

SEMINÁRIO NACIONAL DO AUDIOVISUAL

RELATÓRIO

Durante dois dias — 3 e 4 de dezembro — uma alta representatividade do segmento Audiovisual brasileiro reuniu-se na Biblioteca Nacional, na Cinelândia, Rio de Janeiro, em seminário realizado pela Equipe de Transição e pela Coordenação do Programa de Governo do presidente eleito. Dirigentes das entidades de classe e associações profissionais, produtores, distribuidores, exibidores, realizadores, técnicos, atores e especialistas de todas as regiões do país apresentaram e debateram a situação atual e o futuro do cinema e da televisão diante de Márcio Meira, da Equipe de Transição, e dos integrantes da comissão do Programa de Cultura Hamilton Pereira (coordenador), Sérgio Mamberti e Antonio Grassi, Secretário de Cultura do Estado do Rio de Janeiro e anfitrião do encontro. Os trabalhos foram abertos com a ratificação da condição estratégica do audiovisual para o Projeto Nacional a ser desenvolvido pelo próximo Governo da República. Reafirmaram que tal conceito, assim como o princípio da diversidade cultural, já estão claramente definidos no Programa de Políticas Públicas para a Cultura do Governo Lula.

O coordenador do seminário (também responsável por este relatório), esclareceu aos representantes do futuro governo que o formato compacto do mesmo, de curta duração e com o objetivo de apresentar sugestões concretas, só era possível porque os trabalhadores do setor reuniram-se regularmente durante os dois últimos anos, em um fórum permanente, para analisar a atividade e redirecionar sua política e organização. Aconteceram o terceiro e o quarto Congressos Brasileiros de Cinema, todas as entidades representativas da atividade ampliaram seu poder de convocação e abriram ou reabriram seus espaços de análise e discussão, surgiram novas lideranças, os esforços conjugados e articulados dos distintos setores resultaram na criação da ANCINE-Agência Nacional de Cinema e do Conselho Superior de Cinema.

Também evidenciou que o seminário ratificava as propostas já encaminhadas aos representantes do futuro governo nas atas dos dois Congressos Brasileiro de Cinema (ANEXO 1) e em documentos recentes e específicos com sugestões consensuais ou majoritárias: o texto apresentado por Nelson Pereira dos Santos no encontro com Lula, no Canecão, e os referendos do conjunto das entidades às propostas nele expressadas (ANEXO 2).

Mesas 1 e 2 - ANCINE -Agência Nacional de Cinema

Primeira Mesa. Coordenador: Orlando Senna, cineasta, subsecretário de Audiovisual do Estado do Rio de Janeiro. Expositores: Gustavo Dahl, presidente da ANCINE; Assunção Hernandes, presidente do Congresso Brasileiro de Cinema; Luís Carlos Barreto, produtor de cinema; Paulo Thiago, cineasta.

Segunda Mesa. Coordenador: Roberto Farias, cineasta, ex-presidente da Embrafilme. Expositores: Hugo Sorrentino, presidente da Federação Nacional de Exibidores Cinematográficos; Valmir Fernandes, exibidor; Lúcia Murat, cineasta e produtora de cinema; Leonardo Dourado, produtor de televisão.

SITUAÇÃO ATUAL

a. A ANCINE e o Conselho Superior de Cinema nasceram a partir de reivindicação do 3º Congresso Brasileiro de Cinema e seus projetos foram elaborados a partir da constituição do GEDIC-Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica. Entretanto, a ANCINE criada pelo atual governo não corresponde à sua idéia original, onde se previa que estaria a cargo da agência a regulação, a fiscalização e a elaboração de políticas de fomento para a atividade audiovisual em seu conjunto, incluindo a televisão. A ausência da televisão resultou no corte de parcela substancial dos recursos anteriormente previstos para o efetivo cumprimento de seus encargos.

b. A deformação do projeto original da ANCINE também incide na impossibilidade da agência regular a igualdade da competição, buscando um formato de isonomia para o mercado audiovisual.

c. A ANCINE passa por sérias dificuldades para sua implementação administrativa e não conta com autonomia financeira e administrativa.

d. O déficit de salas de exibição de cinema é um elemento de asfixia do mercado. Nunca, na história do mercado de cinema no país, houve um número tão grande de municípios que não possuem sequer uma sala de exibição. Atualmente, as 1600 salas de cinema existentes no país estão concentradas em 7% dos municípios e grande número destes cinemas está instalado em complexos de duas ou mais salas, notadamente em shopping-centers e nos chamados “multiplex”, aos quais a população de renda baixa (ou mesmo média) tem pouco ou nenhum acesso. Esta configuração levou, portanto, a um processo de elitização do mercado exibidor de cinema.

e. Por outro lado, existe a convicção de que a produção, a distribuição e a exibição cinematográficas têm, em seu conjunto, um enorme potencial de crescimento. Uma evidência do potencial do setor da exibição é o vultoso investimento realizado, nos últimos anos, por empresas multinacionais, na instalação de conjuntos de salas de cinema. Existem, no entanto (de maneira semelhante ao que acontece nas áreas da produção e da distribuição), enormes problemas para o fomento à construção de novos cinemas por parte das empresas nacionais de exibição, especialmente no que se refere às condições de financiamento. As empresas multinacionais, por suas características, têm acesso a recursos com custos e juros consideravelmente mais baixos.

f. A participação do filme brasileiro na programação das televisões é ínfima.

PROPOSTAS

1. Adoção do princípio de Exceção Cultural para a indústria audiovisual, no sentido de que seus produtos e comércio não estarão sujeitos às mesmas regras aplicadas às demais indústrias, porque agregam valores que não podem ser medidos apenas a partir dos preços de compra e venda.

2. Assumir integralmente o princípio de Acesso ao Bem Cultural, direito garantido ao cidadão pela Constituição Brasileira, como fundamento para desenvolver e gerir políticas que promovam a formação e ampliação de platéias para os produtos audiovisuais brasileiros, estimulando, entre outras providências, a implementação de um Circuito Exibidor Popular.

3. Nova formatação do mercado audiovisual no Brasil. Retomada do Projeto de Planejamento Estratégico da Indústria Cinematográfica (ANEXO 3), elaborado pelo GEDIC, como subsídio para esta nova formatação, com as modificações e os acréscimos que se fazem necessários face à nova realidade política do país.

A legislação desta nova formatação deve estabelecer limite máximo de ocupação do mercado para produtos audiovisuais, já que existem situações de oligopólio e integração vertical com risco de hegemonia cultural e de exclusão do produto cultural brasileiro.

4. As políticas para esta nova formatação devem ter como enfoque a conjugação dos diversos segmentos da área audiovisual, tratando-os como um mercado único: o cinema, a televisão, o vídeo-home, DVD e outros.

5. Considerando-se a existência de posições distintas quanto ao Ministério ao qual a ANCINE deve estar vinculada, que a mesma permaneça na Casa Civil, onde se encontra no momento, pelo tempo necessário para que o governo possa analisar em profundidade o assunto e definir o novo perfil da agência e seu vínculo ministerial.

6. Retomada da formulação inicial da ANCINE, com a re-incorporação do setor da televisão, a partir do conceito da vinculação entre os diversos tipos de produção audiovisual. Esta formulação inicial previa a ANCINAV-Agência Nacional do Audiovisual.

7. Fortalecimento imediato da atual ANCINE e da futura ANCINAV como órgão gestor da atividade cinematográfica e audiovisual.

8. Implementação de políticas visando o crescimento do parque de exibição, que contemple, entre outras providências, a instalação de um Circuito Popular de Exibição Cinematográfica, com a construção ou restauração de salas em municípios do interior do país, nas periferias das grandes cidades e em áreas de baixa renda, uma vez que este sempre foi o principal público do cinema brasileiro. O aumento do número de salas integra-se na política de busca de isonomia com o cinema estrangeiro que ocupa nosso mercado interno, visando aumentar a competitividade do produto nacional. Para tanto, serão necessárias, em consonância com a ampliação do parque exibidor, medidas que conduzam ao aumento da visibilidade do filme brasileiro, tanto no mercado como na mídia.

9. O BNDES, um dos maiores bancos de investimentos do mundo, deve estabelecer linhas de crédito especiais para financiar investimentos e a operação de empresas que assumam o compromisso de diversificar sua atividade de produção e difusão cultural e de garantir a igualdade de participação do produto cultural brasileiro face ao produto cultural de qualquer outra origem. (Obs: Esta proposta foi consignada na Mesa 5 e é aqui registrada por tratar-se de tema afeito à Mesa ANCINE.)

Mesa 3 – Leis de Incentivo

Coordenador: André Sturm, distribuidor. Expositores: Vera Zaverucha, assessora da presidência da ANCINE e especialista em legislação cinematográfica; Marisa Leão, produtora; Carla Camurati, Hilton Kaufman e Pola Ribeiro, cineastas e produtores de cinema.

SITUAÇÃO ATUAL

a. As leis de incentivo fiscal foram, nos últimos anos, um importante instrumento para alavancar a produção cultural no país, apesar das distorções verificadas. Entre os pontos positivos, está a possibilidade do acesso a recursos por parte de produtores independentes. Entre as distorções, encontra-se a indefinição entre o que é produção cultural e o que se constitui, simplesmente, em evento promocional das empresas incentivadas.

b. As leis de incentivo fiscal, criadas para dar efetivo retorno para a sociedade como um todo, estão financiando políticas empresariais de “marketing”. Os “eventos” constituem-se em um grande captador de recursos incentivados.

c. Grandes empresas estatais e privadas destinam os recursos provenientes da renúncia fiscal do governo a suas próprias fundações culturais, diminuindo drasticamente os benefícios destas leis para os projetos e produtores independentes. Ou seja, tais empresas utilizam os recursos públicos em benefício próprio.

d. Em outra evidente distorção de seus objetivos, os recursos provenientes dessas leis estão sendo utilizados pelo próprio Estado. Órgãos governamentais fazem captação de recursos incentivados como uma forma, largamente utilizada, de escapar de limitações orçamentárias.

e. Os recursos incentivados para a produção cultural estão fortemente concentrados nas produtoras que têm vínculo com a televisão.

PROPOSTAS

1. Implantação de medidas que impeçam que fundações e centros culturais ligados a grandes empresas utilizem, para financiar suas atividades, exclusivamente recursos incentivados, decorrentes dos benefícios relativos ao imposto a pagar dessas empresas. Concretamente, que seja limitado a 1/3 o valor dos recursos de incentivo fiscal a serem aplicados por essas empresas em seus centros e fundações culturais, destinando-se 2/3 para projetos e produtores independentes.

2. Implantação de medidas que impeçam a captação de recursos incentivados por parte de órgãos governamentais.
3. Maior participação do Banco do Brasil, depositário legal dos recursos de incentivo para a produção cultural, no fomento a essa produção utilizando, inclusive, os mecanismos das leis de incentivo.
4. Adoção de um conceito que determine quais os projetos que devem, ou não, serem incentivados. Tal conceito deverá estar estribado na qualidade do projeto e na sua função social.
5. Criação de mecanismos de incentivo que estimulem as emissoras de televisão, tanto as de sinal aberto quanto os canais pagos, a exibirem filmes brasileiros.
6. Criação de mecanismos de incentivo que possibilitem maior acesso das produções nacionais ao mercado de salas de exibição.
7. Adoção legal de ações educacionais e mediáticas objetivando o aumento progressivo do público de filmes brasileiros.
8. Embora imprescindíveis no quadro atual da atividade audiovisual, as Leis de Incentivo não devem, porém, constituir-se como únicos mecanismos orientadores da política cultural do país, tal como aconteceu no último governo. Elas são apenas uma parte, importante, de uma futura política que deve ampliar as possibilidades de apoio financeiro à produção e distribuição de bens culturais brasileiros.

Mesa 4 – Televisão

Coordenador: Berenice Mendes, membro do Conselho de Comunicação Social. Expositores: Marco Altberg, produtor de televisão; Nelson Hoineff, produtor de televisão; Tereza Trautman, distribuidora de filmes brasileiros para o mercado televisivo; Gabriel Priolli, especialista em mercado televisivo; Mauro Garcia, especialista em televisão pública; Cláudio Mac Dowell, representante da Associação Brasileira de Cineastas.

SITUAÇÃO ATUAL

a. Regionalização da programação veiculada.

Há um desequilíbrio regional importante na geração e distribuição do produto cultural televisivo, com o monopólio da região Sudeste sobre as demais regiões, com a decorrente imposição de valores, costumes, sotaques e comportamentos dos dois centros mais avançados (São Paulo e Rio de Janeiro) ao conjunto do país.

b. Abertura da grade de programação das emissoras de TV para a produção independente.

Atualmente as redes de televisão brasileiras tomam para si a prerrogativa de serem as únicas produtoras dos programas brasileiros que veiculam. Essa prática é inexistente nos países de democracia avançada, que impõem percentuais obrigatórios de veiculação de produção independente – aquela produzida fora das emissoras. Os canais de televisão aberta são, em todo o mundo, objeto de concessão pública e, enquanto tal, devem atender aos preceitos de multiplicidade de opiniões e de diversidade cultural que só a produção independente e programação regionalizada podem oferecer. Nos Estados Unidos, essa obrigatoriedade fez com que as redes pudessem veicular apenas 30% de produção própria. Na União Européia, o percentual obrigatório de veiculação de produção independente nunca é inferior a 10% chegando, em alguns países, a 25% (caso do Reino Unido).

Somente a obrigatoriedade da veiculação da produção independente pode assegurar que o conteúdo das TVs esteja livre do dirigismo de grupos de poder, garantindo a livre circulação de idéias e – importante ressaltar – a geração de emprego e renda para muitos em contraposição à concentração de recursos nas mãos de poucos grupos.

c. O envolvimento das emissoras de televisão no financiamento e na exibição da produção audiovisual (seja para cinema ou televisão) independente.

Nos mercados audiovisuais mais avançados (notadamente os EUA) menos de 30% das receitas das empresas produtoras de cinema são advindas das bilheterias das salas de exibição. Nesses mercados, a televisão aberta e paga participa ativamente (espontânea ou obrigatoriamente) na produção de filmes. As regulamentações feitas pelos governos dos países europeus impõem e incentivam a exibição dos filmes nacionais nas telas de televisão: em 1998, 34,5% dos filmes exibidos na televisão aberta italiana foram de origem nacional; na França o percentual foi de 39,6% (outros 23,9% eram europeus não-franceses) e na Espanha de 21%.

No Brasil, em 2001, foram veiculados 2600 filmes pelas emissoras abertas de caráter comercial, com participação quase nula do produto brasileiro. A inexistente competição para a compra de direitos de exibição dos filmes brasileiros, seja na tv aberta como na paga, faz com os mesmos sejam licenciados a preços aviltantes, não contribuindo significativamente no financiamento do setor.

Não há auto-sustentabilidade possível das indústrias cinematográficas nacionais sem a televisão. Na França devido aos aportes fundamentais provenientes sobretudo da televisão (aberta e paga), 40% do mercado foi ocupado pelo cinema francês, que começa o ano tendo 700 milhões de euros disponíveis para produção oriundos da tv. O mesmo faz a Espanha que, além disso, obriga as redes de televisão a investirem o equivalente a 5% do faturamento publicitário do ano anterior em produções independentes (telefilmes, curtas-metragens, longa-metragens de ficção, documentários, animação, etc.).

d. O papel do capital estrangeiro nas emissoras de TV.

Há o risco, que não pode ser ignorado, de que a entrada do capital estrangeiro na televisão aberta resvale:

d.1) na desnacionalização da programação, com a substituição do produto brasileiro pelo “enlatado” multinacional;

d.2) na geração de programação a partir da emissora sediada fora do território nacional;

d.3) na interferência no conteúdo da produção audiovisual brasileira, com prejuízo para os valores e interesses nacionais.

e. Concentração dos meios de comunicação, especialmente na televisão e no rádio.

Há uma concentração excessiva dos meios de comunicação em poder de poucos grupos familiares/empresariais, o que lhes atribui uma influência desproporcional na vida cultural, política e econômica do país, mantendo totalmente à margem, sem chance de acesso ao rádio e à televisão, uma ampla gama de setores sociais.

f. O papel da televisão pública e os mecanismos de financiamento.

Há um desequilíbrio significativo entre o setor privado e o setor público na geração e distribuição do produto cultural televisivo, com o primeiro cada vez mais forte e o segundo sempre à míngua, o que implica no predomínio dos valores ligados à idéia de mercado, consumo e competição, em detrimento de valores não-mercadorológicos, tais como cidadania, solidariedade social e convivência democrática.

É preciso fortalecer a televisão pública, tornando-a permeável à participação da sociedade civil, (através de conselhos, tal como acontece na BBC inglesa), e encontrando mecanismos de financiamento que não passem necessariamente pelos recursos diretos do Estado. Nos países onde as emissoras públicas são fortes, sobrevivem das taxações pela posse de aparelhos de tv (quase toda a Europa), pela cobrança de um percentual sobre as contas de energia elétrica das residências (caso do Coréia e da Grécia), por doações significativas da iniciativa privada (EUA), ou ainda por aportes de fundos constituídos por parte do faturamento das emissoras comerciais (caso da Austrália).

PROPOSTAS

1. Instalação e operação de uma Rede Pública de Televisão, lastreada em cerca de mil canais culturais, educativos, universitários e comunitários existentes no país. A rede pública deve ser operada com participação e co-responsabilidade da sociedade.
2. Imposição de percentuais mínimos obrigatórios de veiculação de produção regional a toda emissora instalada no país (com percentuais maiores para as emissoras sediadas nos maiores mercados), atenuando o esquema atual de “afiliação” às grandes redes, o que praticamente desobriga as emissoras a manterem programação gerada por elas mesmas ou no seu entorno.
3. Estabelecimento, por meio de regulamentação, de percentual mínimo de veiculação de produção independente brasileira na grade das emissoras abertas públicas e privadas. Este percentual deve ser resultado de consenso discutido de forma transparente e democrática, levando-se em consideração as possibilidades atuais da produção.
4. Criação de mecanismos de fomento para a produção audiovisual independente, seja originalmente feita para cinema ou para televisão, e que visem a veiculação nas TVs abertas.
5. Retomada das propostas apresentadas pelo GEDIC-Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria do Cinema de inclusão da televisão aberta no âmbito regulatório da agência para o setor audiovisual (atualmente, a ANCINE). As propostas são:
 - 5.1) Cota de Tela
Cada emissora de televisão, aberta ou por assinatura, fica obrigada a exibir, em sua programação, um certo número de filmes brasileiros por ano.
 - 5.2) Associação na Produção
Cada emissora de televisão aberta ou por assinatura investirá 2% de seu faturamento em publicidade na co-produção de filmes brasileiros.
 - 5.3) Aquisição de Direitos
Cada emissora de televisão aberta ou por assinatura investirá 2% de seu faturamento em publicidade na aquisição de direitos de exibição de filmes brasileiros.
 - 5.4) Promoção e Publicidade
As emissoras de televisão aberta e por assinatura reservarão parte de seu espaço publicitário à promoção institucional do cinema brasileiro.
6. Estabelecimento, por meio de lei, de garantias de defesa do conteúdo brasileiro e da produção independente brasileira, por questão de soberania nacional. Essa questão ganha maior pertinência com a participação do capital estrangeiro nos meios de reprodução e de difusão (radiodifusão, cabo, satélites, etc.).
7. Estabelecimento de restrições legais à posse acumulada de meios de comunicação de natureza diversa (rádio, TV, mídia impressa, telefonia, provimento de internet, etc.).
8. Criação ou facilitação de mecanismos que permitam a captação de recursos para a televisão pública que não passem necessariamente pelos orçamentos de governos, tais como: flexibilização das restrições da publicidade comercial, fundos de financiamento de TV educativo-cultural, incentivo às inversões privadas na programação educativo-cultural.
9. Facilitação do acesso da população à TV paga, com imposição às operadoras da obrigatoriedade de oferta de pacotes de assinaturas a preços populares, bem como de assinaturas gratuitas para escolas públicas, bibliotecas e instituições similares.

Mesa 5 – Cinema Cultural

Coordenador: Leopoldo Nunes, presidente da ABDC-Associação Brasileira de Documentaristas e Curtametragistas. Expositores: Maria Dora Mourão, presidente da Associação Brasileira de Escolas de Cinema; Carlos Brandão, presidente do Centro de Pesquisadores do Cinema Brasileiro; e os cineastas Manfredo Caldas, Sérgio Sanz, Eduardo Paredes e Tetê Moraes.

SITUAÇÃO ATUAL

A partir dos trabalhos do GEDIC, criou-se uma diferenciação entre a atividade cinematográfica voltada para a implantação de uma indústria que busca no mercado sua base de sustentação e, de outra parte, as atividades não comerciais, como tais como a produção de filmes curtos, médios e documentários, produção de obras de animação, o ensino, a pesquisa, a preservação, a difusão e a crítica. A esta última deu-se a denominação genérica de Cinema Cultural.

PROPOSTAS

Documentaristas e curta-metragistas:

1. Fortalecer a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura para que a mesma exerça plenamente suas novas atribuições em relação ao Cinema Cultural, inclusive incrementando sua dotação orçamentária com o repasse de 15% dos recursos arrecadados pela CONDECINE instituída pela Medida Provisória 2228-1.
2. Instalar um Conselho do Cinema Cultural, no âmbito da Secretaria do Audiovisual, de caráter deliberativo e formulador de políticas públicas, constituído por representantes de entidades legítimas dos segmentos da produção, difusão, preservação, ensino, pesquisa e outros, garantindo a proporcionalidade das representações setoriais e norteado pelo princípio de regionalização.
3. Incorporar o CTAv-Centro Técnico do Audiovisual, hoje sob a tutela da FUNARTE, à Secretaria do Audiovisual, e que esses órgãos em conjunto tenham autonomia administrativa e financeira para implementar programas de política pública.
4. Criar, em conjunto com a ANCINE, um programa nacional de distribuição e exibição de curtas-metragens nas salas do circuito comercial, pondo em prática a Lei do Curta que determina a obrigatoriedade de exibição do curta-metragem nacional antes do longa-metragem estrangeiro, assegurando pleno acesso do público à obra nacional.
5. Assegurar, como parte da política de implementação da produção do Cinema Cultural, a continuidade e a periodicidade de concursos para a realização de curtas e médias-metragens, de ficção, documentário e animação.
6. Criar programas específicos para o incentivo à realização de filmes de longa-metragem para diretores estreados, necessários à renovação de estilos e linguagens na filmografia nacional.
7. Garantir e ampliar os programas do Ministério da Cultura para representação da produção nacional de curta-metragens e documentários em festivais e mostras internacionais, fundamentais para o intercâmbio entre as diferentes filmografias e para a divulgação da imagem do país.
8. Criar programas regionais de capacitação técnica e instalação de infra-estrutura básica.
9. Promover uma melhor distribuição regional dos investimentos, objetivando descentralizar o processo produtivo.

Preservação

10. Estabelecimento de uma política institucional para a área, reconhecendo a preservação fílmica como um valor estratégico na afirmação da identidade da Nação, da sua Cultura e de sua Soberania.

11. Criação de legislação específica para a área envolvendo as questões relativas a incentivos, financiamentos, dotações orçamentárias, relacionamentos com herdeiros e outros itens relacionados com a memória nacional.
12. Criação de um Fundo de Preservação do Patrimônio Audiovisual Brasileiro, a ser administrado por órgão do Governo Federal.
13. Criação de Incentivos e financiamentos para laboratórios de restauro.
14. Ações que possibilitem e incentivem a criação e o financiamento de órgãos de guarda regionais que se encarreguem da preservação de filmografias locais e de difusão do acervo existente.
15. Legislação que regulamente a criação e o funcionamento integrado de órgãos de guarda de obras audiovisuais, assim como os mecanismos de obtenção e gerenciamento dos recursos necessários e sua fiscalização.
16. Obrigatoriedade da inclusão no orçamento de todos os filmes nacionais do custo de um interpositivo e de um internegativo, e do correspondente elemento de som, para depósito nas cinematecas e órgãos de guarda.
17. Inclusão na estrutura dos cursos de cinema da área de preservação e restauração.
18. Incentivo à exibição, nos canais abertos de televisão e nos circuitos comerciais, de filmes brasileiros restaurados.

Pesquisa

19. Reconhecer a figura e a atividade do Pesquisador e a importância da pesquisa de cinema e do audiovisual em geral.
20. Apoiar a atividade da Pesquisa através de bolsas de estudos e outros mecanismos de fomento.
21. Apoiar a divulgação do resultado das pesquisas através do financiamento de publicações.

Mesa 6 - Política Externa e Mercado Externo

Coordenador: Jom Tob Azulay, responsável pela política internacional na ANCINE. Expositores: embaixador Samuel Pinheiro Guimarães, economista, ex-diretor administrativo da Embrafilme; embaixador Arnaldo Carrilho, diplomata, especialista em cinema, presidente da Riofilme; Débora Peters, integrante do grupo de trabalho Inserção Internacional do Congresso Brasileiro de Cinema; Tarcísio Vidigal, distribuidor internacional; Júlio Wortman, distribuidor internacional.

SITUAÇÃO ATUAL

- a. Os conceitos inserção internacional do cinema brasileiro e comercialização do filme brasileiro no mercado externo são muitas vezes confundidos. A comercialização é fortemente determinada pela inserção, na medida em que o comércio internacional é uma via de mão dupla que resulta, em grande medida, de acordos políticos de co-produção e distribuição.
- b. O Brasil não tem tradição de política externa cinematográfica, por fatores como o idioma e a crença na autosuficiência do mercado interno.
- c. Por outro lado, o Brasil participa de acordos bilaterais de co-produção com cerca de 15 países, devendo destacar-se o acordo com Portugal que, por prever uma verba governamental por parte de cada país da ordem de 15 mil dólares, tem gerado anualmente a produção de dois filmes de longa-metragem, um de cada país. Até

2001, o acordo gerou a produção anual de dois longas-metragens para cada país, quando a referida verba foi reduzida em 50%. Os demais acordos permanecem praticamente desativados, embora vigentes.

d.. No plano multilateral, participamos do Programa IBERMEDIA, projeto de integração das cinematografias ibero-americanas, que tem como modelo o programa MEDIA de integração do cinema europeu no quadro da Comunidade Econômica Européia. O IBERMEDIA é regulado pela CACI-Conferência das Autoridades Cinematográficas Ibero-americanas, com sede em Caracas, integrada por representantes governamentais dos cinemas de cada país membro. O programa possui um Fundo, financiado com aportes governamentais dos países membros.

e. A questão audiovisual tem crescido de importância no plano da OMC-Organização Mundial do Comércio, na qual se defrontam duas posições divergentes: a francesa, que defende os princípios da Exceção Cultural e da Diversidade Cultural e propõe um estatuto, dito de exceção, para o tratamento das questões do comércio do produto audiovisual em função da natureza cultural do mesmo; e a posição norte-americana, que defende o princípio da Convergência tecnológica de ordem digital (que se verifica em todos os campos da produção audiovisual), e a adoção de um estatuto de natureza exclusivamente econômico-comercial para o produto audiovisual que estaria, assim, sujeito a todas as regras de liberalização de mercados defendida pela OMC.

No plano das discussões preliminares da ALCA, ora em curso, esta mesma questão tenderá a ser posta em discussão. De uma maneira geral, o Brasil tem atuado de forma inconsistente e esporádica nas discussões que envolvem o audiovisual na OMC, cabendo aos representantes do MinC ou do Ministério de Relações Exteriores tomar a iniciativa da adoção de posições que nem sempre são do conhecimento ou interesse do setor. Tal atitude se explica em função da pouca importância dada pelo Ministério das Relações Exteriores às questões audiovisuais.

f. Existe uma grande expectativa por parte tanto dos países latino-americanos, quanto por parte da França, em relação a uma atuação firme do Brasil nas questões da integração continental e na discussão do audiovisual na OMC.

g. Os EUA detêm 83% do mercado audiovisual do planeta e 92% do mercado brasileiro de consumo cinematográfico. A balança comercial e de serviços na área audiovisual está muito desfavorável para o Brasil, que importa anualmente US\$ 695 milhões em produtos audiovisuais e só consegue exportar cerca de US\$ 40 milhões, contados nesse total as telenovelas da Rede Globo, consideradas o nosso maior produto de exportação cultural.

Em número de horas de programação, a importação de programas de TV (documentários, séries, títulos infantis, musicais, etc.) é muito mais significativa do que a do conjunto de obras cinematográficas. Essa realidade deve se refletir também em termos financeiros, embora não haja dados discriminando a importação.

h. Alguns países que padeciam da tradicional “dominação anglo-americana” no território das imagens vêm combatendo o problema e conseguindo ampliar significativamente a inserção de sua produção audiovisual no competitivo mercado internacional de tv. Um bom exemplo é o caso da França.

i. A produção e a qualidade dos filmes e programas independentes para televisão estão aumentando no Brasil, mas é insignificante a difusão e distribuição internacional desta produção. A escassa difusão e distribuição é resultado de esforços isolados de alguns poucos empresários.

PROPOSTAS

1. Ação imediata e prioritária da diplomacia brasileira na OMC, com posicionamento e propostas efetivas. Caso contrário o Brasil estará alijado do comércio de serviços em 2005, em obediência à processualística da OMC, em particular ao Cronograma de Compromissos Específicos.

No GATT- Acordo Geral para Comércio de Serviços encerra-se o prazo, em 31/3/2003, para entrega de propostas que determinem tratamento diferenciado para os produtos audiovisuais, incluídos na categoria “Serviços”, o que, em última instância, poderia redundar na impossibilidade de o Brasil dar continuidade à política de subsídios ao cinema.

2. Implantação de uma diplomacia audiovisual, com forte atuação na OMC e outras instâncias internacionais, lastreada na criação de uma Unidade para Assuntos Audiovisuais no Ministério das Relações Exteriores e lotação de conselheiros e adidos audiovisuais nas principais missões diplomáticas. Esta ação diplomática manterá estreito contato com a ANCINE e com a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura.

A diplomacia audiovisual estará articulada com as políticas cultural, de comunicação e educação e deve ter como seu objetivo estratégico permanente a redução da hegemonia cultural de qualquer manifestação estrangeira face à produção cultural brasileira e a ampliação da diversidade de oferta cultural à disposição da sociedade brasileira.

Esta ação deve levar em conta a necessidade do Brasil identificar interesses específicos, como os decorrentes da questão da língua portuguesa e das dimensões continentais de seu mercado interno.

Dita ação deve posicionar-se urgente e claramente a favor dos princípios da Exceção Cultural e da Diversidade Cultural no âmbito da OMC. (O Governo brasileiro até aqui teve um posicionamento contraditório a este respeito. Endossa a diversidade cultural, como signatário da 31ª. Declaração Geral da UNESCO, novembro de 2001, e ao mesmo tempo proclama a liberalização do audiovisual na OMC.)

3. Integração com o audiovisual dos países de cultura latina, dando prioridade a América Latina e Caribe e aos países de língua portuguesa, incluindo parcerias bilaterais e multilaterais para coprodução e codistribuição.

4. Evitar a participação do Brasil em acordos internacionais, regionais ou multilaterais de cunho apenas econômico, cuja conseqüência seja limitar ou eliminar a possibilidade do Estado de ter instrumentos de política para promover a diversidade cultural

5. Estabelecer medidas para a ampliação da exportação de programas nacionais de televisão, cujo potencial se dá a partir da pujança da produção televisiva interna.

6. Estabelecer medidas para a difusão do audiovisual brasileiro no mercado internacional, de maneira efetiva e substantiva. Entre estas medidas devem ser incluídos subsídios e financiamentos à apresentação de nossos produtos audiovisuais em festivais, mostras, feiras, fóruns e demais eventos de propaganda e negócios. Também deve ser incluída a criação imediata de uma catálogo do audiovisual brasileiro na internet.

Sugestões para os primeiros 100 dias de governo:

1. Urgente. Emissão imediata, no dia 1 de janeiro, de decreto mantendo a ANCINE vinculada à Casa Civil, onde se encontra no momento, pelo tempo necessário para que o governo possa analisar em profundidade o assunto e definir a vinculação ministerial da agência. (Em obediência a decreto do atual governo, a ANCINE passará a ser vinculada, no dia 1 de janeiro, ao Ministério da Indústria, Comércio e Desenvolvimento.)

2. Urgente. Ministério das Relações Exteriores. Levar em conta o prazo, a vencer em 31/3/2003, dentro do “Cronograma de Compromissos Específicos” da OMC, para entrega de propostas que determinem tratamento diferenciado para os produtos audiovisuais, incluídos na categoria “Serviços”. Caso contrário, em última instância, a falta de posicionamento poderia redundar na impossibilidade de o Brasil dar continuidade à política de subsídios ao cinema.

3. Urgente. Ministério das Relações Exteriores. Assumir, nas negociações para a criação da ALCA, os princípios da Diversidade Cultural e da Exceção Cultural, defendendo regras diferenciadas para o intercâmbio e o comércio de produtos de natureza cultural, em especial o audiovisual.

4. Implementação de medidas concretas para a criação e materialização de nova formatação do mercado audiovisual no Brasil, incluindo a reformatação da ANCINE, do Conselho Superior de Cinema, das Leis de Incentivo e da regulação da televisão aberta e paga.
5. Elaboração e anúncio das primeiras providências para a criação da Rede Pública de Televisão e do Circuito Popular de Exibição Cinematográfica.
6. Empenhar esforços políticos para a aprovação, no Senado, do substitutivo referente à regulamentação do Artigo 221 da Constituição, da deputada Jandira Feghali, que trata da regionalização da programação televisiva.

Além dos Anexos citados no texto, também acompanha este relatório a gravação integral do seminário em fitas magnéticas.

Atenciosamente,

Orlando Senna
Coordenador do Seminário Nacional do Audiovisual
Subsecretário de Audiovisual do Estado do Rio de Janeiro