

Notas sobre a Diretriz (8): aumentar a competitividade e a inserção brasileira no mercado internacional de obras e serviços audiovisuais

- (1) A inserção internacional é estrategicamente indispensável, mas o mercado externo ainda é considerado complementar para a maioria das cadeias econômicas do audiovisual brasileiro. Sob essa percepção, as alternativas de inserção internacional foram concebidas com o olhar em três facetas que caracterizam a posição particular do Brasil no audiovisual. De um lado, o país ainda faz parte da face periférica desse mercado; de outro, isso é confrontado pela forte expansão dos serviços e da produção, situação contrária à da maioria dos países; e, nesses dois aspectos, o Brasil encontra-se em posição de liderança. Com esse cenário, o PDM trata os objetivos e metas da inserção internacional do audiovisual a partir da evolução de outros três elementos: o audiovisual na integração econômica e política do país, os novos mercados para produtos e serviços audiovisuais e a construção da imagem do país e do audiovisual. Os três estão, ademais, articulados com as ideias e estratégias de desenvolvimento do mercado interno.
- (2) O primeiro tema refere-se principalmente ao processo de integração latino-americana e o relacionamento entre as cinematografias e políticas dos diversos países. Mas abrange também o posicionamento global do país e do audiovisual brasileiro, as iniciativas e os princípios políticos defendidos pelo Brasil junto à comunidade de nações, em especial quanto ao tratamento dos bens e assuntos culturais. As políticas latino-americanas para o audiovisual evoluíram muito nos últimos anos. O mercado de cinema e a produção independente nacional têm crescido na maioria dos países, apoiados por ações públicas cada vez mais articuladas, muitas delas coordenadas internacionalmente. México, Peru e Colômbia, assim como o Brasil, destacaram-se também pela expansão expressiva do seu parque exibidor. Somada a alguns países da Ásia Oriental, a América Latina é, hoje, a região em que o mercado audiovisual apresenta crescimento mais constante e expressivo. Como elementos comuns a esses países e causas desse fenômeno estão a ascensão recente de uma classe média massiva e os movimentos de qualificação urbana que visam superar décadas de atrasos em infraestrutura dos serviços.
- (3) O Brasil liderou o processo de integração dessas cinematografias, com a secretaria-executiva da Conferência das Autoridades Cinematográficas Ibero-americanas (CACI) sendo exercida pelo diretor-presidente da ANCINE a partir de 2011. A CACI tem mais de 25 anos de atuação, reúne os gestores das políticas audiovisuais da América Latina, Espanha e Portugal e, mais recentemente, admitiu a Itália como país convidado e parte do Programa Ibermedia. Como referência da dimensão desse mercado, apenas no cinema o conjunto desses países superou 1 bilhão de bilhetes vendidos em 2016. Os resultados dessa integração abrangem desde ações financeiras diretas por meio dos Programas Ibermedia, Ibermedia TV e DocTV Latinoamérica, a iniciativas de difusão, como a Pantalla CACI, e a organização de dados e estatísticas do setor pelo Observatório Ibero-americano do Audiovisual (OIA). Até 2015, o Programa Ibermedia investiu mais de 88 milhões de dólares em 2.196 projetos; entre eles, 736 coproduções realizadas entre empresas e profissionais dos países membros. O Ibermedia TV licencia anualmente 52 títulos para exibição semanal de cinema ibero-americano em 16 canais de televisão pública. O DocTV é um programa de coprodução, teledifusão e distribuição de documentários, que envolve uma rede de 17 países. A coordenação da CACI produziu também evolução importante no quadro legal da integração com o início da vigência, em 2016, do Acordo Ibero-americano de Coprodução Cinematográfica, pactuado pela Conferência, que promove e facilita as parcerias entre os produtores dos países signatários e conta com a adesão do Brasil. Vale destacar, ainda, entre os múltiplos acordos e convênios bilaterais e multilaterais celebrados pelo país, a aprovação e vigência recentes do Acordo com o Reino Unido, aguardado há tempos pelos profissionais e empresas dos dois países.

- (4) A busca e disputa pelos mercados internacionais conectam-se com essas intervenções políticas e com as ações de apoio à participação das empresas brasileiras em festivais e eventos externos. De modo geral, os indicadores de vendas internacionais sinalizam superação das metas, embora haja muito a evoluir. Em relação aos mercados prioritários, um crescimento mais robusto na América Latina depende ainda de instrumentos e empresas mais fortes e articulados que sejam canais de transmissão das políticas e dos projetos. Apesar disso, verificou-se evolução nos dados de bilheteria de cinema de filmes brasileiros na América Latina e Europa, em consequência da sua performance no mercado interno ou da repercussão na participação em festivais. Algumas séries brasileiras também mereceram audiência e reconhecimento expressivos, a partir de sua distribuição por canais e provedores internacionais.
- (5) Não é desconhecido que a diversidade, criatividade e beleza da cultura brasileira estão fixados na visão do Brasil e dos brasileiros no exterior. Esses elementos tiveram exposição internacional muito ampliada pelos conteúdos audiovisuais nos últimos anos, devido tanto ao crescimento e qualidade da produção interna, quanto ao aumento significativo do apoio da ANCINE à representação dos filmes e séries nos festivais. O Programa de Apoio à Participação Brasileira em Festivais, além de promover a exposição das obras brasileiras com vistas à sua colocação nos principais mercados do mundo, trabalha essa construção da imagem do audiovisual brasileiro como elemento reflexo e fundante da nacionalidade e de formação da imagem do próprio país. Entre os destaques resultantes desse tipo de ação, o ano de 2017 começou com participação brasileira recorde nos principais festivais internacionais com 12 filmes em Berlim, 15 em Rotterdam, além de 2 no Festival de Sundance. Muito do aumento dessa exposição deve-se ao suporte financeiro e institucional às coproduções: metade dos filmes brasileiros na Berlinale 2017 eram coproduções, assim como diversas outras obras que têm merecido prêmios e indicações no circuito internacional.
- (6) A ação internacional dos agentes públicos brasileiros do audiovisual implica também um nível de representação do país que repercute sobre sua imagem no exterior. Calçadas sobre o desenvolvimento interno e o sucesso das políticas executadas, as autoridades brasileiras do audiovisual têm conquistado e projetado uma posição de liderança e respeito junto às organizações políticas de outros países. A defesa do multilateralismo, da diversidade cultural e das políticas nacionais de suporte ao audiovisual são os fundamentos desse posicionamento e dessas ações. Em especial nos debates relativos à evolução dos serviços audiovisuais, às ações políticas e iniciativas regulatórias necessárias, é de se destacar a aproximação com a Associação de Diretores de Agências Europeias (EFAD), instituição equivalente à CACI na Europa, que resultou em declaração conjunta CACI-EFAD, tomada na reunião de alto nível de Toulouse, de março de 2016, com a afirmação de objetivos, ações, posições e compromissos comuns.

INDICADORES E METAS PDM*

* Os números da primeira coluna indicam a relação dos indicadores com as metas do PDM.

DIRETRIZ (8): AUMENTAR A COMPETITIVIDADE E A INSERÇÃO BRASILEIRA NO MERCADO INTERNACIONAL DE OBRAS E SERVIÇOS AUDIOVISUAIS

#	META PDM	SEGMENTO/ AMBIENTE	DESCRIÇÃO DA META	INDICADOR	DESCRIÇÃO	FÓRMULA DE CALCULO	PERIODICIDADE	UNIDADE	2010	META 2015	META 2020	FONTES	CLASSIFICAÇÃO	MONITORAMENTO 2015	PERCENTUAL DE CUMPRIMENTO DA META	% DE CRESCIMENTO PREVISTO 2010-2015	% CRESCIMENTO ALCANÇADO 2010-2015	OBSERVAÇÕES
160	5.3 8.8	Todos	Capacitar empresas e profissionais para operar no mercado internacional	Número de cursos de capacitação oferecidos para atuação no mercado audiovisual internacional	Expressa a disponibilidade de cursos de capacitação para atuação no mercado audiovisual internacional do audiovisual	Somatório dos cursos de capacitação dirigidos à formação de profissionais para atuação no mercado internacional	anual	cursos	ND	3	5	SAV/MinC	organização	ND	-	-	-	Este indicador possui como fonte outro órgão.
161	5.4 8.9	Todos	Ampliar o intercâmbio internacional de educação em audiovisual	Quantidade de participantes dos programas governamentais de intercâmbio internacional de educação em audiovisual	Expressa a evolução do trânsito de profissionais e estudantes brasileiros do audiovisual no circuito internacional de intercâmbio educacional	Somatório de estudantes e profissionais brasileiros participantes de ações de intercâmbio internacional em audiovisual organizadas pelos programas governamentais	anual	participantes	ND	100	500	MEC e SAV/MinC	resultado	ND	-	-	-	Este indicador possui como fonte outro órgão.
214	8.1	Cinema	Celebrar novos acordos internacionais, bilaterais e multilaterais, de cooperação e/ou coprodução de obras audiovisuais	Número de acordos internacionais para o cinema celebrados pelo Brasil	Expressa o nível de cooperação internacional e de integração do Brasil com outros países no âmbito das atividades cinematográficas	Somatório dos acordos bilaterais e multilaterais firmados pelo Brasil relativos às atividades cinematográficas	anual	acordos	6	15	20	ANCINE e MRE	organização	6	40%	150%	0%	Atualmente a ANCINE trabalha com a intenção de firmar acordos de coprodução para o audiovisual que incluam outras mídias, e não exclusivos para cinema. Estão considerados os acordos bilaterais com Argentina, Espanha, França, Itália, Portugal e Venezuela. Em 2016 foram aprovados, pelo Congresso Nacional, os acordos bilaterais com Reino Unido e Israel, além da renovação do acordo multilateral Ibero-Americano.
215	8.1	Todos	Celebrar novos acordos internacionais, bilaterais e multilaterais, de cooperação e/ou coprodução de obras audiovisuais	Número de acordos internacionais para o audiovisual não cinematográfico	Expressa o nível de cooperação internacional e de integração do Brasil com outros países no âmbito das atividades audiovisuais	Somatório dos acordos bilaterais e multilaterais firmados pelo Brasil relativos às atividades audiovisuais	anual	acordos	4	10	15	ANCINE e MRE	organização	5	50%	150%	25%	Estão considerados os acordos bilaterais com Alemanha, Canadá, Chile e Índia, além do acordo multilateral Ibero-Americano. Em 2016 foram aprovados, pelo Congresso Nacional, os acordos bilaterais com Reino Unido e Israel, além da renovação do acordo multilateral Ibero-Americano.
216	8.2	Cinema	Ampliar a presença do conteúdo audiovisual brasileiro nos países latino-	Número de filmes brasileiros lançados anualmente nos países latino-americanos	Expressa a quantidade de filmes brasileiros lançados nos países latino-americanos	Somatório dos longas-metragens brasileiros lançados em no menos mais um país latinoamericano	anual	filmes	ND	10	30	ANCINE	resultado	ND	-	-	-	Não há dados disponíveis na ANCINE para a mensuração deste indicador.
217	8.3	Cinema	Ampliar o número de coproduções internacionais	Número anual de coproduções internacionais de longas-metragens	Expressa o volume de coproduções internacionais com participação de empresas brasileiras	Somatório das obras audiovisuais realizadas em regime de coprodução internacional, discriminado por tipo de obra (longas-metragens, obra seriada,	anual	obras	10	20	40	ANCINE	resultado	28	140%	100%	180%	Em 2015 foram 28 coproduções internacionais, sendo 4 obras seriadas, 5 obras de média-metragem e 19 obras de longa-metragem. Baseado na quantidade de CPBs emitidos com ano de produção 2015.
218	8.3	Cinema	Ampliar o número de coproduções internacionais	Taxa de crescimento anual do número de coproduções internacionais	Expressa a evolução do número de coproduções internacionais realizadas por empresas brasileiras	Divisão do número anual de coproduções internacionais, pelo mesmo número do ano anterior, menos um, multiplicada por cem	anual	porcentagem	-	11%	11%	ANCINE	resultado	27,27%	248%	-	-	Em 2014 foram 22 coproduções internacionais, 3 obras seriadas, 1 obra de curta-metragem, 1 obra de média-metragem e 17 obras de longa-metragem. Houve correção da fórmula de cálculo para "Divisão do número anual de coproduções internacionais, pelo mesmo número do ano anterior, menos um, multiplicada por cem".
219	8.4	Cinema / Televisão	Ampliar a participação das empresas e filmes brasileiros em festivais, mostras e feiras internacionais	Número anual de obras audiovisuais brasileiras participantes de festivais e mostras internacionais	Expressa a quantidade anual de filmes participantes de festivais e mostras internacionais	Somatório dos títulos brasileiros participantes de festivais e mostras internacionais	anual	filmes	ND	50	100	ANCINE	resultado	169	338%	-	-	Foram concedidos um total de 169 apoios para participação de filmes brasileiros em festivais e laboratórios internacionais em 2015.
221	8.4	Cinema / Televisão	Ampliar a participação das empresas e filmes brasileiros em festivais, mostras e feiras internacionais	Quantidade de empresas brasileiras participantes de feiras internacionais	Expressa o nível de participação das empresas brasileiras em eventos internacionais do setor	Somatório anual das empresas participantes em feiras internacionais do setor audiovisual	anual	empresas	ND	30	50	ANCINE e MRE	organização	122	407%	-	-	Considerados os apoios concedidos por meio do Programa de Apoio a Mercados.
222	8.5	Todos	Ampliar a exportação de obras e serviços audiovisuais brasileiros	Valor anual das exportações de obras e serviços audiovisuais	Expressa o valor das receitas de exportação da atividade audiovisual	Somatório anual das receitas de empresas brasileiras com exportação de obras e serviços audiovisuais	anual	dólares	ND	USD 10 milhões	USD 100 milhões	MDIC e ANCINE	resultado	US\$ 154.806.638,50	1448%	-	-	Dados extraídos da publicação Brasil - Comércio Exterior de Serviços Audiovisuais 2016, disponível em http://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/comercioexterior2016.pdf
223	8.5	Todos	Ampliar a quantidade de obras e serviços audiovisuais brasileiros	Quantidade anual de obras audiovisuais exportadas	Expressa a quantidade de obras exportadas pelas empresas audiovisuais	Somatório anual das obras audiovisuais com operações de exportação	anual	títulos	ND	1.000	2.000	MDIC e ANCINE	resultado	ND	-	-	-	Não há dados disponíveis na ANCINE para a mensuração deste indicador.
227	8.6	Cinema / Televisão / Games	Ampliar o número de empresas e projetos participantes dos programas de exportação	Número de empresas participantes dos programas de exportação	Expressa o envolvimento das empresas brasileiras com os programas de exportação de produtos e serviços	Somatório anual das empresas inscritas nos programas de exportação	anual	empresas	ND	100	200	APEX, MRE e programas de exportação	organização	ND	-	-	-	Este indicador possui como fonte outro órgão.
228	8.6	Cinema / Televisão / Games	Ampliar o número de empresas e projetos participantes dos programas de exportação	Número de projetos participantes dos programas de exportação	Expressa o volume de produtos audiovisuais oferecidos pelas empresas	Somatório anual dos projetos inscritos nos programas de exportação	anual	projetos	ND	50	200	APEX, MRE e programas de exportação	organização	ND	-	-	-	Este indicador possui como fonte outro órgão.
229	8.7	Cinema / Televisão / Games	Atrair produções estrangeiras para o Brasil (exportação de serviços)	Quantidade anual de obras audiovisuais não publicitárias estrangeiras produzidas no Brasil	Expressa a atração anual de empreendimentos audiovisuais não publicitários estrangeiros para o país	Somatório das obras audiovisuais não publicitárias estrangeiras produzidas no país no ano de referência	anual	obras	178	230	300	ANCINE	resultado	243	106%	29%	37%	-
230	8.7	Publicidade	Atrair produções estrangeiras para o Brasil (exportação de serviços)	Quantidade anual de obras audiovisuais publicitárias estrangeiras produzidas no Brasil	Expressa a quantidade anual de títulos com operações de exportação de serviços audiovisuais na atividade publicitária	Somatório das obras audiovisuais publicitárias estrangeiras produzidas no país no ano de referência	anual	obras	ND	100	200	ANCINE	resultado	60	60%	-	-	-

231	8.7	Todos	Atrair produções estrangeiras para o Brasil (exportação de serviços)	Montante anual gasto pelas produções estrangeiras no país	Expressa o montante anual auferido na exportação de serviços audiovisuais	Somatório das receitas auferidas com a exportação de serviços audiovisuais	anual	reais	ND	R\$ 500 milhões	R\$ 1,2 bilhão	ANCINE	resultado	R\$ 230.741.484,1 (US\$ 69.117.759,46)	46%	-	-	-	O resultado foi obtido pela subtração das vendas relativas a licenciamento e cessão de direitos, do montante de exportações de serviços e obras audiovisuais brasileiras ao exterior (vide indicador 222). Para o cálculo do valor em reais, foi usada a cotação média de 2015 (médias das cotações de cada dia útil de 2015). Por esse critério a cotação em 2015 foi de 3,338382
232	8.10	Todos	Ampliar o processo de internacionalização das empresas audiovisuais brasileiras	Quantidade de empresas brasileiras com operação no exterior	Expressa o nível de internacionalização das empresas audiovisuais brasileiras	Somatório das empresas com empreendimentos não temporários no exterior	anual	empresas	ND	3	10	ANCINE	organização	ND	-	-	-	-	Não há dados disponíveis na ANCINE para a mensuração deste indicador.
233	8.11	Televisão por assinatura	Ampliar o número de canais de televisão brasileiros comercializados no mercado externo	Quantidade de canais de televisão comercializados no exterior	Expressa o nível de internacionalização das programadoras brasileiras de TV por assinatura	Somatório dos canais de TV por assinatura com programação e operação comercializadas no exterior	anual	canais	3	5	10	ANCINE	resultado	ND	-	-	-	-	Não há dados disponíveis na ANCINE para a mensuração deste indicador.
234	8.12	Cinema / Televisão / Publicidade	Ampliar o número de escritórios de apoio a produções audiovisuais estrangeiras no Brasil	Número de escritórios de apoio a produções audiovisuais estrangeiras em operação	Expressa o nível de organização institucional do país para a atração de empreendimentos internacionais em produção	Somatório dos escritórios de apoio a produções audiovisuais estrangeiras (film commissions) em operação no país	anual	escritórios	20	30	40	ANCINE	organização	9	30%	50%	-55%	Fonte: http://www.rebrafic.net/pt-br/Films commissions existentes: 09 Films commissions em processo de formação: 16	
268	8.2	Televisão	Ampliar a presença do conteúdo audiovisual brasileiro nos países latino-americanos	Quantidade de obras seriadas e outros formatos brasileiros independentes produzidos para televisão, veiculados nos países latino-americanos	Expressa a quantidade de obras brasileiras independentes produzidas para televisão, veiculadas nos países latino-americanos	Somatório das obras seriadas e outros formatos brasileiros independentes produzidos para televisão, veiculados nos países latinoamericanos	anual	titulos	ND	50	200	ANCINE	resultado	ND	-	-	-	-	Não há dados disponíveis na ANCINE para a mensuração deste indicador.