

Mercado discute a regulação do VoD no Brasil

Em 2011, o Brasil se tornou o primeiro mercado da América Latina a ter acesso aos serviços da **Netflix**, maior empresa de TV por internet do mundo. No mesmo ano, foi implantada a lei 12.485, também conhecida como Lei da TV paga, que impõe aos canais de **TV por assinatura** uma cota para o conteúdo nacional. Desde então, teve início a contenda entre os fornecedores de VoD (video on demand) e os operadores de canais pagos, os quais alegam ser injusta a concorrência, devido à falta de regulação dessas plataformas. A questão foi debatida em painel do RioMarket na última segunda.

"É uma realidade que veio pra ficar, não tem mais volta", garantiu Luiza Duarte, advogada especialista no tema. A afirmação veio pautada em uma pesquisa divulgada pela Ericsson, empresa sueca do ramo tecnológico: no Brasil, o número de espectadores que assistem à programação tradicional de televisão caiu de 81% para 73% no último ano, enquanto a proporção do VoD subiu para 36%.

Cota de tela não se aplica ao VoD

Rosana Alcântara, diretora da **Ancine**, concorda que é preciso regular o setor, mas disse que a agência ainda está buscando a melhor forma de conduzir o processo, já que este assunto diz respeito ao futuro da circulação do conteúdo **Audiovisual** brasileiro. Para ela, o VoD atende à demanda do consumidor por diversidade e conforto, além de dinamizar a lógica das janelas e promover o melhor aproveitamento do potencial de exploração dos produtos independentes.

"Estamos analisando alguns modelos estrangeiros, mas sem esquecer as

especificidades do mercado brasileiro e as diretrizes da **Ancine**, que são: acesso de empresas menores entrantes no mercado; necessidade de adequação de agentes estrangeiros às leis brasileiras; e implementação de modelo tributário condizente com modelo de negócio brasileiro".

Para Luiza Duarte, em se tratando do vídeo por demanda, não caberia então a taxa via cota de 5% para o conteúdo nacional, como é feito com a TV paga, porque esse conteúdo se perderia em meio ao catálogo da plataforma. Além disso, "o provedor acabaria comprando apenas produtos de baixo custo e qualidade, o que não é bom para a indústria brasileira", completou.

Pirataria ainda é um agravante

Ricardo Castanheira, diretor geral da Motion Pictures Association, acredita que a internet é uma enorme oportunidade para o Brasil, especialmente para criadores independentes. Mas há que se levar em conta os riscos ligados à pirataria - um estudo recente lançado pelo governo federal diz que 81% dos brasileiros que consomem materiais digitais sabe que o conteúdo provém de fontes ilícitas. "Todos os anos, a pirataria causa um rombo para o Brasil de cerca de R\$ 1 bilhão em tributos não recolhidos", enfatizou Castanheira.

Diante do quadro, Luiza Duarte aposta na regulação como algo necessário, mas que precisa considerar as particularidades de cada negócio. "Enquanto no cinema e na TV 'empurra-se' conteúdo, no VoD o conteúdo é disponibilizado, ou seja, é o consumidor quem escolhe o que quer ver. Ele não é refém de uma grade de programação", explicou.