

Qua, 07 de Março de 2012.
01:23:00.

FENAJ | NOTÍCIAS
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

Cotas na TV por assinatura: a mentira não pode prosperar

A Federação Nacional dos Jornalistas manifesta publicamente seu repúdio às campanhas promovidas pela SKY e pela Jovem Pan, respectivamente contra aspectos da Lei 12.485/11 e da veiculação do programa "A Voz do Brasil". Igualmente, a FENAJ considera a perspectiva de relaxar ou minimizar a obrigatoriedade de cumprimento de cotas um desserviço à cultura nacional e à almejada democratização da comunicação no país.

A propaganda veiculada pela SKY, com a lamentável participação de atletas de expressão nacional, sustenta-se numa mentira, a de que a nova lei não considera o esporte e o jornalismo como conteúdo nacional. Não há nada, absolutamente nada, no conteúdo da nova lei que dê margem a esta interpretação. Tal propaganda está ludibriando os assinantes da SKY e a sociedade brasileira, usados como mera massa de manobra na chantagem da formação de preços e na mentira quanto à produção e fornecimento de conteúdos audiovisuais.

A Lei 12.485/11 dispõe sobre o Serviço de Acesso Condicionado (SeAC), ou lei da **TV por assinatura**, como se tornou conhecida, trouxe uma série de alterações na legislação sobre TV paga no Brasil, beneficiando os interesses das empresas de telefonia com a possibilidade de também ingressarem indiscriminadamente neste segmento do mercado de comunicação e entretenimento do país. Mas o que vem gerando a insatisfação de algumas operadoras, entre elas a SKY, é centralmente a definição de cotas obrigatórias para produção de conteúdo regional, nacional e independente na TV paga, tanto no espaço qualificado quanto nos pacotes oferecidos aos assinantes, bem como a necessária fiscalização à qual não querem se submeter.

O oferecimento de 3 horas e meia de conteúdo nacional por semana (equivalente a 30 minutos por dia) em horário nobre, sendo 50% deste conteúdo produzido por empresas independentes, em nada impede qualquer operadora de veicular duas, quatro, seis ou mais horas de conteúdo esportivo e jornalístico nacional POR DIA. Tais empresas têm inteira liberdade para isso, basta terem vontade de investir em tal programação e exibi-la, ao contrário de prosseguirem exibindo programações de pacotes internacionais de qualidade questionável e incontáveis reprises, mas que geram às operadoras e empacotadoras lucros estratosféricos, às custas dos assinantes.

Outro aspecto positivo da Lei 12.485/11 é a obrigatoriedade estabelecida às operadoras de reservarem ao menos 1/3 dos canais de conteúdo qualificado a canais brasileiros de conteúdo. A resistência das empresas de TV paga é uma demonstração de suas verdadeiras intenções, de seu desapego à valorização da produção cultural e audiovisual brasileiros e de sua indisposição de estimular o surgimento de canais de conteúdo nacional. Por esses e outros motivos, tal lei tem sua constitucionalidade questionada na justiça pela ABTA e pelo DEM.

A regulamentação da Lei 12.485/11 está posta em consultas públicas pela ANCINE - **Agência Nacional de Cinema** - e pela ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações. Os critérios gerais propostos pela ANCINE para analisar a dispensa do cumprimento da obrigatoriedade das cotas tanto por parte das programadoras quanto das empacotadoras, bem como a redução de seu poder de fiscalização sobre as empresas, ameaçam o próprio espírito da lei, abrindo espaço para que a exceção vire regra e o cidadão brasileiro vire mero consumidor.

Infelizmente, o governo respaldou a aprovação de uma lei para atender aos interesses dos grupos estrangeiros e dos grandes conglomerados de comunicação, criando pequenos avanços, como cotas de conteúdo nacional (uma pequena concessão que nem de longe atende à necessidade de valorização da nossa língua e da nossa cultura). Ao fazer isso, revogou na prática a lei do cabo, elaborada em bases democráticas, e ignorou, mais uma vez, a perspectiva de um marco regulatório. Agora, mesmo esses pequenos avanços estão sob a ameaça de um forte lobby patronal e de uma postura inconsistente da ANCINE.

Voz do Brasil é a voz do Brasil

Igualmente reprovável é a campanha lançada pela Jovem Pan, de São Paulo, bem como a campanha patrocinada pela Associação das Emissoras de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (AESP) contra a transmissão do programa “A Voz do Brasil” em cadeia nacional.

A flexibilização do horário do programa “A Voz do Brasil”, produzido sob a responsabilidade da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) é uma exigência antiga do baronato da mídia, capitaneado pela Associação Brasileira das Empresas de Rádio e Televisão (Abert). Veiculado desde a década de 1930, o programa é considerado pelas emissoras privadas como um empecilho aos seus interesses comerciais.

Uma das signatárias da carta aberta aos membros da Câmara dos Deputados, a FENAJ reafirma sua posição de apoio à continuidade da transmissão da Voz do Brasil às 19 horas por seu caráter integrador e de disseminação de informações públicas em rede nacional e, conseqüentemente, contra o PL 595/03, que flexibiliza o horário de exibição do programa nas rádios, prevendo sua veiculação entre 19h e 22h.

Para milhões de brasileiros “A Voz do Brasil” é a única forma de obter informações. Tamanha relevância não pode ser subjugada aos interesses privado-comerciais dos empresários da comunicação.

Brasília, 06 de março de 2012.

Diretoria da FENAJ

Im