

PLANO DE DIRETRIZES E METAS PARA O AUDIOVISUAL

O BRASIL DE TODOS OS OLHARES PARA TODAS AS TELAS



Ministério da
Cultura



OS OBJETIVOS E CARACTERÍSTICAS DO PDM

O PDM tem por finalidade estabelecer **referências** e pactuar **consensos** em relação aos rumos da atividade audiovisual para o próximo período.

Sua elaboração acontece num **momento de definição** de estratégias e oportunidades, informado pelas políticas de desenvolvimento e posicionamento global do país, as mudanças e movimentos do mercado audiovisual brasileiro e as perspectivas de crescimento do setor.

O PDM deve ser formulado com um sentido **aglutinador** e catalisador de energias para aproveitar esses fatores e inserir o audiovisual na **pauta de desenvolvimento do país**.

Todos os agentes do audiovisual devem se reconhecer no PDM e encontrar nele a **função** e o **compromisso** que se espera deles.

Não se trata de um plano de ação, mas deve **orientar** as ações e planejamento dos agentes à medida em que consiga conquistar o status de visão comum.

Não é fórmula imutável. Nasce com dificuldades reconhecidas. Por isso, deve ser **aberto** e sujeito à revisão.

ALGUMAS IDEIAS CENTRAIS DA PROPOSTA

(1) O PDM tem por **pressuposto** fundamental a manutenção de um ambiente de **crescimento econômico com distribuição de renda**, que garanta o poder de consumo da classe C e o incremento dos investimentos em serviços urbanos.

(2) O PDM, no médio prazo com que trabalha, visualiza o Brasil como **produtor internacionalmente relevante de filmes e obras seriadas**. No cinema e na televisão, o país deverá estar, em 2020, entre os cinco principais mercados mundiais.

(3) O PDM identifica e destaca **três segmentos** do mercado audiovisual como prioritários pelo seu maior potencial de crescimento no próximo período:

- (a) o **cinema**,
- (b) a **TV por assinatura** e
- (c) o **vídeo sob demanda**.

Nos três, o planejamento proposto aposta em um substancial crescimento da demanda por obras audiovisuais.

ALGUMAS IDEIAS CENTRAIS DA PROPOSTA

(4) No cinema, dois vetores são centrais no PDM:

- (a) a **expansão do parque exibidor** até que se torne maduro, descentralizado e suficiente; e
- (b) o fortalecimento das **distribuidoras brasileiras** para a comercialização adequada dos filmes nacionais.

(5) Na TV por assinatura, o desafio está especialmente:

- (a) na construção de um ambiente de negócios de **maior competição** com estímulos e **garantia de espaço** para o produto independente brasileiro nos canais e dos canais brasileiros nos pacotes;
- (b) a organização de maior número de **canais de programadoras brasileiras**, em especial os dedicados a filmes e séries;
- (c) a abertura de negócios no exterior, como suporte institucional para a **inserção internacional** do audiovisual brasileiro.

ALGUMAS IDEIAS CENTRAIS DA PROPOSTA

(6) O desenvolvimento do vídeo sob demanda envolve fatores compartilhados pela TV por assinatura:

- (a) o elemento estratégico central está na organização de **programadoras brasileiras** capazes serviços de qualidade a custos acessíveis ao consumidor;
- (b) o desenvolvimento dos dois segmentos exige **gestão de direitos** sobre os conteúdos que preserve a relação de **independência** das obras brasileiras e permita a **maior circulação** possível.

(7) A organização de um **mercado robusto de licenças audiovisuais** é uma necessidade para o desenvolvimento sustentável e sinal de maturidade do mercado audiovisual brasileiro. Este deve ser um objetivo permanente das políticas regulatórias e de financiamento.

(8) Algumas lacunas e deficiências nas capacidades acumuladas pelo mercado audiovisual exigem atenção especial para as **ações educacionais**, particularmente em:

- (a) desenvolvimento de projetos,
- (b) gestão de negócios audiovisuais;
- (c) organização de canais e a gestão da programação;
- (d) habilidades técnicas para a produção de conteúdos.

ALGUMAS IDEIAS CENTRAIS DA PROPOSTA

(9) A modelagem das **políticas industriais** para o audiovisual devem incluir dois componentes estratégicos:

- (a) a identificação das **vocações regionais** e o suporte ao seu desenvolvimento tanto para a multiplicação dos serviços, canais e produção independente, quanto para a diversidade nas obras e formatos produzidos;
- (b) o investimento em **inovação**, como garantia de um componente dinâmico na economia audiovisual.

(10) A modelagem de políticas de **financiamento público** precisam, em especial:

- (a) estimular a produção e circulação dos **conteúdos independentes**;
- (b) **integrar** distribuidoras e programadoras brasileiras ao sistema de financiamento e incentivar a abertura de espaços e investimentos na produção independente;
- (c) dar atenção à gestão e à **viabilidade operacional** dos mecanismos financeiros;
- (d) enfrentar os desequilíbrios e **restrições** anticompetitivas no mercado de publicidade e no empacotamento dos canais;
- (e) **equilibrar** o estímulo ao desempenho comercial com a valorização da diversidade.

ALGUMAS IDEIAS CENTRAIS DA PROPOSTA

(11) O desenvolvimento projetado pelo PDM exige a construção de um **ambiente regulatório** que fortaleça a competição, faça crescer o mercado de conteúdos, melhore o ambiente de negócios, remova obstáculos aos investimentos, combata a assimetria de informações no setor, proteja as empresas, profissionais e produtos brasileiros e valorize a diversidade e a liberdade de criação.

(12) O quadro institucional deve ser **fortalecido**, tanto no que se refere às organizações públicas e seu papel de organizar informações do mercado, induzir o desenvolvimento, provendo financiamento e regular o ambiente de negócios, quanto aos agentes privados e sua função de criar, pesquisar, produzir, comercializar, criticar, exhibir e inovar.

OS TRÊS DESAFIOS DO PDM

EXPANDIR O MERCADO INTERNO

UNIVERSALIZAR O ACESSO DA POPULAÇÃO AOS SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL

TRANSFORMAR O BRASIL NUM FORTE CENTRO PRODUTOR E PROGRAMADOR DE CONTEÚDOS

DIRETRIZES

| | |
|---------------|---|
| DIRETRIZ (1): | Ampliar e diversificar a oferta de serviços de exibição e facilitar o acesso da população ao cinema |
| DIRETRIZ (2): | Desenvolver e qualificar os serviços de TV por assinatura e de vídeo por demanda, oferecidos em todos os ambientes, e ampliar a participação das programadoras nacionais e do conteúdo brasileiro nesses segmentos de mercado |
| DIRETRIZ (3): | Fortalecer as empresas distribuidoras brasileiras e a distribuição de filmes brasileiros |
| DIRETRIZ (4): | Dinamizar e diversificar a produção independente, integrar os segmentos do mercado audiovisual, fortalecer as produtoras e ampliar a circulação das obras brasileiras em todas as plataformas |

DIRETRIZES

| | |
|---------------|--|
| DIRETRIZ (5): | Capacitar os agentes do setor audiovisual para a qualificação de métodos, serviços, produtos e tecnologias |
| DIRETRIZ (6): | Construir um ambiente regulatório caracterizado pela garantia da liberdade de expressão, a defesa da competição, a proteção às minorias, aos consumidores e aos direitos individuais, o fortalecimento das empresas brasileiras, a promoção das obras brasileiras, em especial as independentes, a garantia de livre circulação das obras e a promoção da diversidade cultural |
| DIRETRIZ (7): | Aprimorar os mecanismos de financiamento da atividade audiovisual e incentivar o investimento privado |
| DIRETRIZ (8): | Aumentar a competitividade e a inserção brasileira no mercado internacional de obras e serviços audiovisuais |

DIRETRIZES

| | |
|-----------------------|--|
| DIRETRIZ (9): | Promover a preservação, difusão, reconhecimento e cultura crítica do audiovisual brasileiro |
| DIRETRIZ (10) | Estimular a inovação da linguagem, dos formatos, da organização e dos modelos de negócio do audiovisual |
| DIRETRIZ (11): | Desenvolver centros e arranjos regionais de produção e circulação de conteúdo audiovisual e fortalecer suas capacidades, organização e diversidade |
| DIRETRIZ (12): | Ampliar a participação do audiovisual nos assuntos educacionais |

DIRETRIZES

DIRETRIZ GERAL:

Estabelecer as bases para o desenvolvimento da atividade audiovisual, baseada na produção e circulação de conteúdos brasileiros, como economia sustentável, competitiva, inovadora e acessível à população e como ambiente de liberdade de criação e diversidade cultural