

# Cenário para um Plano de Diretrizes e Metas do Audiovisual

Reunião do Conselho Superior do Cinema  
Brasília, 31 de março de 2011



Ministério da  
Cultura

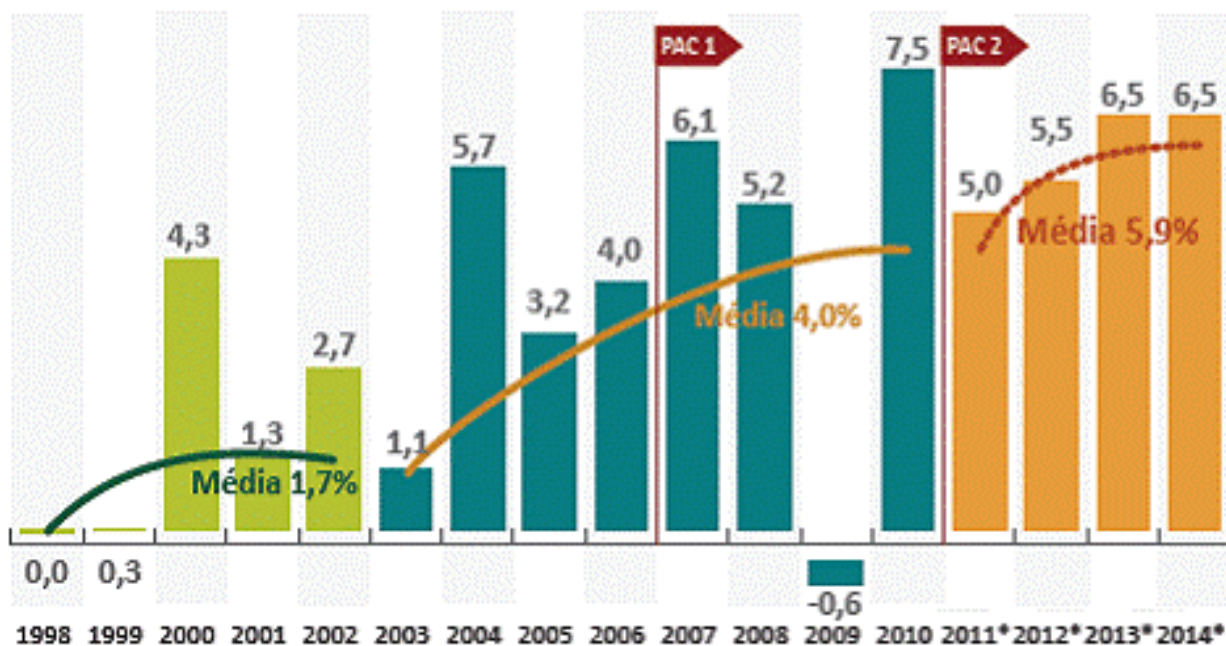


# Os fundamentos - como chegamos a esse momento

- Nos últimos anos, retomou-se no Brasil **políticas** de desenvolvimento pautadas por idéias de **crescimento econômico, inclusão social e presença ativa na cena internacional**.
- As políticas públicas do **audiovisual** evoluíram para uma visão integrada que envolve o **desenvolvimento** do mercado interno, com a **ampliação da oferta** de serviços e o aumento da **competitividade** das empresas brasileiras; a **regulação** do cinema, da televisão e das novas mídias; e a **inserção** internacional.
- A gestão pública do audiovisual apresenta um bom **quadro institucional**, atuando em todos os aspectos setoriais.
- As transformações **tecnológicas** têm muita relevância por ampliar vigorosamente a demanda por conteúdos audiovisuais e por exigir a reorganização dos agentes econômicos.

# O Brasil cresceu e continuará a crescer

Crescimento do PIB (% a.a.)



- Média (1998-2002)
- Média (2003-2010)
- Média (2011-2014)

Dados em: % anual

\* Estimativas Ministério da Fazenda

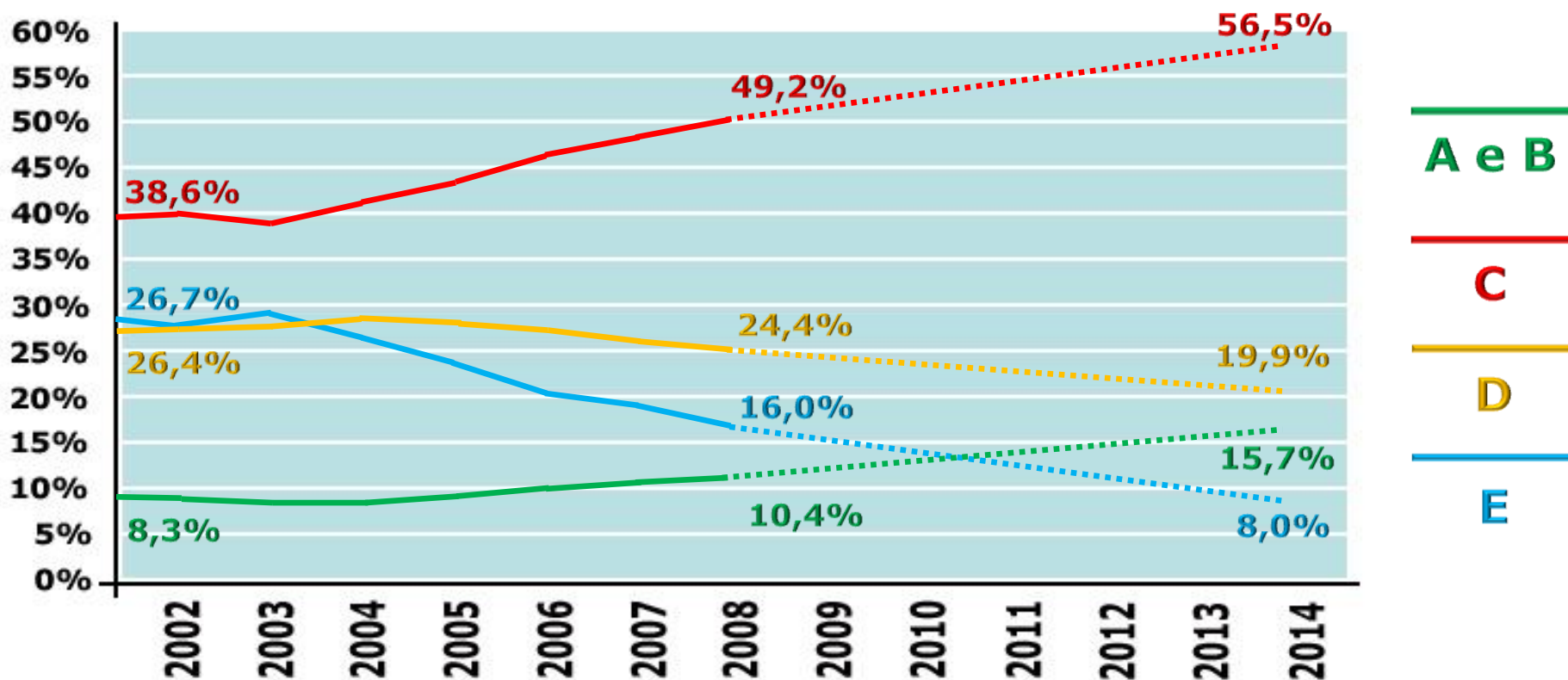
O PAC é um programa estratégico de investimentos que combina medidas de gestão e obras de infraestrutura

Fonte: IBGE

Elaboração: Ministério da Fazenda

# A renda aumenta e as classes sociais se redesenham.

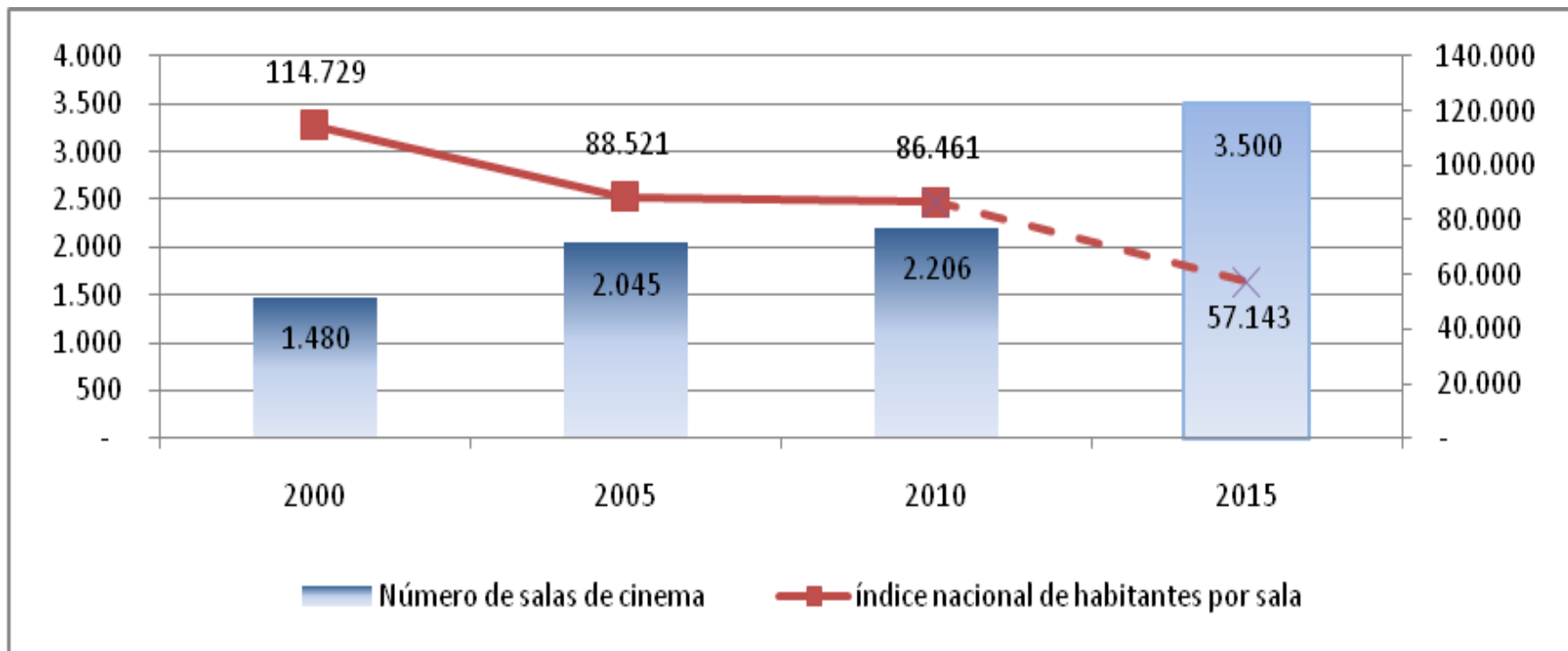
Evolução das classes sociais no Brasil



Fonte: 2001-2008: IBGE (PNAD 2008); 2014: CPS/FGV (projeção)

# A exibição de cinema também faz seus planos para esse mercado.

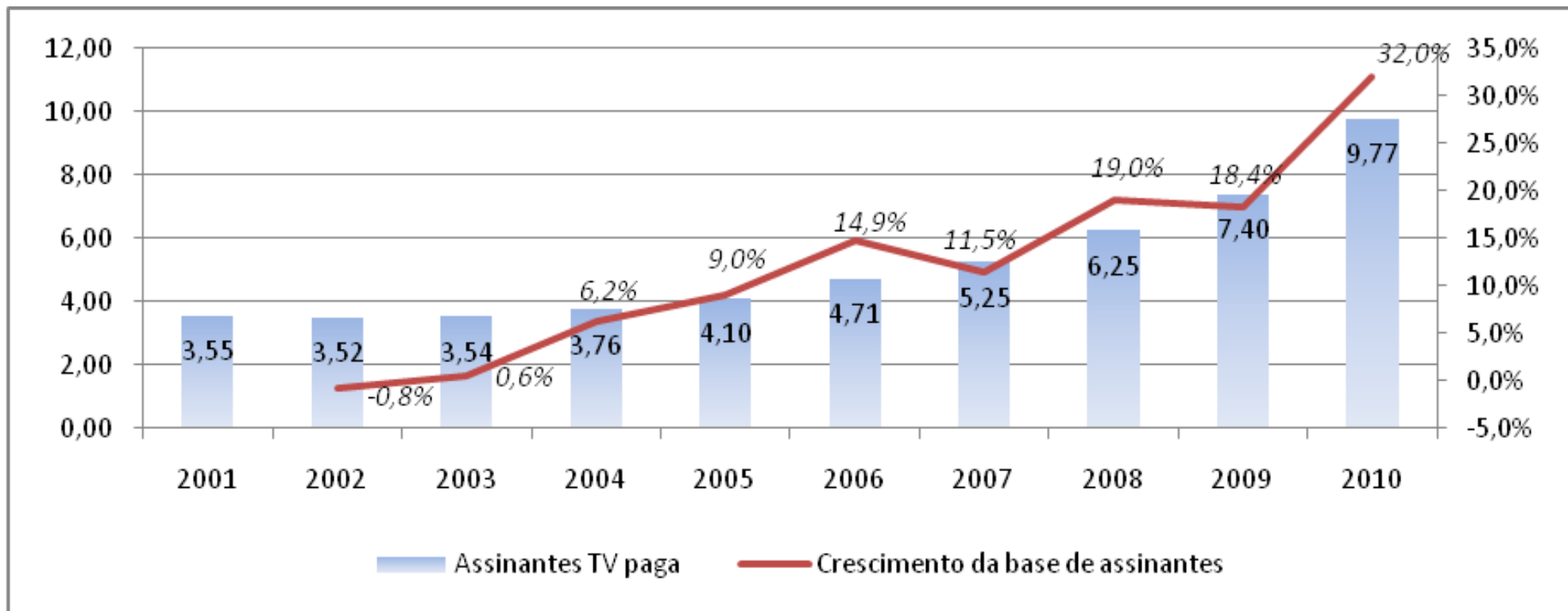
Número de salas de cinema do circuito comercial brasileiro



Fonte: Sistema de Registro - ANCINE; Filme B; Nielsen; SEDCMRJ e levantamento SAM.  
Pesquisa: Filme B até 2005; SAM/ ANCINE: 2010. 2015: projeção ANCINE.

# A TV por assinatura supera suas projeções de crescimento.

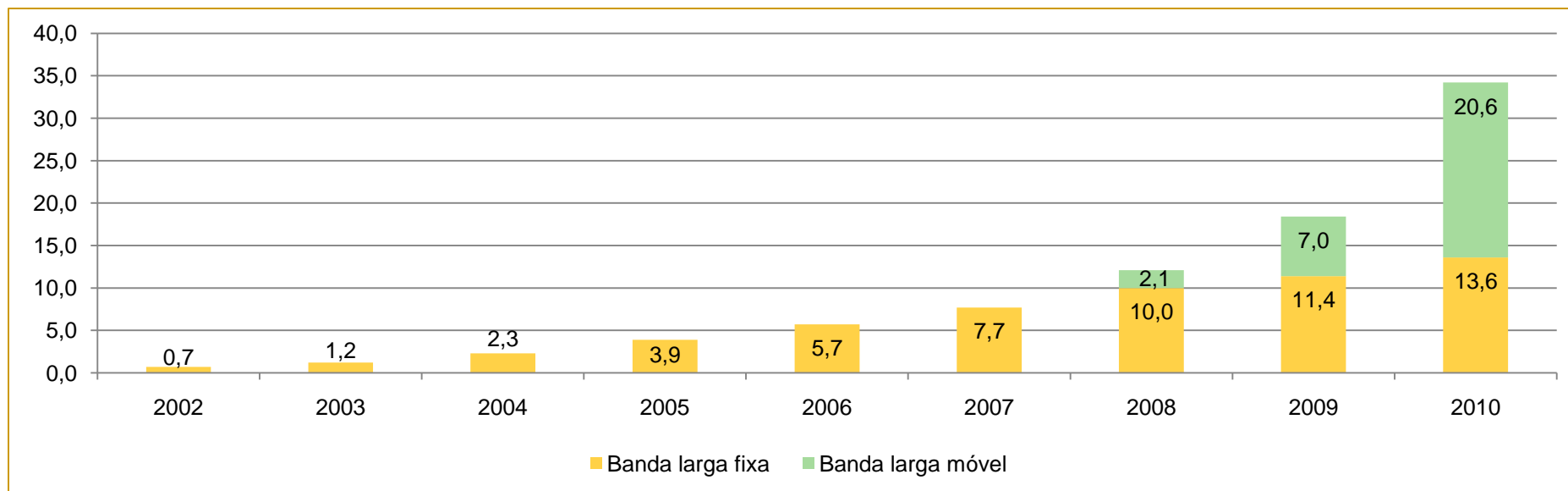
Evolução da TV por assinatura (em milhões e percentual)



Fonte: ANATEL. Panorama dos Serviços de TV por assinatura. 42ª edição. Setembro/2010. Dado de 2010 atualizado por: Consolidação de Serviços de TV por Assinatura. Referência: dezembro de 2010.

# A Banda Larga se incorpora à vida das pessoas.

Evolução da Banda larga (em milhões de acessos)



Fonte: Teleco e SindiTeleBrasil. *A situação da banda larga no Brasil.*

# Além disso ...

A convergência digital traz oportunidades novas, com a integração das atividades de comunicação social e de telecomunicação.

Nesse cenário, o audiovisual é serviço de maior valor agregado.

A aprovação do PLC 116, em fase final de tramitação no Congresso, permite projetar um aumento exponencial de obras independentes para a TV por assinatura.



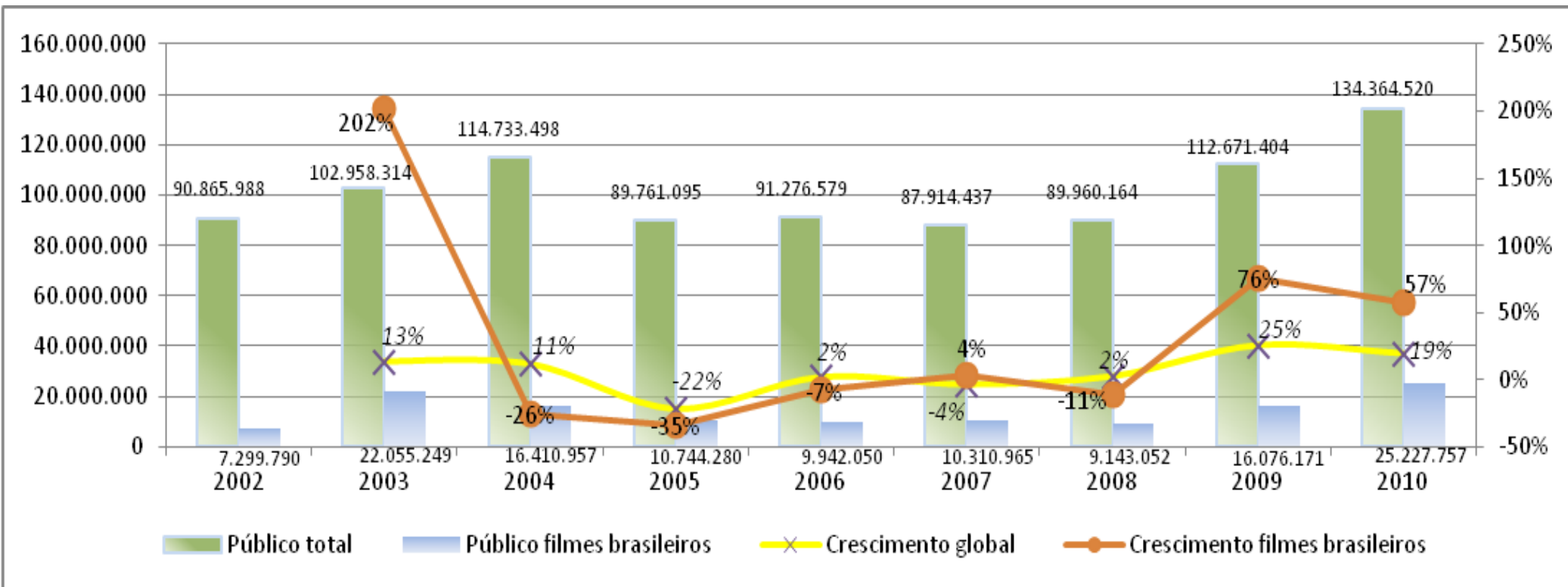
# Um período de crescimento expressivo também do audiovisual

O quadro descrito e as perspectivas nele embutidas encontram elementos muito favoráveis nos resultados mais recentes da atividade audiovisual.

Esses dados, por sua vez, apresentam novidades importantes em relação a outros ciclos do audiovisual brasileiro.

# Em 2009 e 2010, o cinema brasileiro cresceu 3 vezes mais que a média.

Evolução do número de bilhetes vendidos

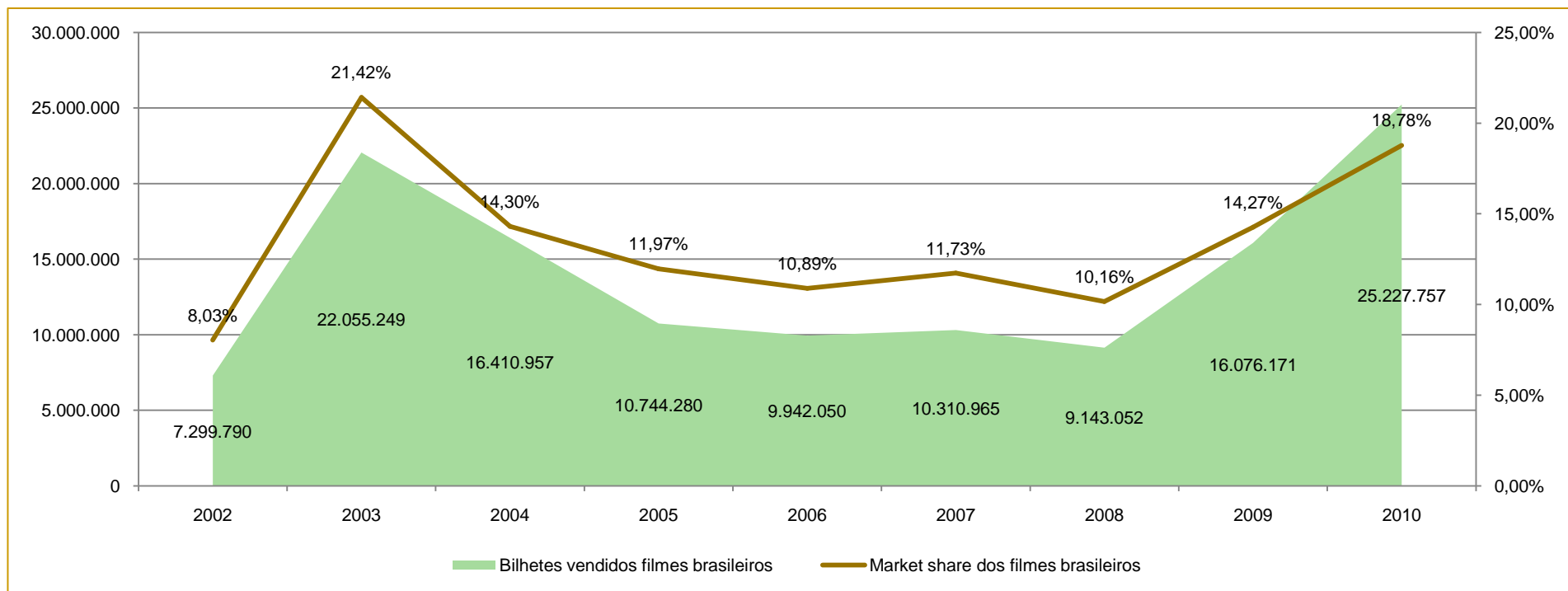


Fontes: 2002 a 2005: Database Filme B; 2006: Filme B, SEDCMRJ e SAM/ANCINE; 2007: Filme B e SEDCMRJ; 2008: Filme B, SEDCMRJ e SADIS/ANCINE; 2009 e 2010: SADIS/ANCINE.

Pesquisa: SAM/ANCINE. Obs.: os percentuais de crescimento foram calculados sobre o resultado do ano anterior.

# O *market share* continua em alta num momento em que todo o cinema cresce.

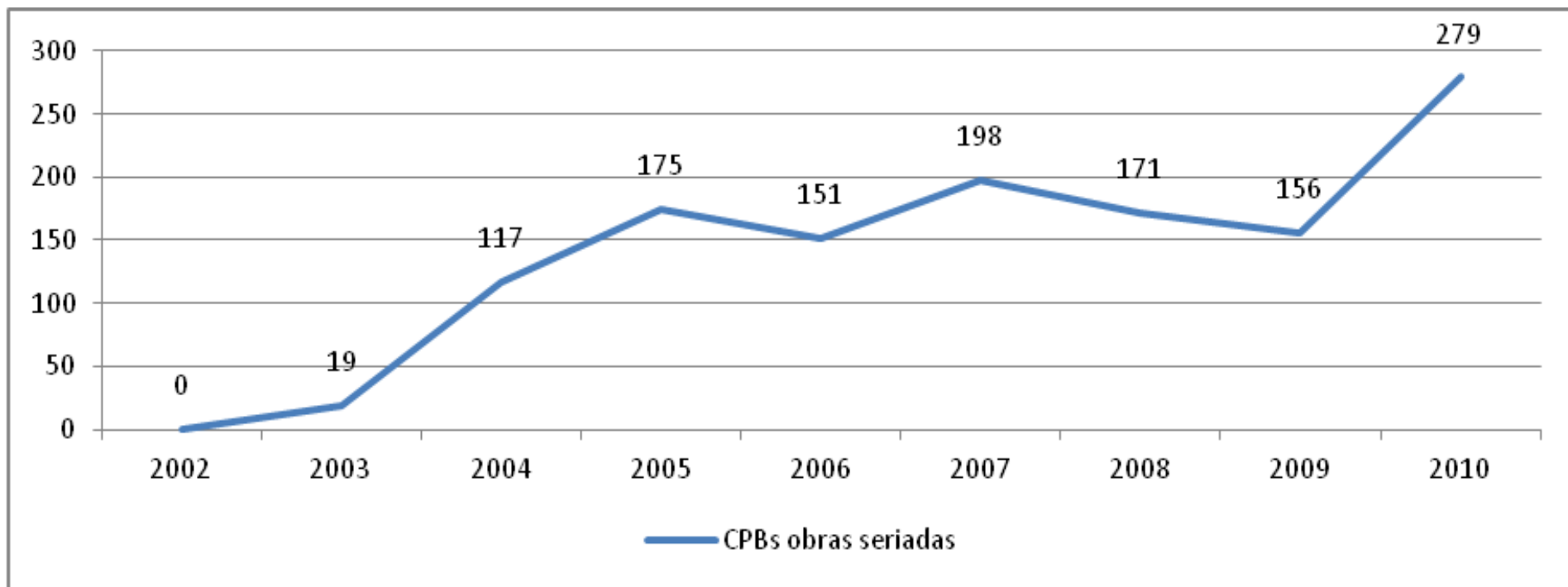
Evolução da participação de mercado dos filmes brasileiros (em bilhetes vendidos)



Fontes: 2002 a 2008: Database Filme B; 2009 e 2010: SADIS/ANCINE (incluídos os resultados de codistribuições de Salve Geral (2009), Chico Xavier e 5X Favela (2010). Pesquisa: SAM/ANCINE.

# O crescimento envolve também a produção para a televisão.

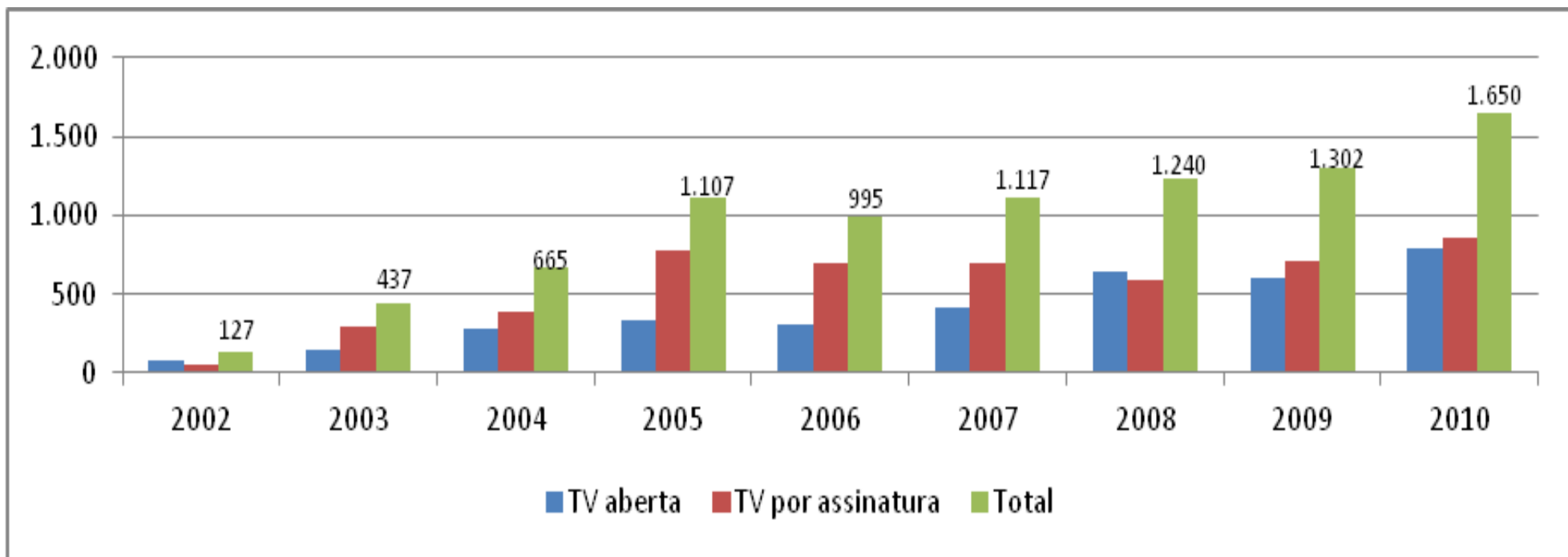
Certificados de Produto Brasileiro emitidos para obras seriadas



Fonte: SIF/ANCINE

# Filmes e outras obras começam a circular pelos diversos segmentos de mercado.

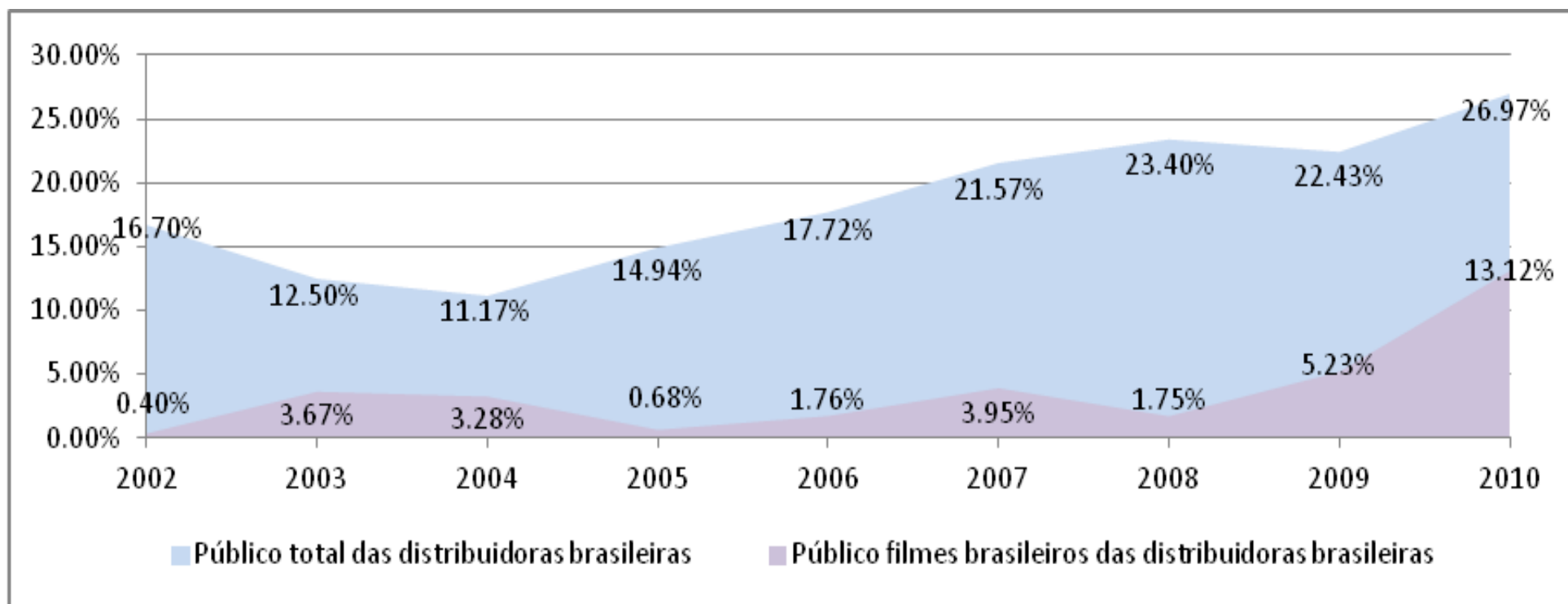
Certificados de Registro de Título de obras brasileiras não publicitárias requeridos para TV aberta e por assinatura



Fonte: SIF/ANCINE

# As distribuidoras brasileiras de cinema fortalecem sua participação no mercado.

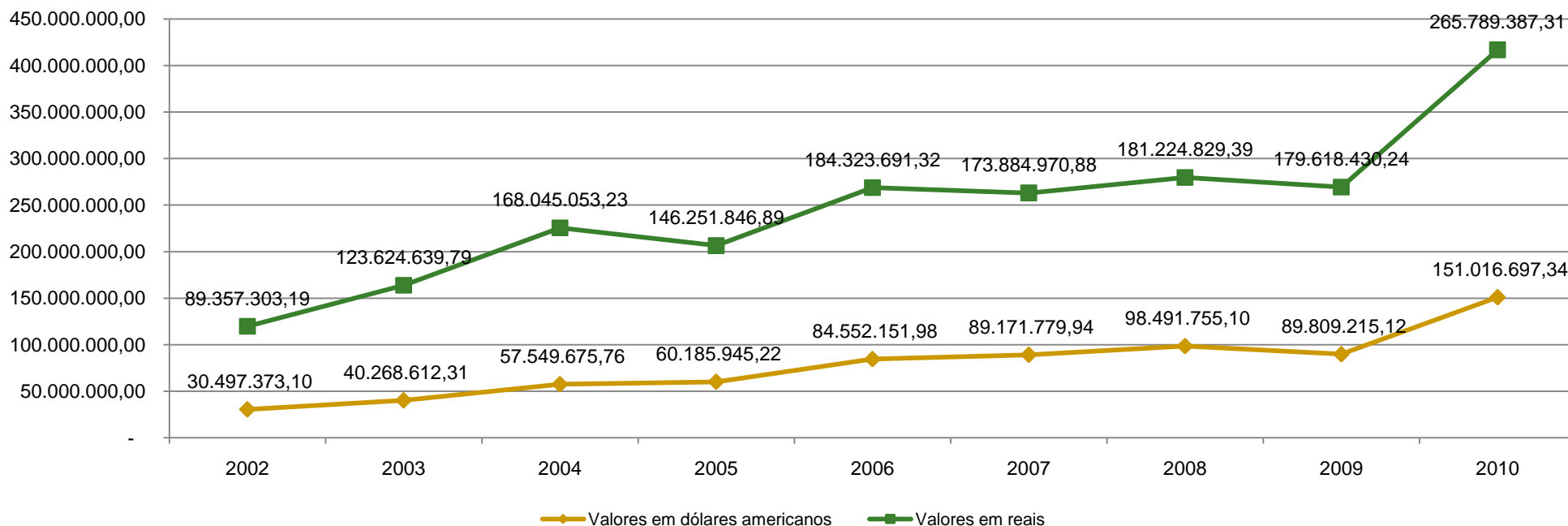
Participação de mercado das distribuidoras brasileiras (em bilhetes vendidos)



Fontes: 2002 a 2008: Database Filme B; 2009 e 2010: SADIS/ANCINE (incluídos os resultados de codistribuições de Salve Geral (2009), Chico Xavier e 5X Favela (2010). Pesquisa: SAM/ANCINE.

# Há mais recursos disponíveis para o audiovisual...

## Recursos públicos e/ou incentivados aplicados em projetos audiovisuais



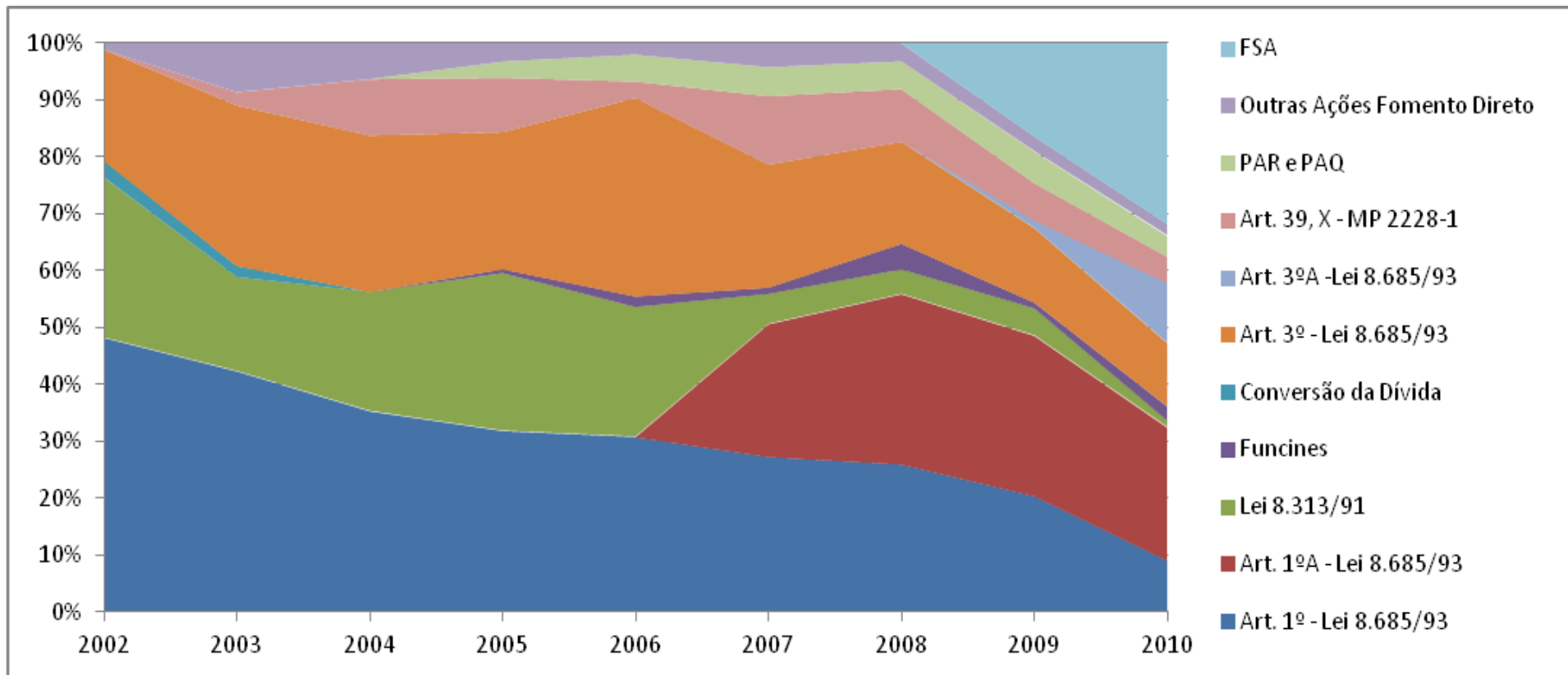
Fontes: SALIC/SFO, Relatório de Acompanhamento Financeiro FSA/SDE, Relatório Fomento Direto CFD/SFO.

Cotação média anual do dólar americano: Banco Central do Brasil. Cálculo: ANCINE.

Obs.: (1) Foram calculados apenas os mecanismos de incentivo fiscal administrados pela ANCINE. (2) Para os recursos incentivados foram consideradas as datas de depósito nas contas de captação. (3) Para os editais de produção e comercialização do FSA, foram considerados os valores de investimento anunciado na data de seleção dos projetos.

# ...maior diversificação no financiamento...

Composição do financiamento público ao audiovisual (em % por fonte)

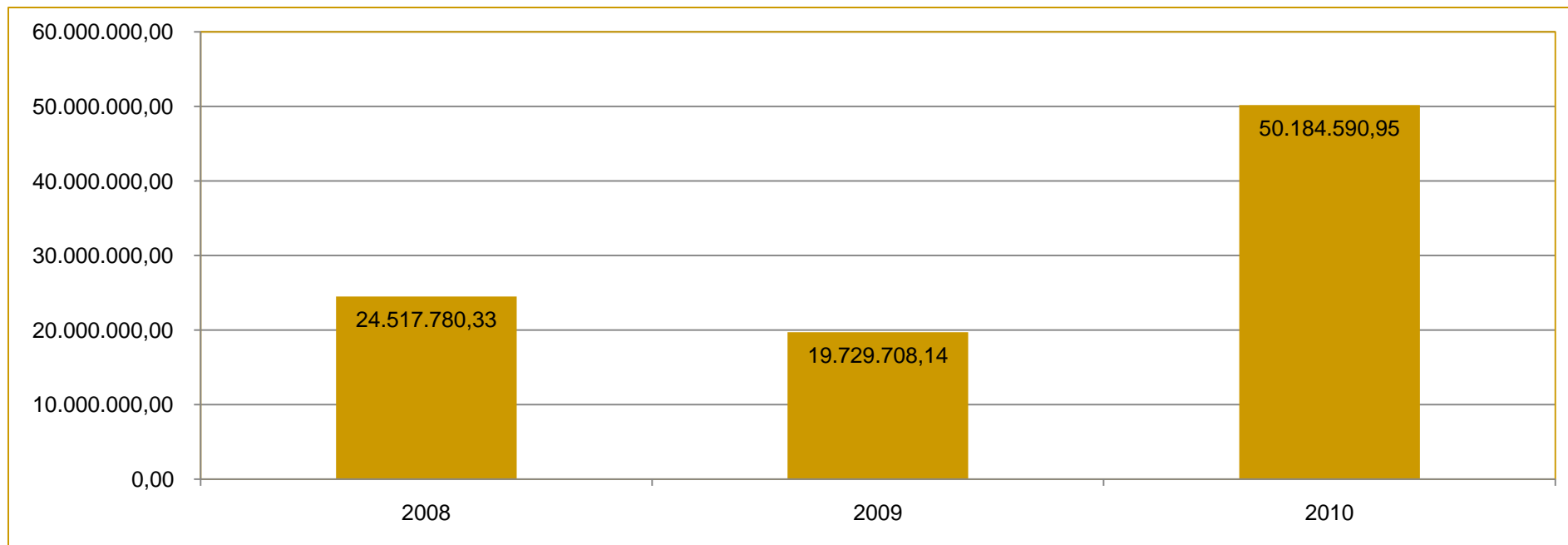


Fontes: SALIC/SFO, Relatório de Acompanhamento Financeiro FSA/SDE, Relatório Fomento Direto CFD/SFO, Relatório 2010 DECULT/BNDES.



# ...e maior diversidade de formatos financiados.

Recursos públicos e incentivados aplicados em produção para televisão (em R\$)



Fontes: ANCINE: SALIC/SFO, Relatório de Acompanhamento Financeiro FSA/SDE.

Obs.: (1) Foram calculados apenas os mecanismos de incentivo fiscal administrados pela ANCINE. (2) Para os recursos incentivados foram consideradas as datas de depósito nas contas de captação. (3) Para os editais do FSA, foram considerados os valores de investimento anunciado na data de seleção dos projetos.

# A hora da decolagem

Estamos numa situação propícia para um salto do audiovisual em relevância social e desenvolvimento econômico.

O próximo passo é traduzirmos essas perspectivas em organização e planejamento para além da administração pública.

Para isso, o Plano de Diretrizes e Metas proposto pelo CSC pode representar um pacto para o enfrentamento dos vários desafios.

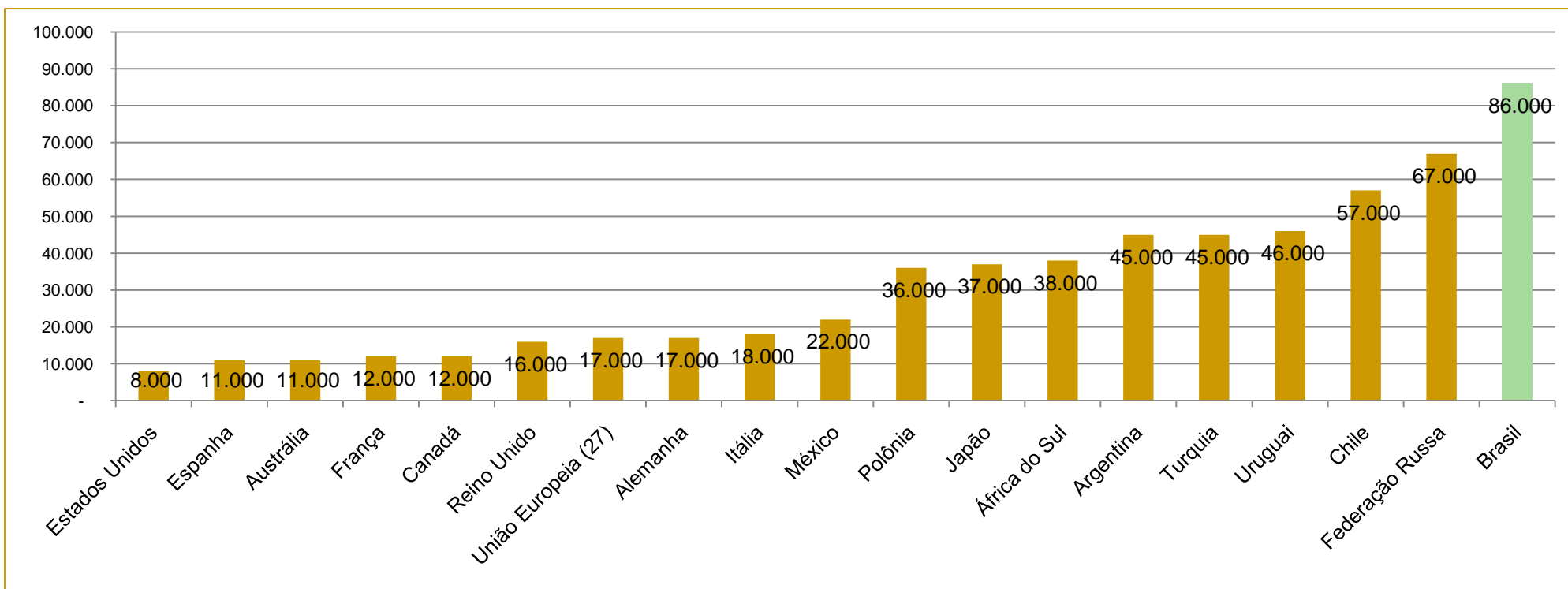
# O desafio mais importante do Plano de Diretrizes e Metas:

Definir juntos o papel do setor audiovisual no desenvolvimento do país, considerando o atual processo e estratégia de crescimento e a nova posição do Brasil no concerto das relações internacionais. Essa visão deve ir além do Estado, deve pertencer a sociedade brasileira.

# Desafios envolvidos pelo Plano de Metas

## (1) Expandir o mercado audiovisual

Índice nacional de habitantes por sala de cinema (2009)

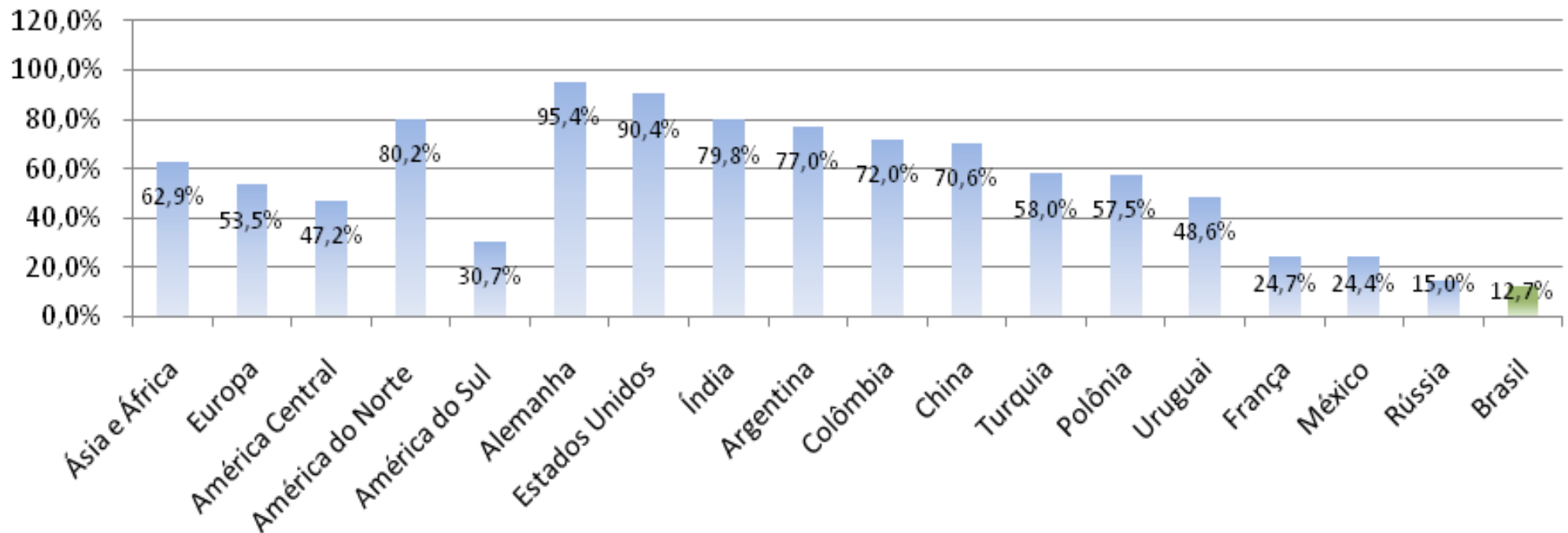


Fonte: Observatório Europeu do Audiovisual. Relatório Focus 2010.

# Desafios envolvidos pelo Plano de Metas

## (1) Expandir o mercado audiovisual

Penetração da TV por assinatura sobre o total dos domicílios com TV (em 2009)

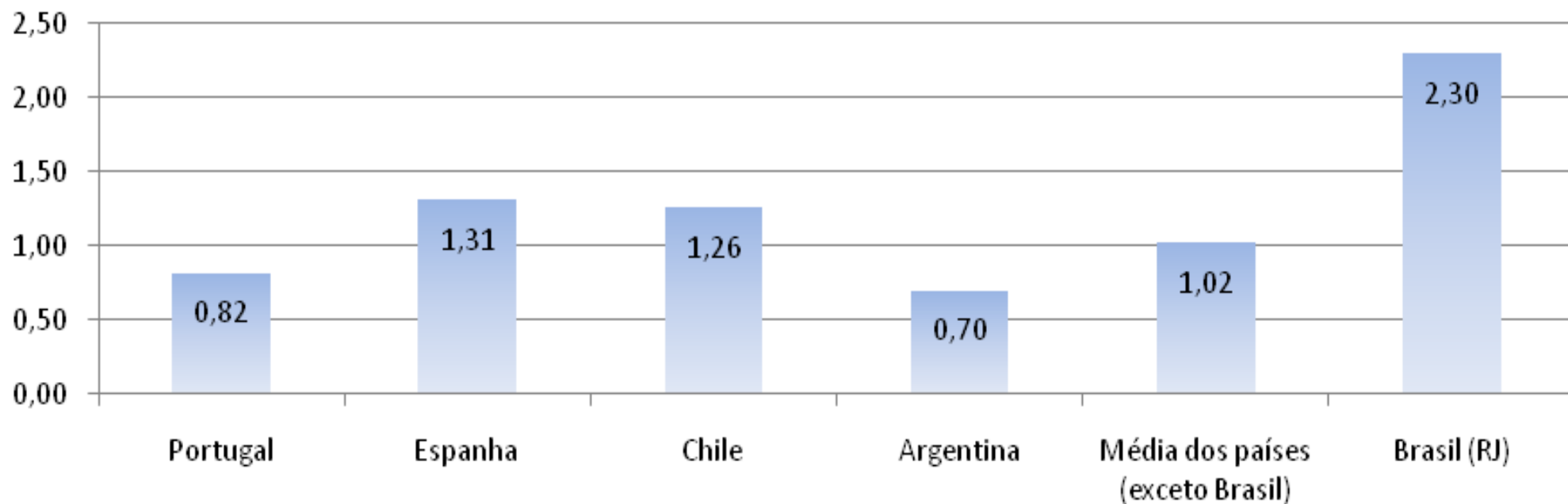


Fonte: Zenith Optimedia 2009. Publicado por [www.midiafatos.com.br](http://www.midiafatos.com.br)

# Desafios envolvidos pelo Plano de Metas

## (2) Universalizar o acesso da população aos serviços audiovisuais

Preços médios dos canais em operadoras de diversos países (2º pacote + barato, em R\$)



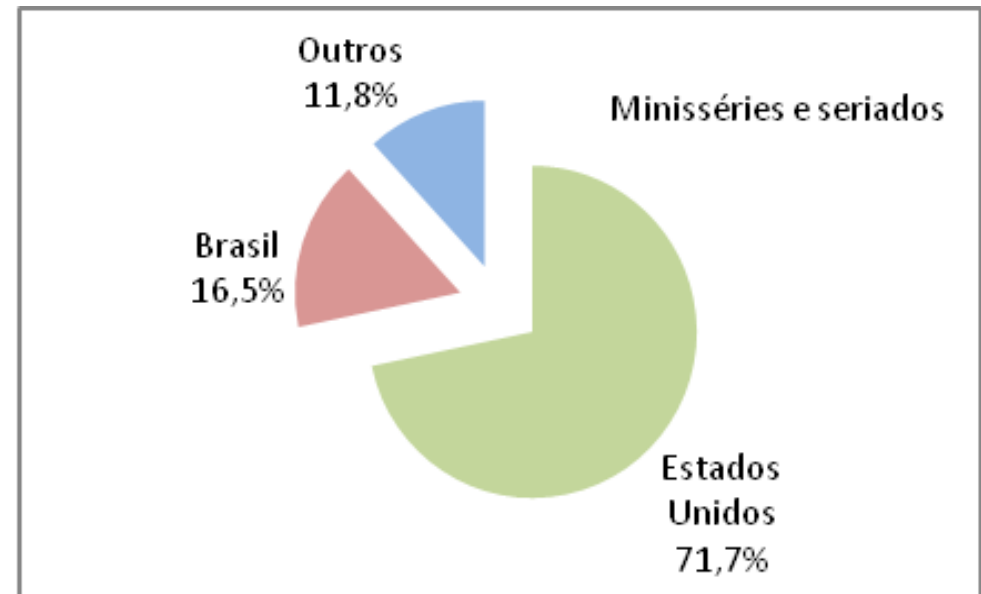
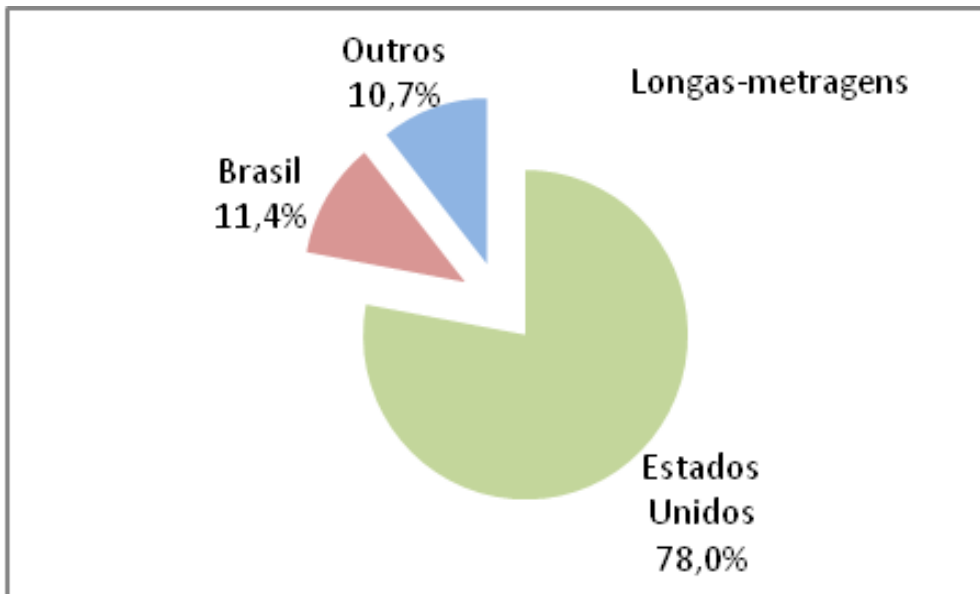
Fonte: Sites das operadoras. Pesquisa ANCINE.

Obs.: (1) Número de canais do pacote excluídos canais *must carry*, locais, religiosos e de programação repetida. (2) Preço dos pacotes em reais calculado pela cotação das moedas em 05/julho de 2010. (3) A comparação utiliza o segundo pacote mais barato por conter um número razoável de canais variados.

# Desafios envolvidos pelo Plano de Metas

## (3) Transformar o Brasil num forte centro produtor e programador de conteúdos audiovisuais

Origem dos longas e minisséries e seriados exibidos nas redes de TV aberta (2009)



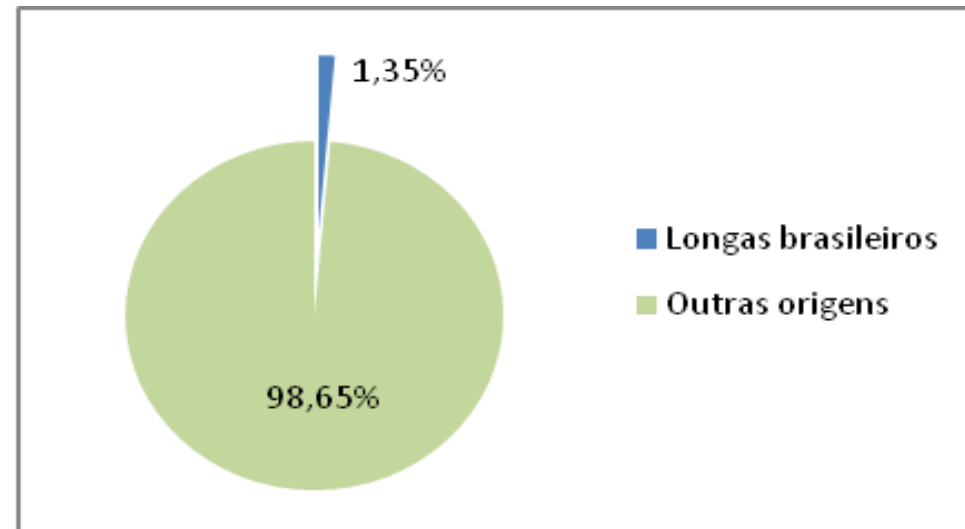
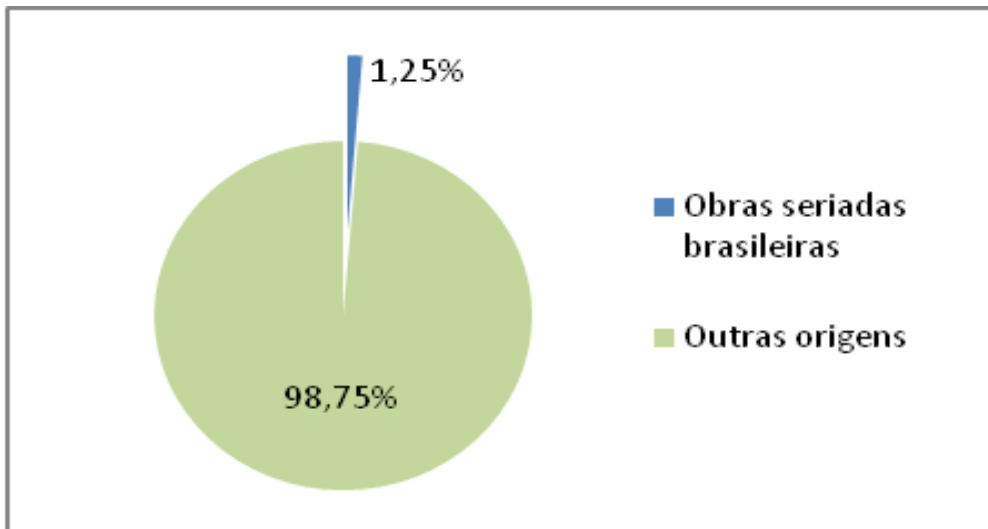
Fonte: sites das emissoras cabeças de rede (Band, CNT, Globo, SBT, Record, Rede TV!, TV Cultura, TV Gazeta e TV Brasil)/grades de programação. Pesquisa: SAM/ANCINE

Obs.: Dados de longas-metragens por número de títulos; minisséries e seriados por horas de exibição.

# Desafios envolvidos pelo Plano de Metas

## (3) Transformar o Brasil num forte centro produtor e programador de conteúdos audiovisuais

Obras seriadas e longas-metragens exibidos em canais monitorados (2009)



Fonte: SAM/ANCINE.

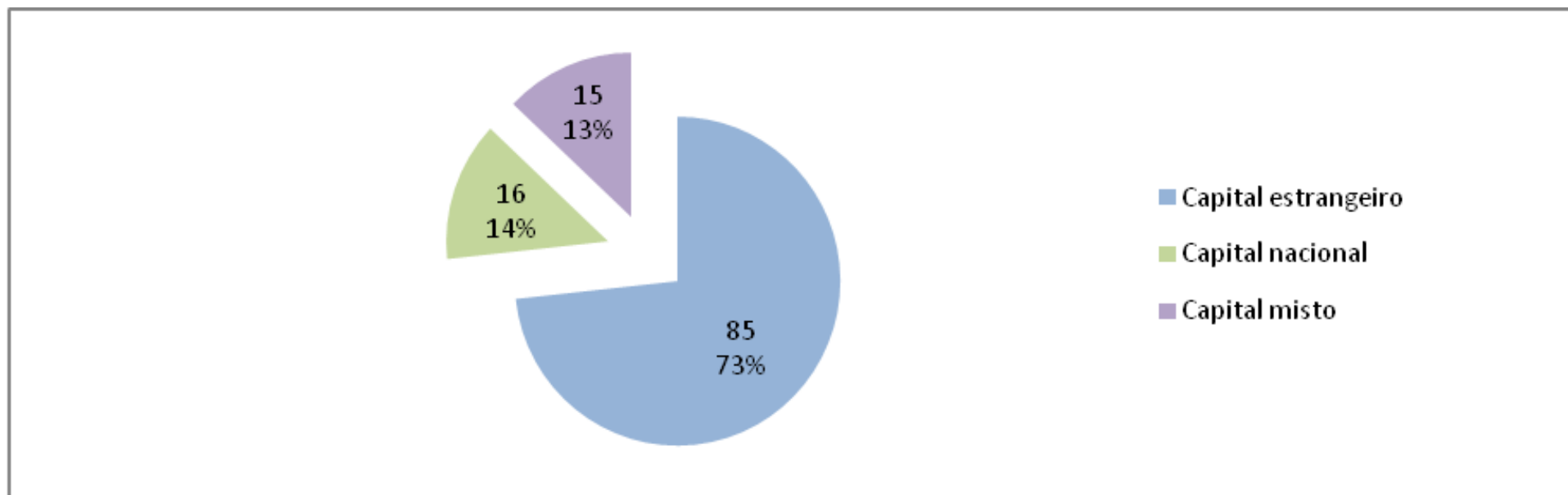
Obs.: (1) Foram monitorados 11 canais com programação predominantemente de longas-metragens: 5 TeleCine, 4 HBO, Cinemax e TNT. (2) Dados de longas-metragens por número de títulos. (3) Dados de obras seriadas por horas de exibição. (4) Foram exibidos 4.670 longas estrangeiros e 64 brasileiros. (3) Foram exibidas 2.719,2 horas de minisséries e seriados estrangeiros e 34,5 horas de duas minisséries brasileiras.



# Desafios envolvidos pelo Plano de Metas

## (3) Transformar o Brasil num forte centro produtor e programador de conteúdos audiovisuais

Canais comerciais por origem do capital da programadora (2009)



Fonte: Converge Comunicações. Anuário de Mídias Digitais 2009; e Revista TelaViva O Mercado de TV por Assinatura 2010.

Pesquisa: SAM/ANCINE. Mapeamento TV Paga 2010.

Obs.: (1) Não foram considerados os canais abertos, locais, pay-per-view, de áudio, interativos e televidas. (2) Alguns canais abertos (Esporte Interativo, Futura, MTV Brasil, Record News e SESC TV) não foram considerados, mas têm operação análoga aos canais de TV por assinatura fora de sua área de concessão.

# Diretrizes para um plano de metas (propostas)

## DIRETRIZ GERAL:

- Estabelecer as bases para o desenvolvimento de uma **economia audiovisual competitiva e inovadora**, baseada na produção e circulação de **obras brasileiras**, comprometida com a **diversidade cultural** e com a ampliação do **acesso** da população às obras audiovisuais

# Diretrizes para um plano de metas (propostas)

- DIRETRIZ (1): Ampliar 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 ampliar a participação das **programadoras nacionais** e do **conteúdo brasileiro** nesse segmento de mercado
- DIRETRIZ (3): Fortalecer as empresas **distribuidoras brasileiras** e a distribuição de **filmes brasileiros**
- DIRETRIZ (4): Dinamizar e diversificar a **produção independente** em todo o país, integrar os segmentos do mercado audiovisual e ampliar a **circulação** das obras brasileiras em todas as plataformas
- DIRETRIZ (5): **Capacitar** os agentes do setor audiovisual para a qualificação de métodos, serviços, produtos e tecnologias

# Diretrizes para um plano de metas (propostas)

- DIRETRIZ (6): Construir um **ambiente regulatório** caracterizado pela garantia da liberdade de expressão, a defesa da competição, a proteção às minorias 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
- 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 comerciais do audiovisual

# Tarefas preliminares para um plano de diretrizes e metas do audiovisual

- ESCOPO: estabelecer a motivação e os limites do plano de metas:
  - O PDM quer unir as vontades dos agentes econômicos e dos governos para que haja um sentido comum na sua organização e planejamento.
  - não pretende prever o futuro, mas dar previsibilidade ao movimento dos agentes em direção ao futuro;
  - não é um plano de ação ou uma agenda de compromissos, mas dá referência às pautas de trabalho dos agentes públicos e privados;
  - não é uma fórmula rígida e imutável; deve ser acompanhado e revisto.
- CENÁRIO: construir um diagnóstico de situação do audiovisual e identificar os principais vetores do modelo a seguir.
- DIRETRIZES: definir as principais linhas políticas do plano, a partir do que serão elaborados os indicadores e metas.
- PROCEDIMENTO: estabelecer cronograma, organização do trabalho e modelo de debate público.

---

ancine

Ministério da  
**Cultura**

