

Audiovisual: meta é estar entre os cinco maiores



A meta é ser um dos cinco maiores mercados do **Audiovisual** no mundo até 2020. O caminho para que o Brasil ocupe esta posição vem sendo traçado há 15 anos, quando a **Agência Nacional do Cinema**, a **Ancine**, foi criada em 2001. Desde então, com a Lei da **TV Paga**, o Brasil passou de um mercado meramente consumidor de obras audiovisuais para um produtor. Quem conta é **Manoel Rangel**, diretor-presidente da **Ancine**, que encerrará seu terceiro mandato a frente da agência em maio de 2017. Em entrevista ao Meio & Mensagem, ele fala do fortalecimento do **Mercado Audiovisual** nacional e de temas como a regulamentação do serviço de vídeo sob demanda. Rangel lembra ainda que, apesar do atual cenário econômico, o segmento do **Audiovisual** vive um momento positivo, mesmo com a publicidade impactada, já que depende diretamente da economia e do mercado de consumo para prosperar. Confira trechos da entrevista.

Meio & Mensagem – A **Lei 12485** foi implementada em meio a questionamentos e algumas polêmicas mas hoje, em seu pleno funcionamento, os reflexos no **Mercado Audiovisual** são indiscutíveis. Como você avalia o cenário que se formou a partir de sua implementação?

Manoel Rangel – Ela foi responsável por uma pequena revolução no mercado de **TV Paga**. Permitiu uma forte expansão da base de assinantes. Tivemos o surgimento de novas programadoras de televisão por assinatura, de canais brasileiros de espaço qualificado e passamos a ter conteúdo brasileiro sendo veiculado em 113 canais de televisão por assinatura. Gerou produção de obras no país inteiro, fez com que mais brasileiros tivessem contato com obras brasileiras de produção independente. É a passagem do Brasil como meramente mercado consumidor de obras audiovisuais, para ser, sobretudo, um mercado produtor, mas, claro, também consumidor com a presença significativa de obras brasileiras.

M&M – Ainda não há uma legislação específica para os serviços de vídeo sob demanda, o VOD. Qual a expectativa em relação a uma definição de regras para este mercado?

Rangel – A **Ancine**, em 2006 e 2007, tomou a decisão de apostar na expansão do **Mercado Audiovisual** brasileiro reforçando a expansão de salas de cinema e da **TV Paga**. Tivemos importantes resultados: em 2002 o Brasil tinha pouco mais de 3,5 milhões de assinantes de **TV Paga**; em 2007 eram 4,5 mi e em 2016 estamos com 19,6 mi. Eram 1365 salas de cinema em 2002; ao redor de duas mil em 2006, e fechamos 2015 com 3016. Agora em agosto já tínhamos 3126. A política pública de cinema e **Audiovisual** foi bem sucedida em provocar a expansão destes dois serviços. O vídeo por demanda é a fronteira desta expansão, no Brasil e no mundo. De 2011 até 2015 o VOD viveu seu processo de implantação mas, já no ano passado, adquiriu um estágio de fortalecimento na prestação de serviço no Brasil. Temos mais de 15 agentes econômicos prestando o serviço, entre estrangeiros e brasileiros, oriundos das mais diversas atividades econômicas. Já existe uma base de assinantes significativa mas há uma insegurança jurídica na prestação de serviços. Com o marco regulatório nossa intenção é oferecer estabilidade e segurança jurídica a todos os agentes econômicos e assegurar que, na sua construção, um conjunto de princípios da política pública de **Audiovisual** brasileiro seja observado.

M&M – Como você avalia os 15 anos de atuação da **Ancine**, completados este mês? E, já que sua gestão encerra em maio, o que destaca em seus mandatos?

Rangel – A **Ancine** foi criada de uma consciência profunda do setor **Audiovisual** brasileiro e dos governantes à época e do parlamento brasileiro, sobre a necessidade do Brasil ter uma indústria **Audiovisual** robusta. O **Audiovisual** brasileiro e a **Ancine** foram um projeto abraçado pelo conjunto do país, por todas as forças políticas, todos os partidos. Tivemos leis importantes feitas nos últimos 15 anos sobre a regência de presidentes diferentes. O presidente Fernando Henrique Cardoso, que atuou na criação da **Agência Nacional do Cinema** e na consolidação da legislação em 2001; o presidente Lula, na criação do Fundo Setorial do **Audiovisual** e de mecanismos que promoveram a interação entre produção independente e televisão, com a Lei 11437; a presidenta Dilma, no Marco Regulatório da **TV Paga**, a **Lei 12485**, e na expansão do parque exibidor e no fortalecimento do mercado publicitário brasileiro com a Lei 12599, em 2012. Contaram com o apoio dos presidentes do Senado e da Câmara, em 2001, 2006, 2011 e 2012, anos em que estas quatro leis foram aprovadas, mas também em vários outros anos. O Senado Federal acompanha de perto a **Ancine**, é ele que sabatina os diretores, e cada um destes momentos é de reflexão sobre a agência, a atividade **Audiovisual** e de prestação de contas do trabalho realizado. Temos um plano de diretrizes e metas aprovado em 2012, o PDM, que fixou um grande objetivo de fazer do Brasil um dos cinco maiores mercados de **Audiovisual** do mundo até 2020. E ainda três grandes objetivos: ampliar o acesso da sociedade brasileira às obras audiovisuais; expandir o **Mercado Audiovisual** brasileiro e fortalecer as empresas brasileiras, e transformar o Brasil em um grande centro produtor e programador de conteúdos audiovisuais. A ação da **Ancine** e do estado brasileiro na construção desta política está a serviço do país, da sociedade brasileira. De fazer com que o Brasil tenha

excelência em um pedaço da atividade econômica que é leve, limpa, propagadora da nossa cultura. Um conjunto de efeitos positivos que vão além da rentabilidade econômica. As bases estão assentadas para um outro ciclo de expansão.

A íntegra desta reportagem está publicada na edição 1728, de 19 de setembro, exclusivamente para assinantes do Meio & Mensagem, disponível nas versões impressa e para tablets iOS e Android.