

Rumo ao topo

entrevista

Rumo ao topo

A meta é ser um dos cinco maiores mercados de 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 à frente da agência em maio de 2017. Nesta entrevista, ele fala do fortalecimento do mercado audiovisual nacional e de temas como a regulamentação do serviço de vídeo sob demanda e a importância de iniciativas como Film Brazil, Brazilian TV Producers e Cinema do Brasil. Rangel lembra ainda que, apesar do atual cenário econômico, o segmento audiovisual vive um momento positivo, mesmo com a publicidade impactada, já que depende diretamente da economia e do mercado de consumo para prosperar. E conclui a entrevista ao revelar o Brasil em busca de uma indicação ao Oscar.



MANOEL RANGEL
Diretor-presidente da Agência Nacional do Cinema, a Ancine, criada em 2001. Rangel também foi ministro da Cultura e ministro da Justiça. Atualmente, atua como presidente do Conselho de Administração da Agência Nacional do Cinema, a Ancine, criada em 2001. Rangel também foi ministro da Cultura e ministro da Justiça. Atualmente, atua como presidente do Conselho de Administração da Agência Nacional do Cinema, a Ancine, criada em 2001.

Meio e Mensagem - Já há 15 anos de TV paga no Brasil. Como você avalia o crescimento do setor e o impacto da Lei da TV Paga?

Rangel - Há 15 anos de TV paga no Brasil. Como você avalia o crescimento do setor e o impacto da Lei da TV Paga? Percebo uma forte expansão de base de assinantes. Também vejo crescimento de novos produtores de conteúdo, de novos formatos de vídeo, de novos canais de distribuição e de novos modelos de negócio. Isso tudo indica que o mercado de vídeo sob demanda está se tornando um mercado muito importante para o Brasil. O crescimento do setor de vídeo sob demanda é muito rápido e isso indica que o Brasil está se tornando um mercado muito importante para o Brasil. O crescimento do setor de vídeo sob demanda é muito rápido e isso indica que o Brasil está se tornando um mercado muito importante para o Brasil.



A meta é ser um dos cinco maiores mercados de **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 à frente da agência em maio de 2017. Nesta entrevista, ele fala do fortalecimento do **Mercado Audiovisual** nacional e de temas como a regulamentação do serviço de vídeo sob

demanda e a importância de iniciativas como Film Brazil, Brazilian TV Producers e Cinema do Brasil. Rangel lembra ainda que, apesar do atual cenário econômico, o segmento **Audiovisual** vive um momento positivo, mesmo com a publicidade impactada, já que depende diretamente da economia e do mercado de consumo para prosperar. E comenta a polêmica que envolveu a escolha, na semana passada, do filme Pequeno Segredo para representar o Brasil em busca de uma indicação ao Oscar.

Por TERESA LEVIN tlevin@grupomm.com.br Fotos: ANDRÉ VALENTIM

Meio & Mensagem — A Lei da **TV Paga** 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 dela? **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. Há pelo menos sete horas por semana de conteúdo brasileiro sendo transmitido nestes canais. Em 2011, cerca de 761 obras brasileiras de produção independente haviam sido licenciadas para a **TV Paga**; em 2015 tivemos mais de 3.600. Quadruplicou a presença de conteúdo brasileiro de produção independente em quantidade de títulos, e se multiplicou de maneira absolutamente sem parâmetros a quantidade de horas de produção independente na **TV Paga**. Significa, em última instância, empregos de alto valor agregado para toda a indústria **Audiovisual**. Produtoras tendo ativos de obras audiovisuais sendo comercializados, gerando riquezas, dando a estas empresas a capacidade de se afirmar. 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 de um mercado meramente consumidor de obras audiovisuais para um mercado produtor.

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 milhões; e em 2016 estamos com 19,6 milhões. Eram 1.365 salas de cinema em 2002; ao redor de duas mil em 2006; e fechamos 2015 com 3.016. Agora em agosto já tínhamos 3.126. 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. Converte para ele uma série de agentes econômicos: TVs abertas, programadoras e distribuidoras de **TV por assinatura**, empresas que antes operavam com distribuição de DVD, livrarias, distribuidoras de cinema. Eles vêm das mais diversas atividades do **Mercado Audiovisual** e passam a prestar o serviço de vídeo por demanda, utilizando a banda larga, caracterizando o nascimento de um serviço que é diferente dos outros, mas que, em última instância, faz algo similar: a entrega de obras audiovisuais às pessoas, de forma que possam

escolher a que tempo querem consumi-las nos mais diversos equipamentos. 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 — Quais seriam estes princípios?

Rangel — O de garantia de qualidade e da regular prestação do serviço para os usuários, da contribuição no desenvolvimento do setor **Audiovisual** brasileiro, a geração de empregos e de riquezas para o Brasil, a visibilidade das obras brasileiras nos catálogos. Estamos em linha com o que há de mais atual no debate internacional para a regulação de vídeo por demanda. A Europa já está na sua segunda onda regulatória, nossas reflexões já acumulam este aprendizado, a partir da especificidade brasileira. Sentimos nos diversos agentes econômicos que todos concordam com a necessidade do marco regulatório. O que há é uma diferença saudável, bem vinda, sobre a dosimetria de cada mecanismo.

M&M — O programa **Brasil de todas as telas** teve um chamado grande recentemente. Qual a relevância desta linha de investimento para o fomento do mercado? Quais os critérios para definir os trabalhos que serão financiados?

Rangel — O **Brasil de todas as telas** é o mais robusto programa de investimentos no setor **Audiovisual** brasileiro. Tivemos no seu lançamento um investimento de R\$ 1,2 bilhão, acumulando 2013 e 2014; em 2015, o valor foi de R\$ 630 milhões, aproximadamente; e teremos em 2016 em torno de R\$ 720 milhões. Investimos de 2014 para cá em 437 filmes de longa-metragem que vão para salas de cinema e televisões; em 453 séries e telefilmes que abastecem o mercado de TV aberta e paga. Produzimos, no primeiro ano, 250 horas de programação para o campo público de comunicação com produtoras de 22 estados do Brasil, mobilizando as cinco regiões do País. E, no segundo ano, foram cerca de 150 horas de programação com produtoras de 20 estados do Brasil, também das cinco regiões. Significa ouvir os vários sotaques que o português brasileiro tem, ter os vários olhares do Brasil circulando pelo país afora. Fizemos 51 editais com mais de 40 entidades e órgãos locais, cerca de 20 governos de estado e 20 prefeituras, as quais colocaram um valor e nós outro, gerando ações de desenvolvimento da indústria **Audiovisual** nestes territórios. Faz parte da ideia de nacionalizar a produção **Audiovisual** brasileira. Abastece o mercado de **TV Paga**, atendendo as demandas criadas pela Lei da **TV Paga**, e as salas de cinema.

M&M — Qual é o seu balanço dos programas de projeção do **Audiovisual** brasileiro no exterior, como as ações da Apex e do Film Brazil?

Rangel — O Film Brazil, focado no mercado publicitário; o Brazilian TV Producer, na televisão; e

o Cinema do Brasil, para o cinema, são programas que acompanhamos de perto, estimulamos, e dos quais somos parceiros institucionais. É um investimento importante da Apex e dos próprios produtores, dos sindicatos e associações, que também contam com a parceria do Ministério de Relações Exteriores. Cumprem o papel de abrir mercados, fazer com que nossos profissionais se internacionalizem, o que significa estar no mesmo nível do desenvolvimento da indústria **Audiovisual** mundial, e nós estamos. É fazer com que a expertise internacional possa ser incorporada aqui e viabilizar a inserção de nossos filmes e obras de televisão nos mercados de TV e cinema, nos festivais, além de viabilizar coproduções, no caso de filmes e séries, e prestação de serviços, no caso de obra publicitária. Em atividades que exigem um grau relevante de localização no mercado internacional, precisamos de um esforço extra que os programas de exportação fazem.

M&M—Como avalia a recente polêmica envolvendo o filme *Aquarius* e o questionamento sobre a imparcialidade do conselho que escolhe o candidato brasileiro ao Oscar de filme estrangeiro? O processo poderia ser mais transparente e parcimonioso?

Rangel — Montagens de comitês de seleção são sempre sujeitas a críticas e à reflexão. A comissão do Oscar é de responsabilidade da Secretaria do **Audiovisual**. Certamente o secretário teve suas razões na maneira de compor a Comissão e seguramente fez seu melhor esforço para estar à altura do desafio de indicação do filme. Polêmicas são parte integrante da atividade cultural e artística, o que é preciso é maturidade para lidar com a polêmica, com a crítica. Estar atento às razões daqueles que se levantam e sobre a possível correção e necessidade de adaptação diante das críticas que se recebe. Vejo com naturalidade, entendo que as experiências sempre podem ser aprimoradas e acredito que os que passam por um processo como este, a comissão em si, tem uma profunda consciência de sua responsabilidade, de sua missão pública ao ser convocada para tomar uma decisão sobre qual filme brasileiro será indicado ao Oscar.

M&M—Ao contrário do cenário econômico de retração, as salas de cinema registraram aumento na frequência de espectadores no primeiro semestre do ano. Por que este movimento mesmo em meio à crise que afeta diversos setores?

Rangel — O **Mercado Audiovisual** brasileiro, de modo geral, tem tido bons resultados. A parte que mais sofre é o mercado publicitário, muito ligado ao desempenho do consumo e da economia geral. Mas o mercado de salas de cinemas segue crescendo em números expressivos e o de **TV Paga** voltou a crescer em junho e julho em uma curva constante. E temos o mercado de produção **Audiovisual** extremamente aquecido no país inteiro. Crises econômicas não afetam por igual o segmento **Audiovisual**. O consumidor e o cidadão mantém interesse em ir à sala de cinema, em consumir cultura. O **Audiovisual** é uma parte deste consumo de cultura, mais acessível entre outros que aí estão.

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, que atuou na criação do Fundo Setorial do **Audiovisual** e de mecanismos que promoveram a interação entre produção independente e televisão, com a Lei 11.437; e a presidenta Dilma que atuou no Marco Regulatório da **TV Paga**, a Lei 12.485, na expansão do parque exibidor e no fortalecimento do mercado publicitário brasileiro com a Lei 12.599, em 2012. E 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.

M&M—O recente tumulto político quase riscou o Mine do mapa. Como você enxerga a postura do atual governo diante da questão da cultura no País? A **Ancine** corre algum perigo?

Rangel — De maneira alguma. O governo tem tido um relacionamento republicano com a **Ancine**. Há compreensão dos ministros e do presidente da república da relevância da atividade **Audiovisual** para o Brasil. O presidente foi parlamentar, parte ativa em alguns destes momentos de aprovação desta legislação relevante para o **Audiovisual** brasileiro. Ele seguirá se desenvolvendo e fortalecendo, é uma conquista da sociedade brasileira. Tem um setor muito mobilizado, comprometido com esta política pública. A **Ancine** e a política nacional de cinema e de **Audiovisual** têm paredes de vidro, têm participação do conjunto dos agentes econômicos do setor **Audiovisual**. Há transparência para a sociedade e para o setor que é muito crítico, compenetrado, mobiliza forte energia para criar um mundo. Cada filme, série de televisão, peça publicitária é um mundo que está sendo criado com pessoas, situações. Estes talentos são igualmente abnegados na construção da política pública que ai está. A política nacional do cinema e do **Audiovisual** vai conseguir aperfeiçoar e dar conta do desafio que se coloca a cada momento para ela. E a minha confiança e aposta.

Cineasta formado pela Universidade de São Paulo (1999), onde cursou mestrado em Comunicação e Estética do **Audiovisual**, interrompido em 2005. Foi presidente da Comissão Estadual de Cinema da Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo (2001-2002); assessor especial do **Ministro da Cultura** Gilberto Gil (2004/2005) e secretário do **Audiovisual** substituto (2004/2005). Foi nomeado membro da Diretoria Colegiada da **Agência Nacional do Cinema (Ancine)** em 2005 e Diretor-Presidente da entidade em 2006. Foi reconduzido ao cargo mais duas vezes, em 2009 e 2013.