

Audiovisual teme crise com saída das teles

O setor **Audiovisual** está prestes a sofrer uma baixa de recursos caso a liminar concedida pela 4º Vara de Brasília ao SindiTelebrasil (Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal) não seja derrubada.

A Justiça isentou as teles da Contribuição para o Desenvolvimento da **Indústria Cinematográfica** Nacional (Condecine) anual ao Fundo Setorial **Audiovisual** (FSA). O SindiTelebrasil, que representa as empresas de telecomunicações, se opõe à contribuição com o argumento de que ela tornou-se um canal de arrecadação por parte do governo.

Ao jornal Valor, **Manoel Rangel**, diretor-presidente da **Agência Nacional do Cinema (Ancine)** afirmou que, conforme previsto, 60% dos recursos são utilizados no desenvolvimento da indústria, outros 20% vão para a União que podem ser utilizadas livremente.

No ano passado, a arrecadação para o fundo foi de R\$ 915,4 milhões, e a previsão da **Ancine** é de que este ano, contando com a contribuição das teles, ela chegaria a R\$ 1,14 bilhão. "Caso a liminar não seja derrubada haverá uma grave crise no setor", disse Rangel. O dinheiro vindo das teles representa em torno de 78% do FSA.

Segundo Rangel, entre 2014 e 2015, os recursos do FSA atenderam 713 empresas na produção de 306 filmes de longa metragem com os recursos do filme. "As empresas estão pressionadas com o ICMS dos estados, mas não podem criar problemas para todo um setor", disse Rangel.

Em comunicado, a Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (APRO) afirma

que recebeu com enorme surpresa a ação e afirmou que a liminar concedida afeta diretamente os recursos alocados para o fomento do **Audiovisual** brasileiro e colocam em eminente risco de quebra financeira e a perda de mais de 450 mil empregos diretos e indiretos.

"Estamos falando em mais de 5.000 empresas brasileiras produtoras de conteúdo, cinema, publicidade, **Documentários**, programas de televisão, séries de animação, games nacionais; canais de televisão por assinatura, distribuidores, agregadores de plataformas digitais. Enfim, um mercado que representa diretamente a cultura e o talento brasileiros dentro e fora de nossas fronteiras", disse a APRO em nota.

A Condecine foi criada em 2011 por meio da Lei 12.485 que trouxe novas regras para o setor de **TV por assinatura**. A cobrança é feita todos os meses de março.

Progresso ameaçado

O setor **Audiovisual** brasileiro vive um momento positivo. Altos índices de bilheteria e o salto de qualidade dos conteúdos para a televisão, inclusive com premiações de séries brasileiras ao Emmy mostram o progresso do setor.

O **Audiovisual** representa 0,54% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil com uma contribuição anual de R\$ 22,2 bilhões para a economia. Os dados são do primeiro levantamento feito em parceria entre a **Agência Nacional do Cinema (Ancine)** e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O cinema brasileiro alcançou números recordes em 2015, de acordo com o Informe Anual divulgado nesta semana pela **Agência Nacional do Cinema (Ancine)**. No ano passado, foram registrados 172,9 milhões de espectadores nas salas de cinema do País, alta de 11,1% em relação a 2014. A renda gerada em bilheteria foi de R\$ 2,35 bilhões, alta de 20,1% em comparação ao ano anterior.

Mercado publicitário

Em outubro de 2015, Abap e Fenapro se opuseram ao reajuste de 143% no Condecine Título e de 28,48% no Condecine Teles. O aumento da taxa, segundo as entidades, geraria retração no mercado principalmente em um cenário de crise, como o enfrentado no Brasil. Já a Associação de Produtores de Obras Audiovisuais (Apro) julga o reajuste necessário mas acredita que ele poderia ter ficado para 2016.

"Entendemos que, depois de tantos anos, a taxa poderia sim sofrer algum tipo de reajuste. Mas não concordamos com um percentual tão elevado e de uma única tacada", disse Orlando Marques, presidente da Abap.

Já para a Fenapro o aumento do Condecine terá forte impacto sobre os investimentos dos pequenos anunciantes em televisão, por encarecer fortemente a produção dos comerciais. "Chega em momento muito desfavorável para o mercado e vai reduzir fortemente a capacidade dos pequenos anunciantes de utilizarem a TV em suas campanhas", afirma Glaucio Binder, presidente da Fenapro.