

Audiovisual em franca expansão



Setor **Audiovisual** já gera R\$ 24,5 bi em renda para a economia, com salto no volume de produções

GLAUCE CAVALCANTI

glauce@oglobo.com.br Colaborou André Miranda

O **Audiovisual** brasileiro, a despeito da recessão no Brasil, exhibe crescimento cinematográfico. Em 2014, o setor gerou R\$ 24,5 bilhões em renda para a economia do país, contra R\$ 8,7 bilhões em 2007, aponta pesquisa da **Agência Nacional do Cinema (Ancine)**. Uma expansão que beira 9% ao ano e vem acompanhada de um salto no volume de produções para cinema, televisão e outras mídias, com aumento na oferta de empregos. Somente no ano passado, foram 129 filmes brasileiros. O setor superou, por exemplo, o valor adicionado pelo comércio de veículos automotivos no país, que foi de R\$ 22,74 bilhões há dois anos, segundo o IBGE. O robusto crescimento percorre o tapete vermelho puxado por legislações criadas para regerar e impulsionar o setor na última década.

Este ano, a expansão já bateu 10%, de acordo com profissionais dessa indústria, que enfrenta novos desafios. O freio na economia resultou na redução da base de assinantes da **TV por assinatura**, que, em agosto, chegou a 18,9 milhões ou 27,78% dos lares brasileiros. Em igual mês de 2015, eram 19,6 milhões, o equivalente a 29,5% dos domicílios. Outro ponto sensível é a transformação do mercado pela evolução tecnológica. O vídeo sob demanda (VoD, na sigla em inglês), tido como a nova fronteira para o setor, ainda não tem regulamentação no Brasil.

— Este ano, a previsão é de crescimento menor e, na pior das hipóteses, haveria uma estabilização das atividades do **Audiovisual** no Brasil. No entanto, até outubro, houve aumento de 10% em ingressos de cinema vendidos e em participação de bilheterias. Foram abertas mais cem salas de exibição — diz **Manoel Rangel**, diretor-presidente da **Ancine**.

'UM ÚNICO TÍTULO OCUPA UM TERÇO DAS SALAS'

O faturamento do setor alcançou R\$ 44,8 bilhões em 2013, ou R\$ 55,4 bilhões em valor corrigido para julho deste ano, segundo pesquisa da Consultoria Tendências, a pedido da Motion Picture Association da América Latina (MPA-AL), entidade que representa os seis maiores estúdios de Hollywood no mundo, e do Sindicato do **Audiovisual** (Sicav).

— O **Audiovisual** manterá o crescimento de dois dígitos este ano. Há acerto em políticas de incentivo e financiamento, o setor de entretenimento cresceu com o ganho de renda da população, e o Brasil está linha com as tendências criativas do mundo. Se houver opções regulatórias adequadas, o setor ganhará mais capacidade de crescer — avalia Ricardo Castanheira, presidente da MPA-AL.

Um pilar estaria na base de sustentação do crescimento do setor mesmo na turbulência econômica, aponta Walkíria Barbosa, diretora do Festival do Rio e da Total Entertainment:

— O **Audiovisual** conta com pontes de financiamento que não dependem do desempenho da economia em geral. E isso mantém as produções não apenas sendo feitas, como também crescendo.

O Fundo Setorial do **Audiovisual** é alimentado principalmente pela Condecine, tributo pago para veiculação, produção, licenciamento e distribuição de obras audiovisuais com finalidade comercial pelo próprio setor. — O motor de financiamento está atrelado ao desempenho da indústria. Não são isentos de sofrer impacto do quadro macroeconômico, mas, em 2013 e 2014, juntos, tivemos R\$ 1,2 bilhão em recursos do Fundo. Ano passado, foram R\$ 630 milhões, e a previsão para este ano é de R\$ 730 milhões — diz Rangel.

Há outras fontes. O BNDES conta com uma linha para o setor, cujos desembolsos alcançaram R\$ 321,4 milhões de janeiro a setembro, um avanço sobre os R\$ 249,8 milhões registrados em igual período de 2015.

— Na crise, os financiamentos indiretos, via leis de incentivo, caíram drasticamente. Mas não sentimos tanto efeito disso na produção por causa dos recursos do fundo setorial — observa Leonardo Edde, vice-presidente do Sicav. — Nossa crise é de participação de mercado do cinema nacional. Filmes americanos de grande orçamento estão tomando proporções gigantescas na exibição. Às vezes um único título chega a ocupar um terço das salas do país. Estamos discutindo o assunto com a **Ancine**.

Um dos gatilhos de expansão da produção veio com a Lei da **TV Paga**, de 2011, que

estabeleceu cotas para a exibição de conteúdo nacional nos canais fechados. Daquele ano para 2015, o número de obras licenciadas para a **TV por assinatura** subiu de 761 ao ano para 3.600, segundo a **Ancine**.

O Globoplay, canal infantil da Globosat, por exemplo, exibiu dez produções brasileiras nesses quatro anos. Hoje, conta com nove em exibição, incluindo 'Detetives do Prédio Azul', que acaba de estreiar sua oitava temporada. As produções 'S.O.S Fada Manu', coproduzida pelo canal e Boutique Filmes, Lightstar Studios e TV Brasil, e 'Tem criança na cozinha', coprodução de Globoplay e Samba Filmes, estão indicadas ao International Emmy Kids Award 2016. Em 2014, segundo a pesquisa da **Ancine**, a **TV Paga** foi responsável pela primeira vez por mais da metade, ou quase 52%, do valor adicionado pelo **Audiovisual** à economia do país. A TV aberta representa fatia também robusta, de 41,5%. — Estamos produzindo muita coisa para TV, como 'Valentins', para o Globoplay, que estreia em 2017 já com duas temporadas contratadas. É projeto de alta qualidade — explica Adilson Xavier, diretor-presidente da Zola, que tem ainda como sócios José Henrique Fonseca, Eduardo Pop e a atriz Cláudia Abreu, que atua no seriado, além de ser coautora da produção. — A Conspiração já tem crescimento de 20% este ano em produções para TV e cinema. Em publicidade, apesar da retração do setor, conseguimos manter estabilidade. Nos últimos dois anos, investimos em processos, ganhando eficiência e multiplicando áreas de atuação em cinco frentes: publicidade, conteúdo de marca, TV, cinema e digital — conta Renata Brandão, diretora-presidente de Negócios da Conspiração. A frente digital se destaca como a nova via de crescimento do setor. O Brasil já é o oitavo maior mercado em vídeo sob demanda no mundo, com estimativa de gerar US\$ 352,3 milhões em receitas este ano. Isso representa um mercado duas vezes maior que o mexicano ou o triplo do tamanho do segmento argentino, diz o estudo da Tendências. A **Ancine** vai colocar uma notícia regulatória em consulta pública, documento no qual explica por que motivos deve ser desenvolvida uma regulação para VoD no país e que balizadores seriam adotados para desenvolver esse mercado no Brasil. — É a nova fronteira para a expansão da indústria. Entre as hipóteses sobre a mesa, estão garantir a segurança jurídica dos empresários que se dedicam ao segmento de vídeo sob demanda, revisar a estrutura tributária para que não seja um limitador à atividade, além de garantir isonomia a empresas brasileiras e internacionais no segmento, com visibilidade e preponderância para o conteúdo nacional — explica o presidente da **Ancine**.

O Brasil, continua ele, tem 15 empresas atuando como plataformas de compartilhamento de conteúdo **Audiovisual**. Nos últimos três anos, a **Netflix**, gigante do VoD, dobrou o catálogo de conteúdo nacional oferecido ao público brasileiro, aponta a Tendências. Em escala global, a **Netflix** investirá US\$ 6 bilhões em produção de conteúdo este ano, três vezes mais que a HBO, a principal produtora de séries e filmes para a **TV Paga**. A primeira série brasileira original da **Netflix**, '3%', estreia em novembro.

MAIS DE NOVE MILHÕES DE DOWNLOADS

A Globo Play, plataforma de VoD da TV Globo, ultrapassou nove milhões de downloads em pouco menos de um ano no ar. Lançada em novembro de 2015, tem produtos exclusivamente

digitais, mas também liberação antecipada de conteúdos da TV aberta e outros derivados da televisão. A série 'Nada Será Como Antes', por exemplo, no ar deste setembro, estreia na Globo Play com cada episódio liberado na sexta-feira anterior ao dia em que vai ao ar na TV aberta, todas as terças-feiras.

— A regulação é importante. O VoD é a próxima fronteira e ainda tem baixa penetração no Brasil, de apenas 11%. Mas, se houver constrangimento regulatório, como uma tributação excessiva, pode reduzir a capacidade do mercado de produção e acabar funcionando como um incentivo à pirataria no país. É preciso lembrar que o parque exibidor para cinema ainda é escasso. Quase metade da população do país vive em municípios que não têm cinema — alerta Castanheira, da MPA-AL.

Alexandre Rocha, sócio-diretor da Afinal Filmes, destaca que o Rio vem perdendo estrutura de pósprodução, principalmente devido à retração no segmento de publicidade:

— O VoD transformará o **Audiovisual**. Investimos em equipamentos de ponta, como scanner de filmes em formato Super-8, usado para restauração e remasterização. Estamos escaneando filmes do Nelson Pereira dos Santos para o Museu de Arte Moderna de Nova York.

Marco Eckart, presidente da Naymar e à frente da CiaRio, que reúne oito empresas de serviços e logística para o **Audiovisual**, pondera que a demanda se mantém, mas há perda em faturamento:

— Nosso investimento sobe 10% ao ano. O faturamento, contudo, avança perto de 7%. Com a crise, a inflação pressiona o orçamento das produções, o que resulta em corte de gastos na hora de contratar equipamentos e logística.

9% ao ano Foi o crescimento médio do valor adicionado pelo **Audiovisual à economia entre 2007 e 2014**

51,7% É a fatia da TV fechada no valor adicionado pelo setor em 2014, quando bateu pela 1ª vez os 50%