

Qui, 01 de Março de 2012.
16:56:00.

MEIO E MENSAGEM | NOTÍCIAS
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

Lei 12.485: efeitos só no ano que vem

Manoel Rangel, diretor-presidente da **Ancine**, acredita que a nova legislação, aplicada a partir de julho, só será sentida na prática em 2013
Teresa Levin

A Lei 12.485, que estabelece a nova regulamentação para a **TV por assinatura**, começa a ter efeito a partir de julho, mas na prática ela só impactará o mercado a partir do começo do ano que vem. Isto é o que acha o diretor-presidente da **Ancine (Agência Nacional de Cinema) Manoel Rangel**. Ele participou na manhã desta quinta-feira, 01, do RioContentmarket, onde apresentou a players do mercado audiovisual as principais mudanças que a nova regulamentação vai gerar no segmento.

“A partir ali de julho, quando a lei já estiver sendo cobrada, vamos começar a ter os efeitos da lei sendo sentidos. Mas é claro que isso vai vir pouco a pouco já que as alterações serão feitas de forma suave. As obrigações que estão sendo exigidas serão estabelecidas aos poucos. É provável que a gente vá sentir de maneira mais global os efeitos da nova legislação só no início do próximo ano, quando já terão transcorrido seis, sete meses, com o mercado dentro desta nova realidade”, detalhou.

A uma plateia formada por representantes do mercado audiovisual, Rangel disse que o marco regulatório convergente é a primeira resposta do parlamento a esta nova configuração de serviços de telecomunicações e audiovisuais. “Estruturou-se uma base conceitual para a organização e o desenvolvimento destes serviços de forma consistente, para dar base as transformações que vem ocorrendo”, justificou.

Crescimento

O diretor-presidente da **Ancine** reforçou o potencial do segmento de **TV por assinatura** no Brasil. “Estamos diante de um mercado que no Brasil tem hoje 12 milhões de assinantes e que deve crescer bastante rapidamente nos próximos anos, permitindo que um serviço outrora de baixa penetração, possa ser de grande penetração, aproveitando o momento da economia brasileira e o cenário que se configura”, comentou. Ele lembrou que o mercado audiovisual brasileiro ainda é relativamente pequeno. “Levando em conta o faturamento mundial de serviços audiovisuais, o Brasil responde por apenas 2 a 3% do montante global. Há um gargalo importante, principalmente na **TV por assinatura** e no cinema nacional”, acredita. Entre os objetivos da nova agenda regulatória está justamente tornar mercado audiovisual compatível com importância da economia do país. “Para isso é crucial ter mais programadores comprometidos com a produção brasileira, com o conteúdo nacional”, fala.

Rangel espera que a nova regulamentação fortaleça as empresas brasileiras de produção e programação. “Estimamos que cerca de duas mil horas de produção brasileira serão necessárias ao ano. E esta resposta será dada por uma reconfiguração das produtoras, sendo capaz de tocar mais que um ou dois projetos ao mesmo tempo, com uma encomenda dos exibidores maior. O investimento público será uma alavanca deste processo e, pela primeira vez, estamos diante de uma demanda que permitirá um investimento privado maior para dar resposta à necessidade de conteúdo brasileiro que a lei fixou”, disse. O diretor-presidente da **Ancine** reforçou que a transição do atual momento para a implementação das novas regras deverá ser suave. “Faremos o esforço necessário para alterar o menos possível a configuração natural deste mercado, queremos estimular o conjunto do audiovisual sem alterar a sua natureza”, esclareceu.

Sobre as consultas públicas que estão sendo promovidas para discutir a Lei 12.485, Rangel citou alguns pontos que considera relevantes, entre eles, a questão da veiculação de publicidade na TV paga. “A lei fixou que o espaço publicitário não deve ultrapassar 25% do total da programação, que é o mesmo tempo fixado para a TV aberta. Mas é frequente a reclamação dos cidadãos de

que pagam por um serviço e não pela publicidade. Mas quem atua neste mercado sabe que a publicidade é importante na formação de custos, por isso temos que encontrar um equilíbrio nesta equação econômica. A publicidade é necessária para a formação do preço do canal, mas o interesse do cidadão também deve ser preservado”, comentou.

Rangel lembrou que a nova normatização foi preparada com o desejo de que seja a mais estável possível, mas é preciso colocar em marcha a regulamentação para acompanhar como será a regularização do mercado. “Quais os efeitos positivos e negativos, as dificuldades e oportunidades que ela gera, ficando atento à devida evolução do regulamento ao longo do tempo”, finalizou.

Im