

Audiência Pública – SENADO FEDERAL
Brasília, 11 de julho de 2007

Conteúdo audiovisual em tempos de convergência tecnológica

APG17

LEOPOLDO NUNES
Diretor

The logo for Ancine (Associação Nacional de Indústrias de Vídeo) features the word "ancine" in a bold, lowercase, sans-serif font. Above the letter "i", there is a stylized graphic element consisting of a yellow and green swoosh that curves upwards and to the right, resembling a film strip or a dynamic shape.

Slide 1

APG17

ou "na convergência" ou ainda no "cenário convergente"

APG: 08/05/2007

Esta apresentação:

- Questões Centrais
- O mercado audiovisual no mundo e no Brasil
- Arcabouço legal pertinente
- Ancine no cenário da convergência
- Convergência e oportunidades para a indústria de conteúdos audiovisuais
- Necessidades de regulação econômica e indústria audiovisual
- Os desafios da regulação do audiovisual no cenário convergente
- Impactos desejáveis
- Ações convergentes

Questões Centrais

- A regulação da convergência e seus impactos para a produção e fruição do conteúdo audiovisual brasileiro.
- A oportunidade de desenvolvimento de uma forte indústria de produção de conteúdo nacional - Como poderá a indústria brasileira produtora de conteúdos (cinema, televisão, multimídia) tirar o máximo proveito da convergência tecnológica?
- As responsabilidades do Estado no enfrentamento aos desafios que se apresentam do ponto de vista econômico, cultural e social.

- O mercado audiovisual mundial

- €342 bilhões: venda de serviços baseados em conteúdos audiovisuais no ano de 2005
 - valor é quase o dobro das vendas mundiais de eletrônicos de consumo de áudio e vídeo
 - valor 30% maior que vendas mundiais de servidores, computadores e periféricos
 - apresenta crescimento anual médio de 5,6% (2000 a 2005)

Dados do IDATE

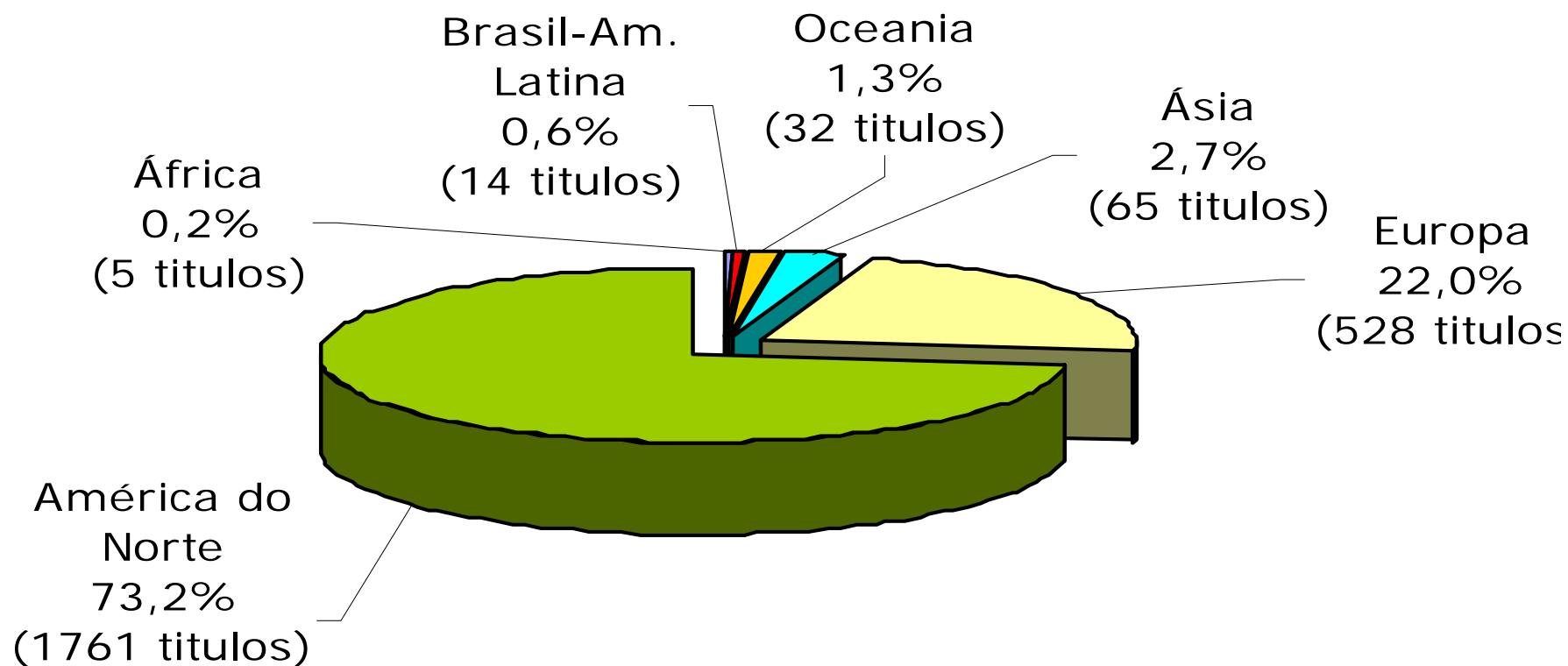
- O mercado audiovisual no Brasil

- € 5,46 bilhões de faturamento em 2005
(1,6% do mercado mundial)
 - Divisão, em reais:
 - R\$ 700 milhões para segmento de salas de exibição
 - R\$ 1,1 bilhões para segmento de vídeo doméstico
 - R\$ 5,1 bilhões para a televisão por assinatura
 - R\$ 9,5 bilhões para a televisão aberta
- Potencial do mercado audiovisual brasileiro para acomodar:
 - Os atuais grandes *players*
 - Os produtores independentes

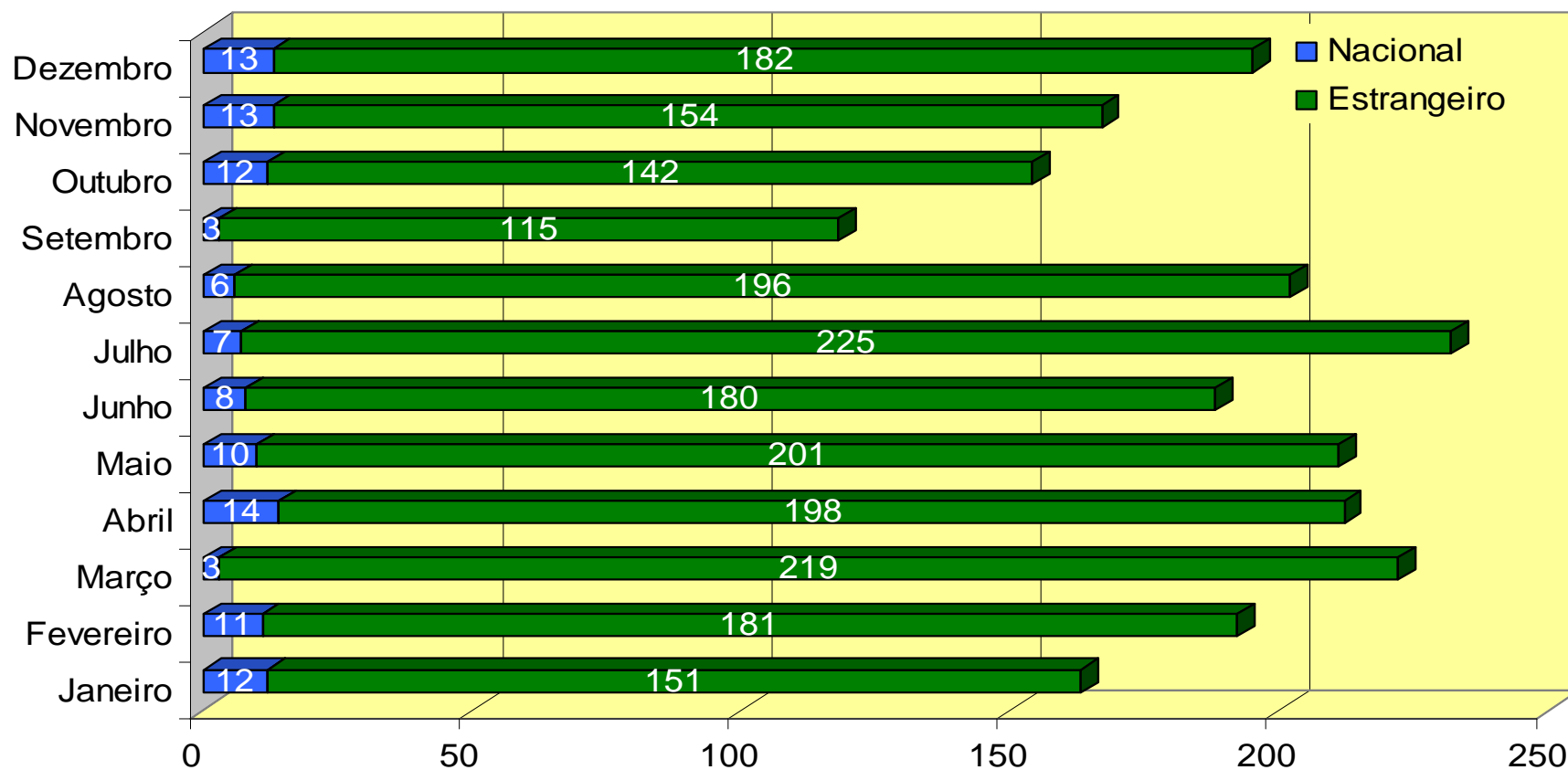
- A realidade do mercado Brasileiro

- As distribuidoras norte-americanas concentram o fornecimento de conteúdos cinematográficos para o cinema e para a televisão.
- As TVs produzem quase que a integralidade dos conteúdos que veiculam.
- A produção e a distribuição independente foram praticamente excluídas do mercado.

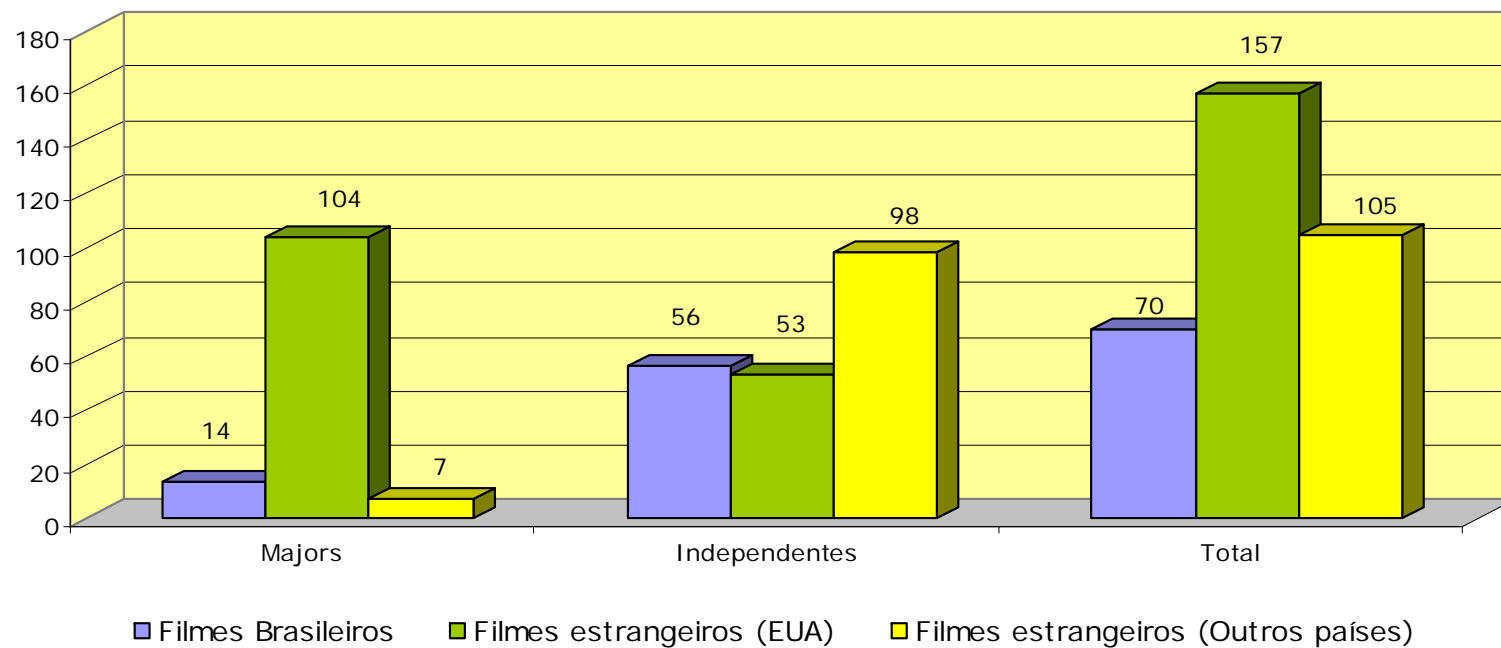
- TV Fechada: nº Títulos Exibidos por Região-Canais Telecine 2006



- TV Aberta Privada: Nº Titulos Nacionais/Estrang. Exibidos – 2006

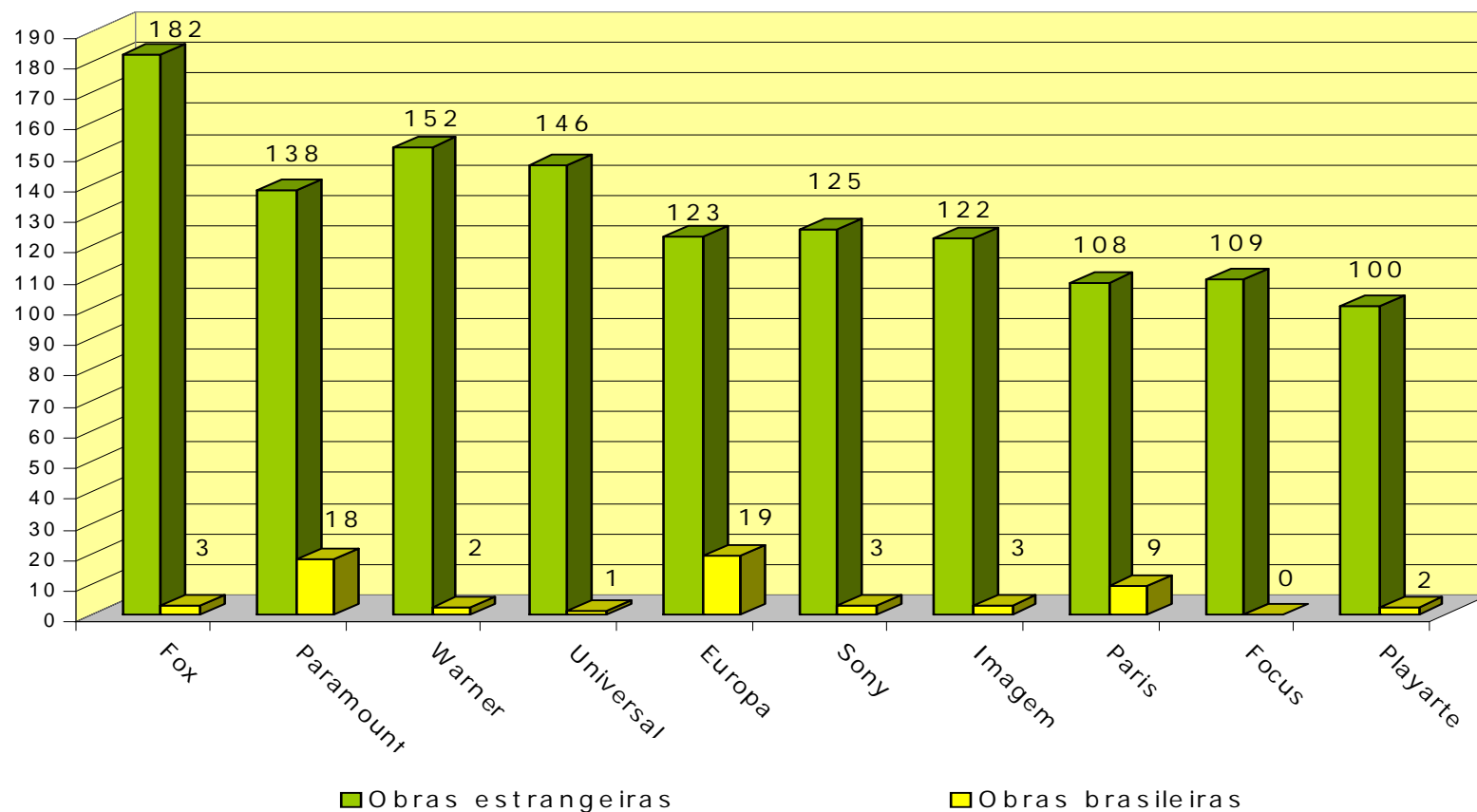


- Salas de exibição: Filmes Lançados 2006



Fonte: Filme B e levantamento próprio

- Vídeo Doméstico: Títulos Lançados em 2006 por Distribuidora



Arcabouço Legal que afeta a indústria audiovisual brasileira

■ Audiovisual

- Leis de incentivo (início da década de 1990) ao cinema
- Ancine (efetivamente, 2002), órgão regulador do audiovisual

■ Televisão aberta

- Código Brasileiro de Telecomunicações: Lei nº 4117/62
- Decreto-Lei nº 236/67
- Constituição Federal de 1988:
 - Art. 220, § 5º: Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.
 - Art. 221
 - II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
 - III - "regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em Lei"

■ Vídeo doméstico:

- Medida Provisória 2228-1/01
- Lei nº 11.437/2006

Arcabouço Legal que afeta a indústria audiovisual brasileira

- TV por Assinatura:
 - Cabo: Lei nº 8977/95, Decreto 2.206/97
 - Filmes brasileiros ficam restritos basicamente a um único canal
 - MMDS: Portaria MC nº 254/97, revisão da norma 002/94
 - DTH: Portaria MC nº 321/97, norma 008/97

 - **Medida Provisória 2228-1/01**

- Novas formas de difusão de conteúdos audiovisuais:
 - Lei Geral de Telecomunicações, de 1997 não trata da questão
 - SCM (Comunicação Multimídia): Resolução Anatel nº 272, de 2001

- **Serviços Culturais**
 - **Decreto Legislativo 485/2006, sobre a diversidade cultural**

ANCINE no cenário da convergência

- Define o que é conteúdo: “obra audiovisual” e “obra audiovisual brasileira”
- Regula a veiculação de obras audiovisuais nos diferentes mercados:
 - recolhimento de Condecine nos diversos segmentos de mercado (inclusive nos serviços móveis e na internet)
 - regula o cumprimento de percentual de veiculação de obras cinematográficas brasileiras nas **SALAS DE EXIBIÇÃO** – COTA DE TELA
 - pode instituir percentual de veiculação de obras cinematográficas brasileiras no segmento de **VÍDEO DOMÉSTICO** – Lei 11.437
- Fomenta a produção independente
 - gere mecanismos de renúncia fiscal (fomento indireto)
 - gere fomento direto
 - Fundo Setorial do Audiovisual

- Instrumentos de fomento ao conteúdo audiovisual brasileiro

- Renúncia fiscal para cinema
 - Artigos 1º da Lei do Audiovisual (investimento)
 - 1º-A da Lei do Audiovisual (patrocínio)
 - Artigo 3º da Lei do Audiovisual (distribuidoras estrangeiras fazem uso em co-produções)
 - Funcines (MP 2228-1/2001)
- Renúncia fiscal para produção televisiva (prod. Independente)
 - Art. 39 da MP 2228-1/2001 (programadoras)
 - Art. 3º-A da Lei do Audiovisual (emissoras abertas e programadoras)
- Procult (BNDES): recursos reembolsáveis
- Fundo Setorial do Audiovisual, administrado pela Ancine
- Investimento direto da Ancine e da SAV/MinC (PAR, PAQ, DocTV, Editais)

Convergência e oportunidades para o desenvolv. de uma forte indústria de conteúdo audiovisual

- **Oportunidades de correção de distorções para o desenvolvimento da indústria audiovisual brasileira.**
 - TV aberta: não verticalização das emissoras que produzem tudo, falta de sinergia com os produtores independentes
 - TV por assinatura:
 - não garantia da presença de canais nacionais;
 - não garantia da presença/funcionamento de empresas programadoras independentes (sem vínculo com operadoras);
 - predominância de um único *player* (um franqueador de canais entrega programação para 70% dos assinantes brasileiros), verticalizado ao longo da cadeia

Convergência e oportunidades para o desenvolv. de uma forte indústria de conteúdo audiovisual

- Sem **uma forte demanda** não é possível desenvolver uma indústria audiovisual forte.
 - No caso da indústria audiovisual, a demanda precede a oferta;
 - Em vários países a demanda pelo conteúdo nacional é garantida pela regulação.
- O cenário convergente pode ou não incrementar a demanda pelo conteúdo nacional, a depender das políticas públicas a serem adotadas

- Dinâmica empresarial no ambiente convergente e mercado audiovisual

- **OPORTUNIDADE:** Atração das empresas dos setores das telecomunicações, meios de comunicação e tecnologias de informação pelo crescente fluxo de recursos na cadeia audiovisual
- **RISCOS:** Formação de “conglomerados convergentes” - atuação unificada de empresas, englobando **redes** de diversos tipos ^{APG6} e diversos **serviços**, especialmente audiovisuais, VISTO QUE:

APG3

Slide 17

APG3 Falar aqui, como exemplo, da Telefónica, com ativos em empresas de telefonia fixa e móvel, portal na Internet (Terra), empresas de radiodifusão (Argentina), de televisão por assinatura (Argentina, Peru, Chile e Espanha) e participação em produtoras (Patagonik, na Argentina e Endemol, com atuação mundial).

Endemol = Big Brother

APG; 08/05/2007

APG6 Uma empresa como a Time Warner distribui os conteúdos que produz em todo o mundo em todas as redes. A Time Warner tem ativos em televisão por assinatura em todo o mundo e é uma das maiores provedoras de televisão a cabo e internet banda larga dos EUA.

APG; 08/05/2007

- Dinâmica empresarial no ambiente convergente e mercado audiovisual

- capilaridade das redes das grandes empresas
 - grande poder de influência junto aos consumidores e fornecedores APG8
 - exclusão dos concorrentes do acesso à rede, via:
 - integração vertical (verticalização)
 - acordos (tácitos ou contratos) de preferências exclusivas

APG7

APG7 As integrações verticais ocorrem quando diferentes processos de produção adjacentes, que podem ser realizados separadamente por várias firmas, passam a ser realizados, total ou parcialmente, no âmbito de uma única firma ou no âmbito de firmas entre as quais exista alguma relação financeira.

Acordos de preferências exclusivas dizem respeito a contratos com cláusulas de exclusividade ou negociações tácitas envolvendo empresas de uma mesma cadeia produtiva e cujas atividades são complementares

APG: 08/05/2007

APG8 No caso da lei Sherman, de 1890, a indústria de rede nascente era a indústria ferroviária. A lei Sherman foi complementada por outra, em 1914, a Clayton Law que é mais específica e detalhada. Abaixo uma descrição, tirada de um site do governo norte-americano:
Clayton de 1914

A Lei Clayton funciona como uma evolução da Lei Sherman e proíbe atividades como: discriminação por preços - vender a mesma mercadoria para compradores diferentes a preços diferentes; negócios exclusivos - exigir que um varejista ou atacadista compre de um único fornecedor, baseado na premissa de que nenhum outro distribuidor receberá mercadorias em uma determinada área; diretorias interligadas - quando um indivíduo tem cargos de diretoria em duas ou mais empresas concorrentes; e empresas que possuem ações de concorrentes. A lei também proíbe fusões e aquisições nos casos em que o efeito for a diminuição da concorrência ou uma tendência ao monopólio. Ela dá ao Departamento de Justiça e à FTC a autoridade de proibir qualquer fusão que possa infringir leis antitruste.

APG: 08/05/2007

- Dinâmica empresarial no ambiente convergente e mercado audiovisual

- Cenário leva a efeitos concorrenciais negativos e “falhas de mercado”, podendo ocasionar a marginalização:
 - dos produtores e dos difusores (programadores) independentes que se encontram fora dos circuitos estabelecidos;
 - da diversidade cultural e da própria cultura nacional.
- Cenário leva à necessidade de estabelecimento, por parte do Estado, de parâmetros regulatórios e concorrenciais

Necessidades de regulação - Fundamentos da ação de regulação audiovisual no Brasil

- Presença de distorções competitivas no mercado – reduzido espaço de acesso ao conteúdo nacional e fragilidade da diversidade;
- Necessidade de ampliação e desconcentração do mercado interno
- Poder-dever do Estado como resultante da necessidade de promoção da cultura nacional;
- Relevante interesse público, previsto pelo legislador constituinte;
- Conexão entre Fomento e Regulação: o estímulo público positivo aumenta a sua efetividade quando associado a diretrizes regulatórias.
 - **Ex.: estímulo à produção e combate ao gargalo na exibição dos conteúdos produzidos, nas diversas janelas.**

Os desafios da regulação audiovisual no Brasil no cenário convergente

- Regulação na TV por assinatura (e futuramente nas novas mídias) que incentive programação de conteúdos nacionais.
- Regulação que incentive competição na televisão aberta, assim como maior pluralidade, programação regional, produção independente (determinações do art. 221 da Constituição).
- Capacitar o país a lidar com os desafios abertos pela digitalização (estoque e novos produtos)
- Criação de marco legal para lidar com as questões da convergência e para dar melhor base à regulação econômica .
- Atenção à televisão pública como instrumento de promoção da indústria audiovisual e da diversidade de fontes de informação.
- Inclusão progressiva do risco e de recursos reembolsáveis no financiamento da produção audiovisual, especialmente na produção cinematográfica
- Necessidade de aprofundar a conexão de Fomento com Regulação, para que o primeiro venha a ter maior efetividade.

Slide 21

APG16

Esse é um ponto importante: Repisar que a Ancine não é só fomento, é regulação, e que não existe fomento efetivo no setor audiovisual sem regulação.

APG: 08/05/2007

Impactos desejáveis da convergência na indústria audiovisual brasileira

- Ambiente competitivo, em benefício do consumidor de serviços audiovisuais;
- Novos atores, especialmente programadores voltados para a televisão por assinatura e para as novas mídias, comprometidos com a veiculação de conteúdo audiovisual brasileiro;
- Aumento da diversidade e da oferta de conteúdo;
- Possibilidade de aumento (existência de forte demanda) da produção independente e da produção regional;
- Expansão do mercado audiovisual interno para as produções nacionais e expansão das exportações;
- Perspectivas de sustentabilidade para o setor audiovisual, diminuindo a dependência do fomento público.

Ações Convergentes – ANCINE / MINC

- Programa de fomento – focado na nacionalização da produção
 - Produção de mais de 200 títulos/ano em todas as regiões do país
 - Investimento médio de 200 milhões/ano em cinema e tv.

- FOMENTO INDIRETO – Ano 2006 ANCINE/MinC-SAv.

RENÚNCIA FISCAL	VL CAPTADOS (R\$ MIL)
Lei 8.313/91 - Lei Rouanet Ancine MinC / SAv	35.794,9 13.925,6
ARTIGO 1º - Lei 8.685/93	50.787,2
ARTIGO 3º - Lei 8.685/93	63.240,3
ARTIGO 39 - MP 2228-1 (Isenção Condecine)	4.101,0
ARTIGO 41 - MP 2228-1 (Funcines)	3.440,0
TOTAL	171.289,0

- FOMENTO DIRETO – Ano 2006 ANCINE/MinC e Parceiros.

RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS/APLICAÇÕES DIRETAS	VL APLICADOS (R\$ MIL)
Ancine: Programas Ibermedia Co-Produção Brasil/Portugal Prêmio Adicional de Renda – PAR. Prêmio de Qualidade – PAQ.	
MinC: Programa de Editais (concursos de BO; Curtas, Animação, infantil; Roteiros e Documentários) Projetos Especiais (Doc TV; Doc TV IB; Proj. Setorial Prom./Exportação TV; Proj. Setorial Prom./Exportação Cinema; Revel. Brasis; Jogos BR; Olhar Brasil; Teses Acadêmicas; Documenta Brasil)	
Sub-total	31.375,0

- Ações Convergentes – ANCINE / MINC

- PNC na Constituição Federal
- Conferência Nacional da Cultura e a relevância das relações entre cultura e comunicação social
- Sistema Nacional de Cultura: SAV/Ancine, projetos de conteúdo digital
- Convenção da Diversidade Cultural: produto audiovisual é produto cultural
- Ancine/MinC: aprovação da Lei nº 11.437/2006
 - Fundo Setorial do Audiovisual
- Fórum de TVs Públicas: pensando a Comunicação Social Eletrônica pública

Obrigado pela atenção!



Escritório Central
Av. Graça Aranha, 35 - Centro
Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20030-002
Tel.: (21) 2292-8955 / 2240-1400