

Sex, 02 de Março de 2012.
07:47:00.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO | VIVER
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

Mais Brasil na TV paga

Lei que obriga uma cota maior para conteúdos locais é motivo de divergência entre emissoras de televisão por assinatura e produtoras independentes

Produtoras independentes e emissoras de **TV por assinatura** estão travando uma verdadeira guerra virtual. O motivo da briga é a Lei nº 12.485, que estabelece cotas reservadas para conteúdo produzido no Brasil na programação da TV paga, com o objetivo de promover a pluralidade do mercado e valorizar as produtoras brasileiras independentes. A lei foi sancionada em setembro de 2011 e a Agência Nacional do **Cinema (Ancine)** tem até 12 de março para publicar a regulamentação específica (a versão provisória está disponível no site do Diário). A população pode se manifestar através de consulta pública, que se encerra amanhã.

A lei estabelece que 3h30 semanais do horário nobre dos canais qualificados sejam destinadas a conteúdo brasileiro, metade delas de produtora independente. Os canais que atendem a esses requisitos devem corresponder a pelo menos um terço dos canais ofertados pelas programadoras. A regra será aplicada gradualmente: 1h10 em 2012, 2h20 em 2013 e 3h30 em 2014. A política de valorização do conteúdo local já é praticada nas salas de cinema e exige cota de 28 e 63 dias por sala entre 3 e 14 filmes nacionais. Na TV, a exigência representa 2,08% do total da programação.

A cota incide somente sobre o tal “conteúdo qualificado”, que engloba filmes, séries, seriados, novelas e animações. É o caso dos títulos Alice e Mandrake, Peixonauta, Tarja preta, Genial e Julie e os fantasmas, já inseridos na programação paga. Conteúdos religiosos ou políticos, manifestações, jornalísticos, programas de auditório e esportivos não serão incluídos na contagem. Na prática, uma programadora que possui 12 canais de conteúdo qualificado, três de esportes e dois de jornalismo terá que se adaptar da seguinte forma: oito canais de conteúdo qualificado em geral, quatro de conteúdo qualificado brasileiro, três de esporte e dois de jornalismo.

As programadoras se posicionam contra a lei e questionam o fato de canais de esportes, jornalismo e outros não serem incluídos na cota. Para pedir apoio da população contra a lei, a Sky, maior programadora de TV paga do país, com quase quatro milhões de usuários, entrou com ação de inconstitucionalidade no Supremo Tribunal Federal (ADI4679), veiculou propagandas nas principais revistas nacionais no fim de semana passado, lançou um vídeo estrelado por atletas e ainda um site. “Nestes 15 anos de nossa trajetória, jamais recebemos qualquer demanda dos assinantes no sentido de querer ver mais filmes brasileiros independentes na TV”, argumenta a empresa, em nota oficial.

A estratégia de utilizar Giba, Gustavo, Bruninho e outros atletas tem chamado atenção, pelo menos dos que discordam. Associações e produtores publicaram notas de repúdio à campanha, que classificam como “sórdida”, “equivocada” e “de desinformação”. “Não podemos deixar passar esse momento especial para a produção de conteúdo brasileiro, e solicitamos a todos que repliquem em suas redes sociais a importância de garantirmos o apoio à lei”, afirmam os diretores da Associação Brasileira dos Produtores Independentes (ABPI-TV).

Essas mudanças interferem na programação veiculada para cerca de 13 milhões de domicílios, o que significa um alcance de 43 milhões de pessoas. (Luiza Maia)