

Seg, 28 de Janeiro de 2013.
07:27:00.

O GLOBO | OPINIÃO
ANCINE | AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA

A chance do audiovisual

VERA ZAVERUCHA

Dizer que os incentivos ao cinema e aos conteúdos audiovisuais, investidos pelo governo federal, são recursos que poderiam estar sendo mais bem canalizados não é uma boa avaliação da realidade.

A Agência Nacional do **Cinema** acompanha os investimentos nas produções cinematográficas e suas receitas no mercado. De 1995 até 2011 foram lançados no mercado de salas 797 filmes de longa-metragem de ficção, animação e documentários, com investimentos de R\$ 1.230.573.135. Foram 174.929.100 espectadores, gerando uma receita bruta de R\$ 1.232.537.683. Ou seja, a receita bruta ultrapassa o total investido.

Foram 395 empresas produtoras envolvidas nestas produções. A cadeia produtiva do audiovisual envolve diversos agentes econômicos. Um filme pode ter uma equipe de mais de 150 pessoas, trabalhando diretamente na produção por cerca de quatro meses, além dos empregos indiretos criados.

As receitas obtidas pelas obras não se restringem aos valores auferidos com a comercialização nas salas. Há também receitas oriundas do licenciamento de mercados de vídeo e TV. O conteúdo audiovisual nas novas plataformas de comunicação gera uma receita que alimenta o Fundo Setorial do **Audiovisual** — Contribuição para o Desenvolvimento da **Indústria Cinematográfica**. De toda a arrecadação da Condecine- Tele em 2012, R\$ 400 milhões serão destinados ao Fundo Setorial.

A contribuição, em 17 anos, acumulou R\$ 340 milhões. Somem-se as duas contribuições (R\$ 740 milhões) à receita bruta gerada pelas obras lançadas em salas (R\$ 1,232 bilhão), aos valores estimativos de tributos gerados pela cadeia produtiva (30% de R\$ 1,232 bilhão) e poderíamos concluir que os recursos gerados pela própria atividade correspondem ao dobro do valor investido na produção de obras (R\$ 1,230 bilhão) para esse mercado.

O mercado internacional de audiovisual fatura mais de US\$ 450 bilhões por ano, sendo seus carros-chefe os produtos para cinema, embora a arrecadação com a exibição de filmes em salas seja menor do que a que chamamos de mercado de vídeo e agora também o de vídeo-on-demand. A televisão por assinatura vem crescendo. Em 10 anos, saímos do patamar de três milhões e meio para 14 milhões de assinantes em 2012. Somente nos últimos cinco anos o crescimento foi de 170%. Segundo a entidade setorial, ABTA, o faturamento no período, incluindo publicidade, cresceu de R\$ 2,6 bilhões para R\$ 14,6 bilhões, com avanço de 100% nos últimos 5 anos. O investimento publicitário saltou de R\$ 374,2 milhões em 2005 para R\$ 1 bilhão em 2010.

Uma nova perspectiva para o Brasil se firmar como produtor mundial de conteúdos foi criada a partir do estabelecimento de cotas para conteúdos brasileiros nos canais e pacotes oferecidos aos assinantes de **TV por assinatura**. Mais empregos serão criados, fortalecendo os agentes do mercado, principalmente os brasileiros.

Este é um setor que tem um enorme potencial. O que é preciso é decidir se queremos ou não participar dele. | **Vera Zaverucha** é diretora da **Ancine**