

TV digital gera euforia entre as produtoras

O setor audiovisual brasileiro vive um momento de euforia e otimismo. O advento da televisão digital, juntamente com programas de crédito oficiais que serão oferecidos aos que desejam ampliar sua atuação no setor, geraram ótimas perspectivas para as produtoras independentes do Brasil.

A empolgação é resultado de um tripé de ações que conta com o Programa de Apoio à Implementação do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre (Protvd) do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), que deverá disponibilizar R\$ 1 bilhão para atividades de pesquisa e desenvolvimento de novos conteúdos digitais até 2013, o Programa de Apoio a Cadeia Produtiva do Audiovisual (Procult), também do BNDES, que deve disponibilizar cerca de R\$ 120 milhões para investimentos em infra-estrutura das produtoras, e a lei que criou o Fundo Setorial do Audiovisual, em novembro de 2006, que autoriza as emissoras a investirem o imposto pago pela compra de conteúdo internacional nas produtoras do País.

A Lei, que foi publicada no Diário Oficial da União em 29 de dezembro de 2006 e se encontra em processo de regulamentação atualmente, deve injetar outros R\$ 50 milhões por ano, de acordo com previsão de Paulo Schmidt, diretor da Associação Brasileira de Produção de Obras Audiovisuais (Apro) e presidente do Grupo Academia - composto pela Margarida Flores e Filmes, Academia Filmes e Base7 Projetos Culturais. No total, o setor receberá aporte de cerca de R\$ 1,170 bilhão, sendo que os R\$ 120 milhões do Procult serão investidos até dezembro do ano que vem. "A partir disso estabelecemos uma possibilidade concreta de uma indústria independente", comemora Schmidt. Segundo ele, o núcleo de novas mídias do Grupo foi criado há um ano e quatro meses. "Estamos até constituindo uma nova empresa, que vai se chamar Colméia", adianta.

Formato

Rodrigo Meirelles, diretor da O2 Digital, núcleo de novas mídias da O2 Filmes, produtora do cineasta Fernando Meirelles, diz que ainda aguarda a definição do governo em relação ao formato que será utilizado na televisão digital brasileira; as opções são high definition (1.020 por 797 linhas de definição) ou standard definition (720 por 480 linhas). Mesmo assim, ele acredita nos benefícios da chegada da televisão digital no País. "Tem tudo para ganhar as agências. Os anunciantes estão procurando novas formas", diz.

João Daniel Tikhomiroff, presidente da Mixer, explica que a escolha do formato também é fundamental para o impacto que a tevê digital causará no mercado. "Se for standard definition não será uma mudança radical, mas se for high definition, sim. Os cuidados com cenografia, maquiagem e cenários terão de ser redobrados", afirma. Para ele, as produtoras serão beneficiadas de acordo com o número de novos canais.

Tikhomiroff conta que no último um ano e meio, a Mixer investiu e trocou todos os seus equipamentos de olho nas mudanças iminentes. Atualmente, como a maior parte do conteúdo produzido na Mixer é digital, existe o custo de passar desse formato para o analógico. "A longo prazo, a chegada da televisão digital deve fazer com que os custos das produções fiquem cada vez menores", afirma.

Disponível em: <<http://www.adnews.com.br>>. Acesso em 7 mar. 2007