



Conteúdo nacional pede passagem na TV fechada

Brasil Econômico - qui, 08 de agosto de 2013 **Página/Seção:** Empresas **Assunto:** Audiovisual

Nova legislação do setor abre caminho para que produtoras brasileiras conquistem mais espaço no mercado

Moacir D.

A produção nacional de conteúdo audiovisual sempre exerceu o papel de coadjuvante no enredo do mercado brasileiro de TV por assinatura. Um novo cenário, no entanto, começa a ser construído, criando oportunidades para que o conteúdo local conquiste mais espaço e consiga protagonizar boas histórias.

Um dos elementos responsáveis por esse novo fôlego é a Lei 12.485, que regulamenta o setor de TV por assinatura. Em vigor desde setembro de 2012, a lei estabelece — entre outros fatores — a obrigatoriedade da veiculação de uma cota mínima de produções brasileiras pelos canais pagos. Nesse contexto, a regulamentação considera conteúdos em categorias como ficção, documentário e animação. Em outra frente, a legislação exige a inclusão de canais locais nos pacotes oferecidos aos assinantes. Polêmicas à parte, as medidas já estão abrindo boas perspectivas para as produtoras locais e demais elos brasileiros dessa cadeia.

“O balanço desse primeiro ano da lei é extremamente positivo. Todos pensavam que seria uma evolução gradual, mas estamos percebendo um incremento muito grande, com as produtoras dobrando o seu volume de negócios”, afirma Marco Altberg, presidente da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão (ABPITV).

Como reflexo da necessidade de adaptação em curto prazo, o primeiro ato da lei foi a procura por conteúdos mais antigos no portfólio das produtoras. Agora, essa demanda dá sinais de que está alcançando um novo estágio.

“Os canais que já estavam acostumados a investir em coproduções no país, como Discovery e marcas do grupo Viacom, estão ampliando seus projetos. Ao mesmo tempo, quem não tinha esse costume, está começando a investir”, observa Luis Silveira, diretor-executivo da CineVídeo.

Com escritórios em São Paulo e Belo Horizonte, a CineVídeo é uma das produtoras brasileiras que estão identificando os aspectos positivos desse contexto. No mercado desde 1993, a empresa já tem uma nova coprodução fechada com a

Discovery e negocia outras duas séries com o canal Nat Geo e a Turner Broadcasting, braço de TV do grupo de mídia americano Time Warner, responsável por canais como TNT, Space e Cartoon Network.

“É a primeira série que eles vão produzir no Brasil. Os canais estrangeiros estão de olho no mercado local, um dos únicos onde a TV por assinatura ainda está crescendo”, diz Silveira. Ao mesmo tempo, acrescenta o executivo, o interesse da audiência brasileiro pelo conteúdo local é cada vez maior, o que reforça a necessidade dos canais em investir em parcerias.

O movimento inverso também está ganhando força, especialmente entre as produtoras de maior porte. Há 18 anos no mercado, a paulistana Prodigio Films está negociando a exportação de três produções de seu portfólio para os mercados europeu e latino-americano. As conversações envolvem a possibilidade da oferta do conteúdo dublado ou legendado, e também o licenciamento do formato das séries.

“O futuro é ter uma prateleira de produtos. Em volume, a lei já teve impactos para a nossa operação. Produzimos 39 episódios apenas no primeiro semestre”, conta Beto Gauss, sócio e produtor executivo da Prodigio Films.

Além do foco internacional, a Prodigio Films negocia com a HBO a veiculação da segunda temporada da série “FDP”. Uma nova temporada da série “Copa Hotel” e a estreia da série “Passionais” também já estão acertadas.

Apesar do panorama positivo, uma questão é unânime entre as fontes ouvidas pelo Brasil Econômico. “Existe um grande esforço de produção e o mercado está apto para oferecer conteúdo de qualidade, mas os mecanismos de fomento à essa produção tem que ser mais ágeis”, afirma Julio Workman, sócio-fundador da distribuidora Synapse e criador do canal brasileiro Curta!. Desde novembro no ar, o canal já recebeu 190 projetos de produções para avaliação. “Consegui realizar o meu sonho de falar diretamente com o espectador, sem mediações”, diz.

A aproximação também foi a base para a criação do projeto da NET Lab TV, da NET Serviços. O concurso selecionou 1,7 mil roteiros, entre 3 mil inscritos. Agora, a iniciativa vai escolher 8 projetos, que serão premiados com o acesso a uma série de especialistas para refinarem suas ideias. Posteriormente, esses projetos serão apresentados aos canais que atuam no país. “A ideia é aproveitar nosso relacionamento com produtores e programadores para criar uma ponte entre essas duas vertentes”, diz Fernando Magalhães, diretor de programação da NET Serviços.