

Seg, 27 de Fevereiro de 2012.
06:24:00.

O ESTADO DE S. PAULO | ECONOMIA & NEGÓCIOS
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

Produção brasileira na TV por assinatura

Número de séries nacionais para canais pagos se multiplicou nos últimos anos - e nova legislação deve dar mais fôlego a esse mercado

FERNANDO SCHELLER - O Estado de S.Paulo

O espectador percebe, ao mudar os canais procurando algo para assistir, que a **TV por assinatura** brasileira já fala português. Os programas legendados, que dominavam a programação, perderam espaço. Em busca de uma audiência mais ampla, algumas emissoras não só traduziram o conteúdo, mas buscaram também aproximá-lo da realidade do cliente, com produções locais. Uma das provas desse fenômeno são as séries dramáticas para canais a cabo "made in Brazil", que ganharam espaço especialmente em canais como Multishow e HBO.

Como os canais a cabo não têm estrutura própria de produção, a criação de séries como Mandrake, Filhos do Carnaval, Alice, Adorável Psicose e Na Fama e na Lama, entre outras, ficou a cargo de produtoras independentes - que se originaram na publicidade e no cinema e passaram também a fazer TV. Na Conspiração **Filmes**, uma das principais empresas do gênero no País, o departamento de televisão nem existia há três anos. Hoje, já representa 30% do faturamento. E, em dois anos, deverá responder por 50% da receita.

Esse otimismo em relação às produções independentes para a televisão também está relacionado com a nova legislação para o setor no País. Atualmente em fase de regulamentação pela Agência Nacional do **Cinema (Ancine)**, a Lei 12.485 trará obrigatoriedade de conteúdo nacional para todos os canais a cabo, mesmo para os que hoje só retransmitem a programação feita no exterior. Pelo menos três horas e meia por semana de conteúdo exibido em horário nobre (das 19h às 23h) deverá ter origem brasileira. Para preencher a cota, os canais podem produzir diferentes tipos de conteúdo, como reality shows, documentários e séries dramáticas.

Referência. Além do conteúdo mínimo nacional, a lei que facilitou a entrada das companhias telefônicas no mercado de **TV por assinatura** deverá contribuir para a redução dos preços dos pacotes de canais por causa do aumento da concorrência. Com a ampliação do mercado, virão mais assinantes das classes C e D. Especialistas no setor dizem que as empresas se verão obrigadas a aumentar o conteúdo nacional para não se diferenciar demais do padrão dos canais abertos, referência dessa audiência. "Hoje, quando se olha os números de audiência da TV paga no País, é possível ver claramente que os produtos brasileiros puxam a audiência", diz Luiz Noronha, executivo de TV da Conspiração **Filmes**.

Com a emergência do conteúdo local, surge a necessidade de as produtoras pensarem em nichos específicos. Ao contrário do que ocorre na TV Globo, que busca programas que possam agradar a gregos e troianos, as emissoras fechadas precisam falar diretamente com o público que escolheram: as produções não podem "trair" o estilo do canal. Por esse motivo - e também pelo retorno menor de publicidade -, a TV paga geralmente trabalha com orçamentos bem mais modestos. Enquanto uma série como Rei Davi, da Record, chega a custar quase R\$ 1 milhão por capítulo, o executivo da Conspiração diz que R\$ 250 mil é considerado um "orçamento médio" para as produções independentes.

No entanto, há programas de pedigree que estão saindo do papel com valores ainda mais baixos. A Primo **Filmes**, que ficou conhecida no mercado por viabilizar filmes de arte como O Cheiro do Ralo - uma produção que custou pouco mais de R\$ 300 mil, valor bastante baixo mesmo para

padrões nacionais - está migrando para a televisão já acostumada a orçamentos apertados. A empresa vai produzir, ao custo total de R\$ 3 milhões (R\$ 150 mil por episódio), a série Família Imperial, de 20 capítulos, sobre a história do Brasil. Dirigida por Cao Hamburger (O Ano em Que Meus Pais Saíram de Férias), a produção vai ao ar no Canal Futura, da Globosat. "Esse é o maior orçamento para uma série que já tivemos", diz Matias Mariani, sócio da Primo **Filmes**.

Propriedade. Embora tenha começado trabalhando com cinema, a Primo **Filmes** acabou direcionando seus esforços para a televisão, que tem maior volume de produção e garante uma receita mais estável. Com a nova legislação para o setor, as produtoras terão de propor mais conteúdos, em vez de simplesmente executar a programação definida pelos canais, como geralmente acontece hoje. "Isso vai abrir espaço para que possamos criar uma dramaturgia própria, com liberdade criativa", diz Mariani.

Embora a regulamentação da Lei 12.485 ainda esteja em consulta pública, o cumprimento da cota nacional deverá exigir que as produtoras independentes detenham a propriedade da programação. Se isso realmente ocorrer, a estrutura do mercado atual será virada de cabeça para baixo. Canais como Multishow e GNT, por exemplo, desenvolvem toda a programação internamente e detêm os direitos autorais das séries e programas. As produtoras independentes fazem só a parte "braçal" do processo.

Para o advogado Marcos Bitelli, especializado no setor de comunicação, a imposição sobre propriedade do conteúdo traz consequências negativas. Isso porque, uma vez que não terão os direitos autorais dos programas, os canais por assinatura não têm motivos para investir o dinheiro de seus próprios orçamentos nas produções. "A nova regra parece impedir que as produtoras simplesmente vendam o conteúdo, o que seria um direito legítimo. Além disso, ela tira 'dinheiro bom' do mercado audiovisual e restringe a viabilização das produções ao incentivo público."

Produtoras independentes precisam das leis de incentivo para conseguir produzir conteúdos. Essas leis permitem que companhias brasileiras destinem parte do que pagariam como Imposto de Renda ao governo para produções culturais ou esportivas. Projetos audiovisuais, portanto, precisam disputar espaço com escolas de futebol e peças de teatro.

Em setembro de 2011, foi aprovada a lei nº 12.485, que facilita a entrada das companhias telefônicas na área de **TV por assinatura**. Com a nova regra, criou-se um incentivo exclusivo para a produção audiovisual: o dinheiro do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), que vem de taxas cobradas de companhias operadoras de telefonia celular pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para cada linha ativada. Estima-se que a liberação do fundo elevaria o total de recursos do setor em cerca de R\$ 400 milhões.