

Seg, 14 de Janeiro de 2013.
06:11:00.

BRASIL ECONÔMICO | EMPRESAS
AUDIOVISUAL | LEI 12485/2011

Produtoras faturam com a nova lei de TV por assinatura

Fox e GNT são alguns dos canais que já investem em conteúdo nacional próprio

Carolina Marcelino
cmarcelino@brasileconomico.com.br

Quatro meses após ter entrado em vigor, a lei de **TV por assinatura** (12.485) — que obriga os canais a veicular, durante o horário nobre, três horas e meia por semana de conteúdo produzido no Brasil — tem aumentado a receita das produtoras, que estão sendo procuradas pelas emissoras para importar formatos de programas de grande sucesso no mundo.

A Endemol Globo, joint venture entre a TV Globo e a Endemol Internacional, é uma das que perceberam esta movimentação no mercado. Diante disso a empresa está desenvolvendo novas adaptações para atender esta demanda. “A Endemol possui mais de 2 mil formatos no seu catálogo e está sempre em processo de criação”, disse a diretora da Endemol Globo, Monica Athayde.

A saída tem sido adotada pelo canal GNT, dos canais Globosat, que lançou a série “Sessão de Terapia”. Originalmente israelense, o programa também foi adaptado para a HBO norte-americana. Em cada episódio é tratada a história de um personagem com o seu terapeuta. Aqui no Brasil, dirigida por Selton Mello, a série tornou-se um fenômeno no horário nobre.

Enquanto as adaptações não saem do forno, há aquelas que buscam soluções caseiras. Caso da Sony Entertainment, por exemplo, que veicula filmes nacionais como “Cazuza” e “Dois Filhos de Francisco”.

Para o diretor de conteúdo da Fox International Channels Brasil, Marcello Braga, a medida é interessante, mas comete algumas falhas. “A lei estabelece uma mudança quantitativa e não qualitativa. Ou seja, não favorece a ficção na TV, que são formatos mais caros para produzir”, avaliou Braga.

Para o presidente da Associação Brasileira de TV por Assinatura (BATA), Oscar Simões, as empresas do setor têm feito um grande esforço para o cumprimento dos prazos e o atendimento das obrigações. “O que se percebe também é uma preocupação em realizar as adaptações necessárias e sem impactar de forma negativa os assinantes”, contou.

Ainda de acordo com o diretor da Fox aqui no Brasil, a empresa está investindo cada vez mais capital em produções nacionais. “Antes mesmo da lei, a Fox teve a iniciativa de fazer a série 9 MM”, contou Braga.

Do mesmo grupo, a National Geographic Channel também entrou na onda das produções brasileiras. Foi lançado o Missão Pet, no qual um especialista em comportamento animal dá dicas para o telespectador se relacionar com o seu animal de estimação. “Estamos estudando novos projetos em parceria para trazer e produzir aqui no Brasil”, completou Braga. ■