

Qui, 21 de Fevereiro de 2013.  
06:59:00.

**AGÊNCIA BRASIL | NOTÍCIAS**  
AUDIOVISUAL | NOVA LEI DA TV PAGA

## Em bom momento, produção audiovisual independente ainda precisa de aperfeiçoamento

Vinícius Lisboa  
*Repórter da Agência Brasil*

Rio de Janeiro - O mercado audiovisual brasileiro vive atualmente uma conjuntura favorável à produção independente, mas as oportunidades requerem maior aperfeiçoamento e visão empresarial das produtoras, avaliaram hoje (20), em uma apresentação no evento Rio Content Market, os conselheiros da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de TV (ABPITV).

Presidente do conselho federal da associação, o cineasta Marco Altberg diz que o crescimento da **TV por assinatura**, com o aumento da classe média e o maior espaço com a cota de programação nacional estabelecida pela Lei da TV Paga, abrem uma janela para as produtoras e caberá a elas aproveitar a chance. "Precisamos desenvolver melhores roteiros, projetos e modelos de gestão e o empresário também precisa ser melhor e buscar eficiência".

Quatro pontos foram enumerados como fundamentais para esse aperfeiçoamento: a consciência de que todo conteúdo deve ser pensado para várias plataformas, o empreendedorismo, a formação de parcerias e a regionalização como uma forma de gerar produtos diferenciados.

A janela que se abre com o crescimento da TV fechada inverte um cenário que era desfavorável à produção independente, explicou o secretário geral da associação, Luiz Antonio Silveira. "O modelo de negócio dos canais abertos era uma dificuldade, porque eles produziam o próprio conteúdo e eram financiados apenas por publicidade".

Nesse contexto, a ABPITV voltou a defender a Lei da TV Paga, que enfrenta uma ação de inconstitucionalidade no Supremo Tribunal Federal por obrigar os canais que exibem filmes, séries e *shows* no horário nobre a reservarem duas horas e meia por semana para programação brasileira, sendo metade desse tempo para produtoras independentes.

Para Marco Altberg, além de incentivar as produtoras, a lei é boa para o consumidor. "Ela promove um barateamento do acesso à assinatura, com o aumento do número de *players*. A entrada das teles criou uma oferta maior e uma possibilidade de se abrir mais canais brasileiros".

Outro caminho que precisa ser perseguido pelas produtoras, para o conselheiro fiscal da ABPITV, Belisário Franca, é a formação de uma identidade audiovisual brasileira. "Pela primeira vez temos a oportunidade de começar uma produção audiovisual brasileira. Está na hora de construirmos de fato uma TV que se diferencie das emissoras internacionais que tiveram êxito, como a americana, a britânica e a francesa". O conselheiro comparou a TV à música e disse que o objetivo das produtoras deve ser construir um produto nacional com uma identidade tão forte quanto a da MPB.

Se internamente o crescimento é favorecido pela estabilidade econômica e a expansão da TV fechada, a exportação de conteúdo brasileiro poderia se beneficiar do cenário economicamente ruim em países desenvolvidos, defendeu o vice-presidente da associação, Kiko Mistrorigo.

*Edição: Fábio Massallii/Matéria alterada às 18h36 para correção do nome do cineasta Marco Altberg*



