

FONTE

Jornal: Gazeta Mercantil/Fim de Semana - Pág. 4

Data: São Paulo, 9 de Junho de 2006

Autor: Márcio Rodrigo

Por uma TV independente

Na segunda-feira (5), em São Paulo, um croata estava sentado na primeira fila do auditório de convenções do Shopping Frei Caneca. Não, não se tratava de um turista curioso que veio conhecer como vive o povo do primeiro adversário de seu país na Copa do Mundo. Era um produtor de televisão, que a exemplo de colegas seus de países como França, Canadá, Argentina e Chile, estiverem presentes no 1º Mercado Internacional de Televisão (MITV), organizado pela revista "Tela Viva", publicação especializada no mercado audiovisual.

Todas as vezes que o brasileiro pensa em televisão, geralmente, a idéia que lhe vem à cabeça é a Rede Globo. A emissora da família Marinho instalou no imaginário da nação o seu famoso padrão de produção, o que acabou por transformar o veículo numa verdadeira indústria audiovisual no País.

Ocorre que o modelo adotado pela Vênus Platinada - copiado ao longo de décadas por todas as emissoras da chamada TV aberta brasileira - de produzir e exibir seus próprios programas só ocorre mesmo no Brasil. Em outros países, como a França e o Canadá, por exemplo, a legislação local não só incentiva, mas muitas vezes determina que boa parte da cota dos programas das emissoras seja realizada por produtoras independentes.

Diante deste quadro, os produtores fora do mainstream televisivo, organizados na Associação Brasileira de Produtores Independentes de TV (ABPI-TV), reivindicam agora junto ao governo uma política de incentivos para o setor, a exemplo do que ocorre hoje no cinema com a Lei do Audiovisual.

Ao mesmo tempo, a parceria da ABPI-TV com a Agência Nacional de Exportações (Apex) proporcionou a realização de negócios em importantes feiras internacionais dedicadas à televisão como a MipCom, em Cannes e a HotDocs no Canadá. "Quando começamos a trabalhar juntos, a expectativa era que atingíssemos em dois anos US\$ 6 milhões em negócios. Neste período, contudo, o volume de negócios ultrapassou os US\$ 24 milhões", revela Fernando Dias, presidente da ABPI-TV.

"O Brasil estava completamente fora do mercado internacional de produção", explica Dias, dizendo que os únicos produtos negociados nas feiras ao redor do mundo eram as telenovelas. Para posicionar os programas desenvolvidos por produtoras brasileiras no exterior, a associação e a Apex criaram a marca Brazilian TV Producers e a revista "Brazilian Way", distribuída nos eventos ao redor do mundo. Com mais de 70 empresas associadas, a ABPI-TV conseguiu fechar negócios com 13 países, entrando inclusive no competitivo mercado norte-americano.

"A produção da TV independente brasileira, seja na área de animação, ficção ou documentário, tem se projetado muito não só lá fora, mas aqui dentro também", diz André

Mermelstein, editor da "Tela Viva" e organizador do 1 MITV, para quem as novas tecnologias digitais permitiram que produções que antes só podiam ser realizadas no exterior, também possam ser feitas no Brasil.

Foi esta efervescência que levou a publicação a ampliar o Fórum Brasil de Programação e Produção, transformando-o num encontro internacional. "O produtor brasileiro tem um grande potencial criativo", observa Mermelstein, lamentando a falta de visibilidade das pequenas empresas do setor e indicando seu maior impasse no Brasil: "Falta financiamento para a área". Mermelstein observa que muitas vezes o produtor brasileiro fecha acordos de co-produção com parceiros internacionais, mas não consegue captar sua parte dos valores combinados no Brasil. "Temos neste momento aproximadamente US\$ 10 milhões de projetos parados devido a esta situação. Produções que conseguem parceiros internacionais, mas não dinheiro no País", confirma Fernando Dias. Ele frisa que tais dificuldades arranham a confiança de parceiros estrangeiros em trabalhar com as empresas nacionais.

"O que pleitearemos agora junto ao governo federal é uma nova utilização das leis do audiovisual já existentes", afirma o presidente da ABPI-TV. Dias defende o uso de critérios mais definidos quanto à utilização dos recursos advindos da renúncia fiscal. "Hoje com exceção do artigo 39 da Lei do Audiovisual não há outras possibilidades de fomento aos produtores independentes de TV", diz.

O dispositivo permite que emissoras estrangeiras de TV paga invistam parte do Imposto de Renda devido de suas remessas de lucro ao exterior em programas realizados por produtoras brasileiras. Foi assim, por exemplo, que desde outubro do ano passado a HBO produziu os seriados "Mandrake" e na seqüência "Filhos do Carnaval". Ambos, aliás, alcançaram grande sucesso na grade de programação da emissora. "Mandrake" elevou a audiência de 16 para 2 lugar nos canais a cabo nos domingos em que foi exibida.

O projeto de lei enviado na quarta-feira (7) ao Congresso prevê mudanças que certamente atenderão, ao menos em parte, à reivindicações da ABPI-TV caso aprovadas pelo Legislativo federal. Entre as mudanças para o setor, anunciadas antecipadamente no evento por Manoel Rangel, diretor da Agência Nacional de Cinema (Ancine) durante o MITV, estão a criação do artigo 3 - A que possibilitará que as emissoras de canais tenham benefícios similares aos que hoje favorecem as distribuidoras de cinema de capital estrangeiro que investem no cinema brasileira. "Certamente isto estimulará a parceria entre produtores independentes de TV e as emissoras pagas", aposta Rangel.

Oxalá o executivo esteja certo. Apesar de iniciativas como o concurso Documenta Brasil, uma parceria do Ministério da Cultura, ABPI-TV e o SBT que premiará quatro documentários de produtoras independentes com R\$ 2,5 milhões, o mercado de programas e seriados, que cresce à margem das grandes redes de televisão, precisa mesmo de novos incentivos para que suas potencialidades sejam exploradas devidamente e haja ao menos a chance de que uma rufada de criatividade possa invadir a velha televisão brasileira, tão marcada pela mesmice.