

# Sexta-feira, 15 de Agosto de 2014

Sex, 15 de Agosto de 2014.  
11:18:00.

**BARÃO DE ITARARÉ | NOTÍCIAS**  
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

## Lei da TV paga, uma pequena revolução

Por mais que este tema raramente seja visto na televisão, acredite: ele está presente na programação diária da sua telinha. O debate e a regulação da **TV por assinatura** são fundamentais para garantir mais democracia e diversidade no que é oferecido ao consumidor – atualmente, mais de 52 milhões de brasileiros têm acesso ao serviço.

Por Felipe Bianchi, para a série especial do Barão de Itararé\*

De 2011 para cá, muita coisa mudou no mundo da TV paga, podendo ser percebidas “a olho nu”, apenas zapeando a grade de canais: para se ter ideia, a quantidade de programação nacional, que totalizava 400 horas por ano (o que representa pouco mais de uma hora por dia somando todos os canais do pacote e contando, inclusive com o Canal Brasil), passou a ocupar 2 mil horas, nos cálculos da **Agência Nacional do Cinema (Ancine)**.

Essa e outras mudanças ocorreram graças à Lei da TV por Assinatura (Lei 12.485), sancionada em setembro de 2011 e que, nas palavras de Marco Altberg, presidente da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão (ABPITV), pode ser considerada como “uma pequena revolução”. A lei, discutida por diversos setores da sociedade por quase cinco anos, estabelece normas que promovem a cultura nacional e regional, além de fomentar o mercado audiovisual brasileiro. Desde a sua aprovação, em 2011, o número de produtoras independentes atuantes no mercado da TV paga quase triplicou, passando de 175 a mais de 460, de acordo com Altberg.

A proporção de canais estrangeiros e brasileiros, antes sem definição, passa a ser de seis para um. A partir do sexto canal estrangeiro oferecido pelo pacote de TV, um canal nacional tem de entrar na grade. Todos, com exceção de canais jornalísticos e esportivos, precisam oferecer ao menos três horas e meia semanais, em horário nobre, de conteúdo nacional qualificado, o que exclui esportes, programas religiosos ou políticos, concursos, publicidade, programas jornalísticos e de auditório, televentas ou comerciais. A empacotadora também tem a obrigação de carregar um canal comunitário, desde que esse canal disponha da tecnologia necessária.

Na visão de Altberg, a regulação criou um ambiente favorável ao crescimento do mercado audiovisual brasileiro – do cinema e da produção independente até a TV aberta e as novas mídias. “O que a Lei da TV por Assinatura cria são mecanismos de estímulo e reconhecimento da produção nacional, o que tem impulsionado o aumento do público e o crescimento do setor no geral”, avalia. Não à toa, o setor representa atualmente 0,46% do PIB do país, de acordo com **Manoel Rangel**, presidente da **Ancine**.

Conforme argumenta Altberg, é comum, em países com democracias consolidadas, que a maior parte do conteúdo televisivo seja nacional e produzido de forma independente. “Historicamente, porém, não é assim que funciona no Brasil, por uma série de fatores políticos e econômicos”, pontua.

A Lei do SeAc (**Serviço de Acesso Condicionado**) regulamenta, para o serviço de TV paga, pontos já previstos na Constituição Brasileira. O artigo 221 da carta magna brasileira, por exemplo, estabelece que rádio e televisão devem atender, entre outros princípios, à “promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação”,

além da “regionalização da produção cultural, artística e jornalística”.

Renata Mielli, secretária-geral do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, lembra que a **TV por assinatura** ingressou no Brasil com um modelo de baixo custo, que previa a reprodução de conteúdos estrangeiros. “O modelo inicial é majoritariamente ocupado por canais e programadoras estrangeiros. O único canal nacional que existia, além dos canais Globosat, o Canal Brasil, foi uma obrigação colocada pela Lei do Cabo – que todas as empacotadoras carregassem ao menos um canal de conteúdo brasileiro”, diz. “Com o crescimento do poder aquisitivo do cidadão brasileiro nos últimos 10 ou 12 anos e a perceptível perda de qualidade da TV aberta, ocorre um aumento significativo do público consumidor da **TV por assinatura**”.

Para ela, é importante ressaltar que “a produção nacional já vinha crescendo muito nos últimos anos mesmo sem a aprovação da lei”. O problema consistia na falta de janela de exibição: “Nas salas de cinema, por exemplo, a permanência desses filmes é mínima. Ao criar a obrigatoriedade de veiculação de conteúdo nacional, sendo uma parte dela independente, soluciona-se essa falta de espaço”.

A jornalista opina que a lei poderia ter ido ainda mais longe, “principalmente no que diz respeito ao monopólio e à propriedade cruzada, à questão das reprises de conteúdo ou sobre a manutenção da proibição de publicidade em canais comunitários”, mas no geral, sintetiza, é muito avançada. “Se no meu pacote tem um canal jornalístico como a Globo News, a empacotadora é obrigada a oferecer, sem ônus, Band News, Record News ou qualquer outro canal do tipo para que haja um mínimo de diversidade”, exemplifica.

As campanhas ostensivas contra a aprovação da lei, encabeçadas por grandes empresas do setor, principalmente a Sky, mostrou-se equivocada, conforme explica Marcos Altberg. “Até agora, o que vemos é um crescimento cada vez maior do público consumidor de TV paga”, argumenta. “É claro que, no jogo, cada um defende seus interesses, como a Sky, mas eles próprios se beneficiam dos resultados que temos obtido”.

Para o MPF, regulação não é controle

A campanha levada a cabo pela Sky veiculou peças publicitárias afirmando que, aprovada a lei, “o controle remoto passaria das mãos do telespectador para as mãos da **Ancine**”, órgão que regula o setor audiovisual no Brasil. Para passar a mensagem, a operadora utilizou estrelas da seleção brasileira de vôlei que também atuavam no Pinheiros, time patrocinado pela empresa (assista aqui).

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) repudiou publicamente a iniciativa da Sky, afirmando que a empresa utilizou-se de “publicidade massiva em canais abertos da televisão brasileira” para “veicular informações equivocadas e apelar ao senso afetivo e emocional do consumidor, com a utilização de ídolos do esporte e ideias que remetem ao cerceamento da liberdade”.

Na ocasião, o Idec também assinalou que “a campanha induz o consumidor a ser contra a medida que, na verdade, é favorável a ele, pois regula um segmento comercial para a garantia de mais qualidade do serviço e maior equilíbrio e segurança nas relações de consumo”. Confira um trecho da nota (ou clique aqui para ler a íntegra do texto):

– Diferentemente do que a Sky afirma, hoje são ínfimas as opções dos consumidores que pagam - caro - pelo serviço de **TV por assinatura**. A nova lei tem o intuito de mudar esse quadro, expandindo tanto o número de empresas prestadoras, algo que deve ampliar a competição e baratear os preços, quanto a oferta de canais e conteúdos, que serão mais vantajosos na quantidade e na diversidade (...) Assim será garantida a liberdade de escolha do consumidor, direito básico previsto no art. 6º, II, do CDC (Código de Defesa do Consumidor), e não com a manutenção da situação atual, como deseja a empresa.

Os ataques não se restringiram à esfera do mercado: três Ações Diretas de Inconstitucionalidade (ADI), de autoria da Associação Brasileira de Radiodifusores (Abra), a Associação Neo TV e também do partido Democratas (DEM), foram levadas ao Supremo Tribunal Federal (STF). O argumento baseava-se no pressuposto de que a lei feria princípios de segurança jurídica, ampla concorrência, livre iniciativa e até mesmo liberdade de expressão.

Em agosto de 2013, porém, a Procuradoria Geral da República (PGR) enviou dois pareceres ao STF expondo que não havia nenhum tipo de violação constitucional no texto da matéria. Nos documentos, a PGR defende o papel do Estado como ente regulador, já que, na letra da lei, não havia nenhum tipo de intervenção ou restrição da liberdade de expressão e de pensamento que justificassem tais argumentos.

O **Ministério Público** Federal (MPF) foi além, declarando que as políticas regulamentadas pela lei proporcionam uma democratização dos meios de comunicação, devido ao estímulo à diversidade de conteúdo através da produção nacional, regional e independente. O órgão manifestou que “o pluralismo e a diversidade no acesso à informação é a dimensão positiva do princípio da liberdade de expressão”.

Por mais sotaques na TV brasileira

Para Marcos Altberg, o próximo desafio da televisão brasileira será discutir e aprofundar a regionalização do conteúdo. “Tanto na **TV por assinatura** quanto na TV aberta, creio que este é o grande tema a ser enfrentado daqui pra frente”, avalia.

Renata Mielli pontua que, apesar de a lei não tratar diretamente do assunto, ela trouxe benefícios para que a diversidade tenha lugar, pelo menos, na **TV por assinatura**. A lei prevê investimentos no fomento à produção, como o Fundo Setorial do **Audiovisual** e uma série de linhas de financiamento criadas pela **Ancine**, de forma a garantir que haja conteúdo nacional suficiente para o cumprimento das cotas. “Nesses editais”, destaca, “há um recorte regional, que descentraliza a economia do audiovisual no Brasil e promove a pluralidade de conteúdo a partir da realidade do país”.

“É fundamental”, na avaliação de Mielli “que você ligue a televisão e tenha à disposição um canal com o qual se identifique culturalmente. Não apenas para uma determinada comunidade, mas também para que eu, que sou de uma região do país, conhecer a realidade da outra, de forma a combater a pasteurização da programação televisiva”.

Ela explica que essa “pasteurização” é um “malefício que herdamos do modo como foi instalada a radiodifusão aberta no país”: “A Rede Globo, braço midiático criado pelo projeto militar, reivindica uma espécie de 'vocação' para construir a identidade nacional brasileira, e o fez, desde sempre, eliminando as diferenças. Por isso dizemos que nossa TV não tem sotaque”. Pelo menos no campo da TV assinatura, a história pode ser diferente, opina. “Se nos vemos na TV paga, talvez haja, também, uma pressão para que nos vejamos na TV aberta e nos meios de comunicação em geral”.

Saiba mais

Todas as informações sobre a Lei 12.485 estão disponíveis à sociedade no FAQ – Lei da TV Paga, na página da **Ancine**. Lá, o órgão explica em detalhes e com linguagem acessível as razões pela qual a Lei foi criada e as mudanças que propõe. Diversos documentos relacionados à regulação também estão disponíveis para download no site.

Abaixo, gráficos publicados pela **Ancine** mostrando o crescimento da veiculação de conteúdo nacional após a aprovação da Lei 12.485:

Tabelas comparam o tempo de exibição de conteúdo brasileiro e estrangeiro em 2011, ainda sem a vigência da lei, e 2013

\*Entre 5 de agosto e 5 de outubro, data marcada para as eleições de 2014, o Barão de Itararé publicará, às terças e quintas-feiras, reportagens especiais abordando temas ligados à comunicação que, geralmente, são excluídos do debate eleitoral. A reprodução é livre, desde que



citada a fonte. Saiba mais sobre a iniciativa aqui.



