lhe mostrar as suas ideias.  
**BF:** É importante arriscar mais. As agências e os clientes podem ter, de repente, uma visão de um novato, que consegue dar um rasgo de genialidade a um filme que os mais velhos não conseguiram dar.

#### O paradigma precisa de ser mudado?

**NL:** É preciso arriscar mais nos jovens realizadores e reduzir o número de produtoras a concurso em cada pitch, que muitas vezes é excessivo e disparatado. Os treatments também têm de começar a ser avaliados como um trabalho que é digno de ser pago às produtoras e aos realizadores

**NL:** É o que acontece noutros mercados.

**BF:** Isto não é novo.

**NL:** A produtora que ganha paga aos outros. Há um fee quando é contemplado no orçamento para pagar o treatment às produtoras que perdem.

**BF:** As produtoras têm de estar unidas porque estas questões devem ser discutidas em bloco. Sozinhos não vamos a lado nenhum. **M&P**