

## **A seletividade do audiovisual brasileiro e, ou, independente na lei da tv paga<sup>1</sup>**

**Pedro Andrade Caribé<sup>2</sup>**

### **Resumo:**

O artigo descreve e analisa a participação do audiovisual brasileiro e, ou, independente por meio da Lei 12.485/2011. A seletividade está no reconhecimento restrito às Organizações Globo e percentual pequeno de produtoras e canais independentes. Ambos, formam uma rede conectada à persistente predominância das *majors* estadunidenses. A modernidade e globalização são as chaves conceituais para conectar historicamente a seletividade presente na Lei.

**Palavras-chave: Audiovisual, Lei da Tv por Assinatura, Brasileiro, Independente.**

### **Introdução**

Após cinco anos de debates no Congresso Nacional, a presidência da república sancionou a Lei 12.485 (BRASIL, 2011), mais conhecida como Lei da Tv Paga. A partir de visão integral sobre a cadeia do audiovisual, o dispositivo instaura ou interliga mecanismos que se aproximam de uma lei geral para as comunicações eletrônicas. Um dos temas enfrentados é a proteção e o estímulo ao conteúdo brasileiro e, ou, independente. Dessa forma, são aplicadas ações para o combate à concentração na cadeia produtiva, cotas na programação e empacotamento da TV por assinatura, e aumento nas fontes de arrecadação direcionadas ao fomento, bem como proteção aos direitos autorais do conteúdo brasileiro.

### **1º) Do moderno ao global**

Raewyn Connell (2010) aponta nas ciências sociais tidas como modernas relações intrínsecas com projeto de dominação e colonização. Sem negar o caráter seletivo, Gurinder Bhambra (2012) vai tentar reconstruir múltiplas e plurais modernidades, reconectar historicamente elementos ocultados, porém ainda persistentes nas relações sociais. Para o tema deste artigo, saída proposta por Bhambra é importante para demonstrar que existem elementos fora dos padrões hegemônicos no audiovisual moderno brasileiro.

No cinema, os anos 1950 são marco para Ismail Xavier (2001), que, em sua obra, busca desmitificar o moderno restrito ao elemento artístico dos filmes, e o acompanha pelo amadurecimento sobre o papel determinante do Estado, bem como percepção integral da produção. Glauber Rocha (2003) é o maior representante do intelectual, e deixa dois legados: os conceitos de cinema independente e de cinema de autor. O primeiro permanece até os dias atuais ao relacionar a produção à atuação do Estado, a fim de torná-la autônoma

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrado concluído e doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UNB. Linha: Políticas de Comunicação e Cultura. E-mail: andradecaribe@gmail.com

aos interesses estrangeiros. O segundo foi enfraquecido e se aproxima de uma capacidade emancipatória da arte industrial desde que esteja em contraposição ao comercial e também à tradição. O reconhecimento do Estado ao pensamento moderno se dá com a criação da Embrafilme durante os governos militares. Determinados produtos passam a ser legitimados, e, aos poucos, essas diferenças passam a ser agrupadas em “cineminha” versus “cinemão” até o fim da Embrafilme (MARSON, 2006).

Na televisão a modernidade, para Jambeiro (2001) e Mattos (2002), tem como marco a Rede Globo, ao estabilizar a autonomia do caráter nacional da produção cultural em comunhão com os interesses do Estado, e o respectivo modelo de desenvolvimento capitalista do país. O apoio dos governos militares se deu com infraestrutura, por meio do sistema Telebrás, publicidade, créditos e até mesmo ocultamento das denúncias de ilegalidade envolvendo a participação do capital estrangeiro na sua montagem (HERZ, 2009). No processo de redemocratização novas redes comerciais são estimuladas, emergem emissoras ou fundações de caráter público, mas não o suficiente para ameaçar o predomínio da Globo em uma programação centrada em novelas, jornalismo e esportes, e sistema rede marcado pela incipiência das afiliadas e retransmissoras.

Percebesse que segmentação entre plataformas, cinema e televisão, é um elemento moderno, mas não aconteceu de forma totalitária, a exemplo do grupo Os Trapalhões, que teve programas de TV na Tupi e a Globo, e alcançou bilheterias expressivas entre os anos 1970 e 1990, ao ponto ser a principal marca do cinema brasileiro nesse período em termos quantitativos. No âmbito regulatório, Orlando Senna (informação oral, 2014) enxerga uma complementação entre as duas plataformas:

"A ditadura teve preocupação de dizer: "Somos modernos. O cinema, a tv, as estradas. Somos contemporâneos ao acontece com o mundo inteiro". Já que a imagem real era desastrosa. Isso não é uma coisa a ser confirmada com provas e documentos, mas a história nos mostrou como complementação. Se a ideia é colocar a tv no Brasil inteiro, tem que ter conteúdo, Por isso o governo militar se interessou na ideia dos cineastas. Teve complementação porque a Embrafilme foi firmada com muitos recursos e durou muitos anos. Não acho que foi por acaso, o Golbery, o grande intelectual, não faria algo aleatório."

### ***global***

A globalização para Connell (2010) é reconfiguração da modernidade, relacionada com a linguagem midiática, ação empresarial e crescimento do neoliberalismo. A autora também destaca que leituras, basicamente oriundas do Sul, têm produzido outra visão sobre a globalização. O geógrafo brasileiro Milton Santos (2001), por exemplo, defende que a produção da globalização *perversa* tem como prática a separação entre técnica e política.

Vamos considerar neste estudo que a gramática recorrente nessa produção da globalização *perversa* é o discurso da convergência de mídias ou tecnológica, o que representa uma apropriação conservadora do postulado original elaborado por Ithiel de Sola Pool (1983). Dessa forma, a convergência passa a subsidiar o discurso de grandes grupos empresariais para a concentração dos mercados, contínua privatização do espaço público, e padronização das expressões culturais.

No audiovisual brasileiro, a década de 1990 começa com o enfraquecimento do Estado nacional após o fim da Embrafilme, e reposicionamento da indústria hollywoodiana na distribuição com o fortalecimento do *home video*, início dos cinemas multiplex e TV por assinatura<sup>3</sup>. O paradigma independente é reoxigenado com profissionais e empresas oriundas do movimento do vídeo independente e suas interseções com a publicidade e televisão, e ainda no decorrer da década de 1990 a digitalização facilitou a atividades das empresas com esse perfil, a exemplo da O2 e Conspiração Filmes. Na época pairou uma ilusão liberal no setor, e os cineastas passam a apoiar políticas sustentadas pela renúncia fiscal (MARSON, 2006). Produtores com décadas de atuação saíram a frente, a exemplo da LC Barreto, liderada por Luiz Carlos Barreto, o Barretão. Utilizando atores, divulgação e por vezes até diretores que mantiveram suas atividades majoritariamente nas novelas, alguns filmes obtiveram públicos e, ou, indicações ou prêmios expressivos, tendo ápice a coprodução internacional *Central do Brasil* (SALLES, 1998).

O caráter independente, com apoio estatal, era uma condição existencial do cinema brasileiro. Até que no mesmo ano de lançamento de *Central do Brasil* a Globo Filmes foi inaugurada, e estimula uma revisão do paradigma. O quadro de competição a faz se fixar apenas como apoiadora e coprodutora, inclusive para captar via Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993). A sinergia do cinema com a TV Globo vai além dos artistas e divulgação, e tem como marco *O Auto da Compadecida* (ARRAES, 2000). Considerado por Lia Bahia e Tunico Amâncio (2010, p. 122) “um ‘projeto piloto’ da reinvenção do audiovisual brasileiro”, marcada por uma estética híbrida e multiplicidade de formatos, primeiro uma minissérie e depois um longa-metragem com a distribuição da Columbia Tri Star (EUA).

Outro marco na adoção de novos formatos no âmbito dos gêneros e modelo de negócios, é o reality-show *Big Brother Brasil* (BBB), lançado em 2002. Fruto de sociedade

---

<sup>3</sup> Anita Simis (1998) apontou a persistência de problema nevrálgico presente desde anos 1940: a incidência estrangeira na exibição e distribuição. Nas salas de cinema, o modelo *multiplex* é dominado por dois grupos estadunidenses. Quanto à distribuição, passa a ser dominada por grandes estúdios, então responsáveis por 85% da produção norte-americana, inclusive nos canais de tv por assinatura.

com a Endemol, uma produtora independente holandesa, além da TV aberta, o programa passou a ser transmitido parcialmente no Multishow, e integralmente no *pay-per-view*, *internet* e rádio. Tal conexão entre plataformas no principal grupo de mídia do país tem como pedra fundamental o lançamento da Globosat em 1991. O negócio envolvia a operação do serviço e pacote envolvendo canais de esportes, notícias, show, e filmes em associação com a Paramount, Fox, Universal e MGM.<sup>4</sup> Já a parceria com a produção brasileira e independente se fortalece com o Canal Brasil<sup>5</sup>, viabilizado a partir de obrigações da Lei do Cabo (BRASIL, 1995).

Devido a instabilidade deste cenário, as tentativas de reformular a política para o audiovisual estiveram presentes nas movimentações do III Congresso Brasileiro de Cinema (2000). Foi momento ímpar de articulação e resultou num grupo de trabalho coordenado pelo governo Fernando Henrique Cardoso (FHC) (1999-2002). Após os debates, encaminhou-se a criação da Agência Nacional do Cinema e Audiovisual (Ancinav), todavia, apesar de estar presente no processo, ao fim, a Globo foi contrária, e o governo a atendeu.

Outra pressão que atrofiou a criação da agência foi oriunda dos *majors* para não taxar em 11% suas remessas de lucro ao exterior, sob ameaça de recorrer a Organização Mundial do Comércio (OMC). O governo também atendeu com a possibilidade de abater em até 70% do imposto do renda com a realização de coproduções via Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993) e ainda controlarem os direitos autorais das obras. Surgia assim a Agência Nacional do Cinema (Ancine) por meio da MP 2.228-1/2001, envolvendo atividades de regulação restritas ao cinema, e fomento à produção sem autonomia<sup>6</sup>.

Na TV por assinatura, fora o Canal Brasil, a associação da produção brasileira e independente nas programadoras estrangeiras era restrita aos mecanismos de “chantagem fiscal” oriundos da Medida Provisória 2.228-1. As programadoras se valeram desse mecanismo para aliar a Globo Filmes nas seis obras mais assistidas em 2003. Ano esse, responsável pelo recorde histórico do conteúdo nacional nas salas cinema: chegou-se a 22% no *market share*, o que representou 22 milhões de espectadores, nos trinta filmes nacionais lançados, superando as cotas nas telas estabelecidas.

---

<sup>4</sup> Os primeiros canais Globosat foram: Telecine, TopSports, Multishow e GNT.

<sup>5</sup> A Globosat se associa a um grupo de produtores nacionais: Luiz Carlos Barreto (Barretão), Zelito Vianna, Marco Altberg, Roberto Farias, Anibal Massaini Neto, Patrick Siaretta, André Saddy e Paulo Mendonça

<sup>6</sup> Ainda assim, a MP não deixou a Ancine isolada. Ela também estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional – FUNCINES, altera a legislação sobre o Condecine e institui novas políticas de cotas na tela nas salas de cinema.

**Tabela 1 – Filmes coproduzidos pela GloboFilmes em 2003**

Filme	Empresa Internacional	Espectadores
<i>Carandiru</i>	Columbia	4.693.853
<i>Lisbela e o Prisioneiro</i>	FOX	3.174.643
<i>Maria, Mãe do Filho de Deus</i>	Columbia	2.332.873
<i>Xuxa Abracadabra</i>	Warner	2.214.481
<i>Didi, O Cupido Trapalhão</i>	Columbia	1.758.579
<i>Deus é Brasileiro</i>	Columbia	635.212,00

Fonte: IKEDA, 2011, com adaptações.

O Art.39, inciso X, da mesma Medida Provisória, passou a permitir redirecionar 3% das remessas de lucros ao exterior em coproduções, sob a contrapartida de exonerar a taxa de 11% dessas remessas. Esse artifício foi um dos pilares para a Discovery buscar a liderança no promissor mercado infantil, tendo como marco a coprodução da série Peixonauta desde 2007 com a Tv Pinguim - uma produtora brasileira surgida ainda em 1989 com a publicidade. Porém, a estadunidense Home Box Office (HBO) foi a que mais utilizou os mecanismos e, em termos de qualidade, as séries então produzidas buscaram um padrão compatível aos conteúdos exibidos nos canais.

**Tabela 2 – Séries coproduzidas pela HBO Brasil**

Série/ano	Produtora brasileira	Captação via Art. 39 X
<b>Mandrake (2005)</b>	Conspiração Filmes	R\$ 11 milhões
<b>Filhos do Carnaval (2006)</b>	O2 Produções	R\$ 14,5 milhões
<b>Alice (2008)</b>	Gullane Entretenimento	R\$ 13 milhões

Fonte: IKEDA, 2011, com adaptações.

## **2º) Políticas nacionais e internacionais pós-Ancine**

As novas associações da produção brasileira na TV por assinatura propiciaram maior expertise dos profissionais nacionais, todavia, não representaram uma visão otimista sobre o conteúdo brasileiro. No primeiro governo Lula, (2003-2006) o Ministério da Cultura (MinC) passou a representar com maior intensidade as reivindicações da produção brasileira e independente, muitas das quais fora do padrão moderno até então vigente. A Secretaria do Audiovisual (SAV) era então gerida por Orlando Senna, oriundo da geração do cinema moderno, porém, seguidor de linha de cooperação internacional fora de Hollywood ao ponto de ter dirigido a Escuela Internacional de Santo Antonio de Lós Baños, situada em Cuba. Senna também traz experiência de audiovisual sem a segmentação regulatória entre cinema e TV, bem como concepção favorável à comunicação pública e à diversidade cultural.

Renata Rocha (2014) resgata que a primeira ação da SAV foi extinguir o canal por assinatura TV Cultura e Arte – exibido pela TV Escola-, responsável por quase um terço do orçamento da SAV. E, no seu lugar, iniciaram-se as formulações para uma emissora pública de TV e políticas públicas, a começar pelo DocTV. Já em 2014 vazou na imprensa a propos-

ta de retornar a Ancinav, rapidamente abortada após as críticas de suposto dirigismo cultural por parte dos radiodifusores e até mesmo por representantes da produção independente.

O passo concreto posterior foi interceder no fomento ao criar o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) por meio da Lei 11.437 (BRASIL, 2006). Regulamentado como categoria específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC), o FSA passa a gerenciar os recursos oriundos da Condecine, por meio do Comitê Gestor, composto por representantes da sociedade civil e poder público, em especial a Ancine, responsável por secretariar o órgão. O FSA passa a atuar diretamente no estímulo à produção, distribuição e até exibição brasileira e, ou, independente, por critérios próprios, representados por suas linhas de ações, se constituindo como via paralela às políticas de renúncia fiscal.

No segundo mandato de Lula (2007-2010) uma medida significativa surge para a distribuição da produção independente na televisão aberta: a Lei 11.652 (BRASIL, 2008) criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), e definiu reserva de 10% de conteúdo regional e de 5% de conteúdo independente na programação semanal da TV Brasil, entre os horários das 6 (seis) às 24 (vinte e quatro) horas. Tal iniciativa buscava refazer um histórico de insuficiência do sistema público no país e apresentar outro modelo de programação.

Neste cenário de transformações, as Organizações Globo também se movimentou. No início do primeiro mandato, passava por grave crise financeira, devido à alta do dólar e também aos altos investimentos na operação da TV por assinatura. Num panorama de competição com empresas transnacionais, não vingou o projeto amplo de convergência envolvendo infraestrutura de telecomunicações até as atividades finalísticas do audiovisual. Restou então a convergência enquanto sinergia da produção e programação, porém, dessa vez, havia o temor de perder a disputa para empresas estrangeiras, a exemplo da Telmex do magnata Carlos Slim, responsável por assumir o controle da Net Serviços em 2004.

No “Conteúdo Brasil – Seminário de Valorização da Produção Cultural Brasileira” (2004), a Globo reuniu atores, diretores e escritores para alertar o país sobre um suposto risco à soberania. Depois apoiou projetos de lei no Congresso Nacional a fim de colocar limites à participação do capital estrangeiro na exploração do conteúdo. O objetivo era mantê-la como a principal corporação em atuação no país no audiovisual, mas continuava contrária às medidas que pudessem atender diretamente à produção independente, haja vista a tentativa de regulamentar o Art. 221 da Constituição Federal, que prevê a participação da produção regional e independente na radiodifusão.



A nível internacional, a posição liberalizante do país, influenciada pela Globo durante o período de expansão na década de 1990, foi revista na construção da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade Cultural, conforme resgata Giuliana Kauark (2012). A autora contextualiza a importância do audiovisual nos embates protagonizados por França e EUA, até desaguar na tese de “exceção cultural” na Rodada do Uruguai (1986-1993). Ainda assim, havia fragilidade regulatória para subsidiar os estados nacionais. A partir da UNESCO a Convenção foi desenvolvida, tendo o Brasil papel estratégico nos embates contra a posição liderada pelos EUA, que, por sua vez, retornava ao órgão desde os conflitos em torno do Relatório MacBride em 1984. Com isso, o estado brasileiro teria mais um instrumento para enfrentar as *majors* estadunidenses. Nesse caso, o instrumento se resume ao aspecto político e propositivo, pois os EUA não são signatários da Convenção, e dessa forma, isentos de seguir suas orientações.

### **3º) A Lei da Tv Paga**

A tramitação da Lei 12.485 começa por uma demanda das empresas de telecomunicações<sup>7</sup> por meio do Projeto de Lei 29/2007, apresentado na Comissão de Ciência, Tecnologia e Informática pelo deputado Paulo Bornhausen (DEM-SC). O projeto expressava o desejo de unificar as regras na TV por assinatura ao consolidar a exploração conjunta da telefonia fixa com a TV a cabo, bem como promover a entrada irrestrita do capital internacional nessas atividades. Para essas reivindicações seguirem, as teles contemplaram no início das negociações a Globo, e assim, aceitaram duras restrições para controlar radiodifusoras, produtoras e programadoras (Art. 5º), bem como como impedimentos para contratar talentos artísticos, e adquirir quaisquer direitos de obras audiovisuais ou de grandes eventos esportivos (Art. 6º). A Globo, por sua vez, se conformou com o impeditivo dos radiodifusores controlarem os serviços de telecomunicações (Art. 5º). Tal acordo, mais conhecido como “Tratado de Tordesilhas”, é um marco no aparato regulatório do país no que tange os limites à concentração da cadeia produtiva, e tem como cerne conflitos e consensos entre grandes grupos empresariais nacionais e internacionais.

As demandas do audiovisual brasileiro e independente foram centralizadas no aumento nos recursos destinados ao fomento da produção e as cotas na programação e empacotamento da TV por assinatura, e foram intermediadas pelo primeiro relator do PL 29, Jorge Bittar (PT-RJ), a partir de articulação envolvendo agentes econômicos, pesquisadores e o staff da Ancine, liderada pelo então diretor-presidente Manoel Rangel. Nesse último caso, a

---

<sup>7</sup>Oi, Telefônica, GVT, Claro, Embratel e Net Serviços foram as principais interessadas nesta alteração.

Ancine além de regular e fomentar o setor, assumia um papel de formulação da política para audiovisual antes protagonizado diretamente pela estrutura executiva do MinC.

O primeiro parâmetro da Lei é definir o que é produtora brasileira independente. No Art 2º, inciso XIX, determina que radiodifusoras, programadoras e distribuidores não têm poder controlar suas ações, inclusive por meio de contratos de exclusividade. No fomento, os recursos da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) foram ampliados por meio do redirecionamento de taxas incidentes sobre as empresas de telecomunicações (Art 26º), a serem repassados para administração exclusiva do FSA, e destinados majoritariamente para conteúdos com os direitos autorais pertencentes à produção brasileira e independente. Ainda nesses recursos, duas regras inovadoras foram instauradas no montante da Condecine (Art. 27º): I) as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste passam a ter reservados 30%; II) 10% das obras estimuladas com esse mecanismo devem ter como primeira exibição canais comunitários, universitários e programadoras brasileiras independentes da TV por assinatura

O fomento não foi motivo para entraves na tramitação, e sim, as cotas, na programação, e mais ainda no empacotamento do conteúdo distribuído exclusivamente para assinantes, classificado como comunicação audiovisual por acesso condicionado (Art. 2. IV). O receio das *majors* era tornar o Brasil uma referência para os demais países latino-americanos, e, da Globo, perder o protagonismo nacional. Ao final, apenas o segundo pleito foi atendido, e o resultado está expresso no Capítulo V da Lei 12.485/2011.

O conceito de espaço qualificado<sup>8</sup> é chave para a aplicação das cotas. Inspirado no modelo da União Europeia, ele representa basicamente as obras como séries, longa metragens e *reality shows*, seja ficcional, documental ou animação. São produtos com alto potencial de negociação dos direitos autorais num mercado marcado pelo trânsito entre diversas plataformas, formatos, circulação em diversos países e até associação com outras atividades a exemplo dos brinquedos, roupas e jogos eletrônicos. Dessa forma, na programação, os canais de espaço qualificado são obrigados a reservar ao menos 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais do horário nobre para conteúdo brasileiro, sendo metade oriundo de produtora brasileira independente (Art. 16º). No empacotamento, a orientação base é destinar aos

---

<sup>8</sup> Art. 2º XII - Espaço Qualificado: espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador;



programadores brasileiros um terço dos canais de espaço qualificado ofertados (Art. 17º), e as demais especificidades vão ser explicadas na avaliação da aplicação da Lei da Tv Paga.

#### 4º) Os primeiros resultados

Os resultados da Lei aqui analisados na participação do conteúdo brasileiro e, ou, independente estão focados no fomento via FSA e inserção na grade da TV por assinatura. No fomento, o FSA adota uma série de critérios e mecanismos para destinar aos projetos selecionados, contratar e desembolsar os recursos. Tais distinções são chaves para analisar a eficácia da Lei, e na comparação entre os anos de 2011 e 2013<sup>9</sup>, é possível perceber um salto quantitativo, porém, muito aquém os valores arrecadados.

**Tabela 3 - Recursos do Condecine e FSA (valores aproximados em milhões de Reais)**

	Arrecadação Condecine	Destinados/FSA	Contratos/FSA	Desembolsados/FSA
<b>2011</b>	R\$ 43	R\$ 80	R\$ 48	R\$ 31
<b>2013</b>	R\$ 725 <sup>10</sup>	R\$ 142	R\$ 86	R\$ 47

Fonte: Relatório de Gestão do FSA 2013 e SIAFI, com adaptações do autor.<sup>11</sup>

A preponderância da cinematografia no FSA pode ser mensurada nos R\$ 142 milhões destinados. Eles correspondem a 124 projetos selecionados, desses, 78 foram restritos a Produção de Cinema, tanto para produção ou distribuição, e acumularam R\$ 98 milhões, ou seja, 69% do montante.

Ainda no ano de 2013, foram lançados comercialmente 24 obras cinematográficas selecionadas pelos editais do FSA, e correspondem a 19% do total de 127 filmes lançados no mercado de salas de exibição. Obviamente, esses projetos tendem a representar projetos selecionados majoritariamente em anos anteriores. Ainda assim, duas informações no relatório demonstram uma tendência de articulação do FSA com o mercado distribuidor e exibidor predominante. A primeira é a dificuldade para cumprir a obrigação de distribuir regionalmente os recursos: apenas nove estados tiveram produtoras contempladas em 2013, se do que Rio de Janeiro e São Paulo juntos somaram 93% do total.<sup>12</sup> A segunda informação é a porcentagem na renda: estes 24 filmes somaram 52% da renda total dos filmes nacionais.

Isso não significa retorno do investimento para o FSA. Foram analisados pela Ancine 17 projetos da Linha A, reservada à produção para cinema, e eles obtiveram apenas

<sup>9</sup> Até dia 06 de julho de 2015, não havia relatório de gestão do FSA relativo ao ano de 2014.

<sup>10</sup> Este valor é relativo a arrecadação em 2012.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/relatorios-de-gestao/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20FSA%202013%20-%20-%20C3%BAltima%20vers%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 28/01/2015.

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/relatorios-de-gestao/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20FSA%202013%20-%20-%20C3%BAltima%20vers%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 28/01/2015

13% de recuperação do investimento, ou seja, há um aparente paradoxo a ser explicado pelo Comitê Gestor: são produtos com capacidade de mercado, mas sem retorno direto à fonte pública de investimento. Nesse sentido, faz-se necessário questionar a eficácia dos mecanismos de direitos autorais adotados pela Ancine e FSA, pois eles teoricamente determinam ingerência na comercialização das obras, mas deixam vácuos sobre a participação nos lucros.

#### **cotas**

Na programação<sup>13</sup>, até o fim de 2013, a Ancine<sup>14</sup> contabilizou 98 Canais de Espaço Qualificado (CEQ) ofertados no SeAC, sendo 64 deles originários de empresas dos EUA. A seguir, a tabela com as dez principais programadoras do país de canais qualificados.

**Tabela 4 – Principais programadoras de CEQ'S**

Grupo Controlador/Programadora	Números de Canais	Número de Assinaturas	País
<b>Time Warner</b>	26	180.338.347	EUA
<b>Globo</b>	15	143.968.312	BRA
<b>Discovery</b>	11	93.852.691	EUA
<b>News Corp. (Fox)</b>	8	66.989.289	EUA
<b>Viacom</b>	6	44.100.000	EUA
<b>Sony Pictures Entertainment</b>	3	30.557.000	EUA
<b>Disney</b>	4	28.551.728	EUA
<b>NBC Universal</b>	3	26.817.338	EUA
<b>Gamecorp</b>	1	15.881.413	BRA
<b>Band / Newco</b>	1	12.081.215	BRA

Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2013. Converge Comunicações; Sistema Ancine Digital, com adaptações.

No relatório mais atualizado sobre a Tv Paga relativo a 2014, desenvolvido pela<sup>15</sup> Ancine, foram selecionados 20 dos principais canais qualificados dessas programadoras a fim de avaliar o perfil do conteúdo. A participação dos longas-metragens na programação em horas – inclusive no horário nobre - é preponderante em 14 dos 20 canais.

As cotas na programação e empacotamento começaram a ser efetuadas em 2012, e segundo o Art. 23. o primeiro ano (2012) seria de 2/3 (dois terços) do total, e no segundo ano (2013), 1/3 (um terço) restante. Isto resultou em um aumento proporcional significativo

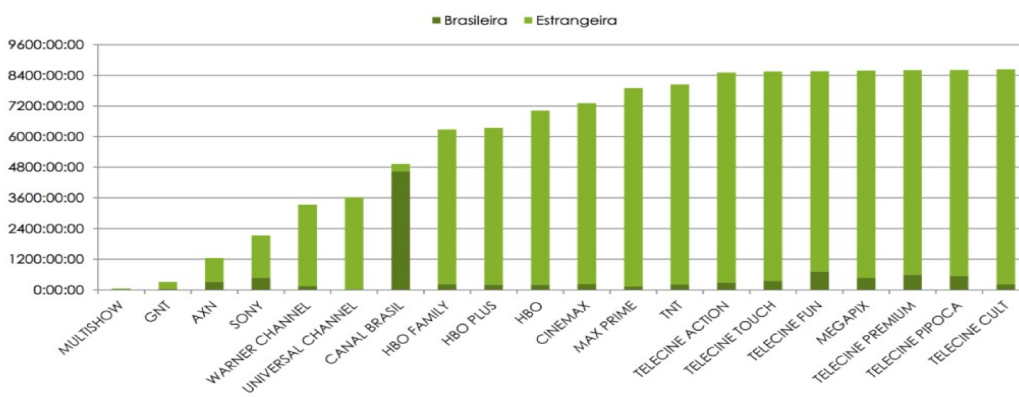
<sup>13</sup> Art. 16 determina que os canais que predominam o espaço qualificado passam a ser obrigados a exibir conteúdo brasileiro por no mínimo três horas e trinta minutos semanais no horário nobre, sendo a metade oriundo de produtora brasileira independente.

<sup>14</sup> Disponível em: < <http://www.ancine.gov.br/>>. Acesso em: 2 fev. 2015.

<sup>15</sup> Disponível em: < [http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2014/Programacao/Informe\\_TvPaga\\_2014\\_versaopublicacao.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/2014/Programacao/Informe_TvPaga_2014_versaopublicacao.pdf)> Acesso em: 07/07/2015.

ano a ano das obras de longas-metragens brasileiras, porém, a própria Ancine reconhece no relatório que o total continua a ser “pequeno” e pode ser mensurado no gráfico abaixo.

**Figura 1 - Gráfico Horas de Programação de Longas Brasileiros por Canal – 2014**



Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2014

É na quantidade de longas veiculados que pode-se realizar uma análise mais contundente sobre a presença do conteúdo brasileiro, em especial para estabelecer comparativos com o período anterior à Lei da Tv Paga. Pode-se iniciar com o ano de 2011, quando a metodologia selecionou 15 canais posteriormente classificados como qualificados e não integrantes do sistema de cotas no empacotamento. Metade desses selecionados exibiu de zero a um filmes brasileiros no ano, situação que demonstra a então inexpressividade das obras brasileiras na TV por assinatura. Paulatinamente este número foi crescendo e os relatórios não apontam descumprimento das cotas nestes canais, ao contrário, o aumento persistiu em 2014 quando já tinha atingindo o percentual mínimo. Ainda assim, entre esses 15 canais o percentual de obras brasileiras saltou de 1,20% para 5,25% na programação<sup>16</sup>.

**Tabela 5 – Participação de longas brasileiros e estrangeiros 2011 e 2014**

CANAL	2011		2014	
	Brasileiros	Estrangeiros	Brasileiros	Estrangeiros
HBO PLUS	0	496	16	445
CINEMAX	0	533	22	940
HBO FAMILY	1	335	12	261
HBO	1	583	16	549
MAXPRIME	0	502	15	484
SONY	0	37	53	219
TELECINE CULT	3	797	19	632

<sup>16</sup> Existem limites metodológicos nesta comparação. Os dados de 2011 não permitem mensurar a quantidade e faixa no horário da programação, bem como o número de repetições de cada obra. Esses dois dados estão presentes no relatório de 2014 e demonstram cumprimento das cotas na faixa horária e repetição equilibrada entre obras brasileiras e estrangeiras.

<b>AXN</b>	0	89	49	157
<b>TNT</b>	4	691	27	641
<b>TELECINE PREMIUM</b>	22	449	35	451
<b>TELECINE TOUCH</b>	9	456	31	524
<b>WATNER CHANNEL</b>	0	206	13	219
<b>TELECINE FUN</b>	14	791	31	408
<b>TELECINE PIPOCA</b>	25	473	39	523
<b>TELECINE ACTION</b>	13	1064	17	679
<b>Total por origem</b>	<b>92</b>	<b>7502</b>	<b>395</b>	<b>7132</b>
<b>Percentual</b>	1,20%	98,80%	5,25%	94,75%

Fonte: Informe da TV Paga, Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2011 e 2014. Sistematização do autor.

O perfil destes filmes brasileiros que predominam na TV por assinatura é também emblemático sobre a sinergia com o mercado distribuidor e exibidor cinematográfico. O relatório de 2014 selecionou as obras que obtiveram 20 ou mais veiculações nos 20 canais do SeAC mencionados acima. Nesses casos se observou “uma tendência de que quanto maior o número de espectadores nas salas, maior a quantidade de veiculações na TV paga”. (ANCINE, 2014, pg 37).

Por fim, ao cruzar os dez filmes com maior número de veiculações em 2014 e as atas de seleção do Fundo Setorial do Audiovisual, é possível averiguar que seis foram contemplados. Também é possível perceber que seis dos dez são co-produções da GloboFilmes, e um recebeu apoio na divulgação.

**Tabela 6 – Dez filmes brasileiros mais veiculados na TV Paga - 2014**

Nome/ano lançamento	Público	Exibições	Participação	Participação
	(Cinema)	Tv Paga	Globo Filme	FSA
Minha mãe é uma peça (2013)	4.600.145	61		sim
De Pernas pro ar 2 (2012)	4.846.273	53	coprodução	não
Somos tão jovens (2013)	1.715.763	49		Sim
Até que a sorte nos separe (2012)	3.411.137	47	coprodução	não
Faroeste Cabloco (2013)	1.469.772	46		sim
Gonzaga – de pai pra filho (2012)	2.729.340	44	coprodução	sim
Vai que dá certo (2013)	1.320.102	43	coprodução	sim
O concurso (2013)	67.904	41	coprodução	não
Uma professora muito maluquinha (2011)	206.991	40	apoio	sim
Diário de Tati (2012)	206.991	40	coprodução	não

Fonte: Informe da TV Paga Ancine/SAM. O Mercado de TV por Assinatura no Brasil em 2014. Relatório de Gestão do FSA 2013. Sistematização do autor.

### **Empacotamento**

Quanto ao empacotamento dos canais, até janeiro de 2015 foram selecionados<sup>17</sup> 22 Canais Brasileiros de Espaço Qualificado (CBEQ). Ao comparar com o ano de 2012, doze novos CBEQ surgiram. A Ancine classificou quinze como independentes (CBEQI), que por sua vez, precisam integrar um terço dos CBEQ ofertados (Art. 17º, §1º). A terceira subdivisão, o Canal Super Brasileiro (SB) (Art. 17º §4º), é relativo a oferta de ao menos dois canais que veiculam, no mínimo, doze horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro oriundo de produtora brasileira independente, três das quais em horário nobre. Por fim, a quarta categoria refere-se à obrigatoriedade de uma programadora de um Canal SB não ser controlada, controladora ou coligada à concessionária de radiodifusão (SbsR) (Art. 17º §5º).

**Tabela 7 - Configurações dos canais brasileiros na TV paga**

Canais Brasileiros de Espaço Qualificado	CBEQI	SB	SbrS
<b>+Globosat (Globosat)</b>			
<b>BIS (Globosat)</b>			
<b>GNT (Globosat)</b>			
<b>OFF (Globosat)</b>			
<b>Play TV (Globosat)</b>			
<b>Arte 1 (Band)</b>			
<b>Canal Brasil (Globosat)</b>		X	
<b>Curta!</b>		X	X
<b>CineBrasilTv</b>	X	X	X
<b>Prime Box Brasil</b>	X	X	X
<b>Music Box Brazil</b>	X		
<b>Chef TV</b>	X		
<b>FishTV</b>	X		
<b>Mundo TV</b>	X		
<b>Cennarium TV</b>	X		
<b>Mix TV</b>	X		
<b>Travel Box Brazil</b>	X		
<b>TV Climatempo</b>	X		
<b>Woohoo</b>	X		
<b>TV Rá Tim Bum</b>	X		
<b>Zoomoo Brasil</b>	X		

<sup>17</sup> Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/classificacao-canais-programacao/lista-classificacao-canais-08012015.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2015.

Fonte: Monitoramento Ancine/SAM, com adaptações.

A vitalidade desses canais é fundamental para desaguar a produção audiovisual brasileira, historicamente, por isso, a importância de trazer à tona os gargalos de sustentabilidade enfrentados. O primeiro deles é a persistente interferência das operadoras do SeAC nesses canais. No empacotamento pode-se decidir arbitrariamente por colocar entre Canal Brasil e o Curta! para cumprirem o espaço do SB num pacote básico. Já o CBEQI pode ser cumprido com canais com conteúdos pouco expressivos, a exemplo daqueles dedicados exclusivamente à pesca (FishTV), meteorologia (TVClimaTempo) e vídeo clipes (Music Box Brasil). Enquanto isso, canais com vocação para conteúdos com maior potencial econômico como obras seriadas e longas-metragens, a exemplo do CineBrasilTV e Prime Box Brasil, podem ficar de fora dos pacotes mais populares. Para completar, há pouca transparência e controle sobre os contratos das operadoras com as programadoras brasileiras independentes, o que pode resultar em preços baixos repassados.

### **Considerações Finais:**

A Lei da Tv Paga é marco no estímulo e proteção ao audiovisual brasileiro e, ou, independente. Todavia, a representatividade do conteúdo brasileiro nos mecanismos sob interseção da Lei ainda é restrita às Organizações Globo e pequena parcela de produtores ou programadoras surgidos ou estabelecidos na década de 1990. Mais ainda, o predomínio neste cenário permanece com as *majors* estadunidenses, cabendo ao audiovisual brasileiro presente um papel secundário, inclusive com a Globo, pois sua força nas decisões regulatórias e até mesmo nas particularidades no modelo de programação e empacotamento, não sobrepõem os negócios hollywoodianos. As consequências deste cenário devem ser compreendidas devido a importância da TV por assinatura em sintetizar os fluxos na produção e distribuição presentes, inclusive na privatização do espaço público, e não como um modelo estático que irá predominar sobre os demais.

Este contexto presente na Lei da Tv Paga é congruente com a defesa de determinadas modernidades no audiovisual brasileiro. Estas formulações são balizadas, primeiro, na segmentação entre cinema e televisão, segundo, defesa que a partir de determinado momento há ruptura histórica e novas formas de produção e valores passam a predominar em associação com o Estado nacional. A valorização desta produção nacional é reconfigurada na década de 1990 por um ideal de globalização, ainda presente, marcado por seletividade dos grupos remanescentes do projeto moderno, e ratificação da associação com as *majors*, em especial no aparato regulatório, sob apoio da ordem econômica internacional.



As mudanças políticas no comando do Estado nacional nos anos 2000 foram acompanhadas por tentativas de ampliar o reconhecimento à produção independente, em partes, fortalecida por maiores facilidades na produção advindas com a digitalização. Essas tentativas se conectaram à valorização da comunicação pública e iniciativas de cooperação internacional. Dialeticamente, isso se faz por representantes oriundos de visão mais abrangente da modernidade no cinema brasileiro, na qual, o cinema independente ainda está imbricado ao cinema do autor, nesse último caso, não por visão de hierarquização das expressões culturais, entre o tradicional e o moderno, e sim necessidade de valorizar a diversidade presente no país de forma equânime. A globalização nesse perspectiva passa a ser oportunidade para o compartilhamento dessas experiências entre os diversos povos, todavia, como já vimos, a Lei da Tv Paga está longe de representar plenamente esses anseios.

#### **Referências Bibliográficas:**

- BHAMBRA, Gurinder. *Retthinking Modernity: postcolonialism and the sociological imagination*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.
- SIMIS, Anita. Situación del audiovisual brasileño en lá década de los noventa. *Comunicación y Sociedad* (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 33, 1998, pp.93-117
- CONNELL, Ranewyn. *Southern Theory: the global dynamic of knowledge in social sciences*. Cambridge, 2007.
- HERZ, Daniel. *A História secreta da rede globo*. São Paulo: Ortiz, 2009.
- JAMBEIRO, Othon. *A TV no Brasil do século XX*. Salvador: EDUFBA, 2011.
- KAUARK, Giuliana. *Oportuna diversidade: A participação do MnC durante a negociação da Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais*. Dissertação – UFBA, Programa Multidisciplinar de Cultura e Sociedade, Salvador, 2009.
- MARSON, Melina Izar. *O Cinema da Retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine*. Campinas, SP: [s.n.], 2006.
- MATTOS, Sergio. *A televisão no Brasil: 50 anos de história*. Salvador: Ianama, 2000.
- POOL, Ithiel de Sola. *Technologies of freedom*. Cambridge: Belknap, 1983.
- ROCHA, Renata. *Políticas Culturais e Televisão Pública. O Processo de Conformação da Empresa Brasil de Comunicação/Tv Brasil*. Tese. UFBA, 2014
- SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- SENNA, Orlando. Entrevista VIII. [nov.2014]. Entrevistador: Pedro Andrade Caribé. Rio de Janeiro, 2 arquivos .mp4 (132 min)