



Ter, 05 de Junho de 2012.
06:15:00.

VALOR ECONÔMICO | EMPRESAS (B3)
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

Teles destinam recursos à produção de cinema

Por **De São Paulo**

As empresas de telecomunicações destinaram R\$ 823 milhões à indústria cinematográfica brasileira entre os meses de março e maio. A expectativa é que até o fim de 2012 sejam utilizados R\$ 400 milhões desse montante, informou o diretor-presidente da Agência Nacional do **Cinema (Ancine)**, **Manoel Rangel**.

Os recursos foram obtidos por meio da Contribuição para o Desenvolvimento da **Indústria Cinematográfica** Nacional (Condecine), pelo qual as teles podem direcionar parte do imposto que seria pago ao Fistel, um fundo da área de telecomunicações.

O objetivo do Condecine é permitir o financiamento de um número maior de produções audiovisuais no país, em linha com a nova lei da TV paga, cuja regulamentação foi apresentada ontem pela **Ancine**, no Fórum Brasil TV, em São Paulo.

No ano passado, por meio de uma instrução normativa da **Ancine**, as operadoras móveis tiveram redução na taxa que pagam por unidade de celular que adquirem, hoje de R\$ 39. Em contrapartida, a contribuição foi direcionada à ampliação do Fundo Setorial do **Audiovisual**.

A medida integra a Lei 12.485, do serviço de Acesso Condicionado (SeaC), que, por cinco anos, ficou em tramitação no Congresso e foi aprovada em setembro. Coube à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) publicar as normas relativas às operadoras de TV por assinatura, o que foi feito no mês de março.

Em essência, o regulamento da Anatel trata da adaptação das licenças já existentes, separadas por tecnologia de TV a cabo, satélite ou micro-ondas, a um corpo unificado de regras.

Na legislação referente ao cinema, a primeira instrução normativa cria cotas obrigatórias de conteúdo nacional a serem veiculados em horário nobre (das 18 às 24 horas). Enquadram-se nessa categoria seriados, documentários, filmes, minisséries e "reality shows". Pela lei, as emissoras de **TV por assinatura** deverão exibir nesse horário pelos menos 1 hora e 10 minutos por semana de programação nacional. Em 2015, o total deve chegar a 3 horas e meia de programação por semana.

A segunda norma fixa que a publicidade não pode exceder a 25% do total da programação exibida pela TV paga, mesmo percentual das emissoras abertas. "O assinante queixa-se de que paga para não ver propaganda", afirmou **Manoel Rangel**, diretor-presidente da **Ancine**. (JC)