

Sr. Presidente Senador Flávio Arns,
Sra. Relatora Senadora Ideli Salvatti,
Senhoras e senhores senadores,
Meus cumprimentos.

Pretendo usar o tempo a mim concedido para demonstrar a oportunidade que se apresenta, ao cinema e audiovisual brasileiros, para ampliar o acesso à população, para se projetar internacionalmente, para fortalecer a atividade empresarial brasileira, e para criar mais postos de trabalho para os profissionais do setor no país.

A criação de mais postos de trabalho para os profissionais do setor no país passa por uma política de capacitação voltada aos arranjos produtivos locais.

A ampliação do número de funções remuneradas do setor audiovisual passa pelo investimento em capacitação associado à demanda objetiva dos segmentos de mercado existentes e potenciais.

Essa equação só pode ser construída por um ambiente de articulação entre o poder público, o setor empresarial, as entidades de classe do setor audiovisual e instituições de ensino, a partir do investimento em núcleos de excelência em capacitação em larga escala capazes de ampliar a capacidade instalada, promover a formação dirigida às demandas dos segmentos de mercado do audiovisual, e prestar serviços para as empresas em cada estado ou município vocacionado.

A contrapartida necessária a ser apresentada pelo setor empresarial é um projeto de expansão da capacidade instalada do setor relativamente à demanda real e/ou potencial do mercado local, apresentando um histórico de produção audiovisual, confirmando a vocação do estado e/ou região. A contrapartida necessária a ser apresentada pelas instituições de ensino são projetos de capacitação capazes de atingir os objetivos apresentados pelo setor empresarial. A contrapartida necessária a ser apresentada pelo poder público é a concessão de benefícios fiscais e a operacionalização jurídica ágil e com baixa incidência

tributária para a contratação de serviços do núcleo de excelência em capacitação pelo setor empresarial.

A vocação implica associar a capacitação profissional para as demandas locais ou regionais com o potencial de desenvolvimento econômico-produtivo, em setores existentes ou emergentes, e estar fortemente articulado com as estratégias sócio-econômicas locais, construídas em colaboração com os governos municipais e estaduais.

A formulação conjunta de um projeto de núcleo de excelência em capacitação é o caminho para o desenvolvimento de um modelo não concentrador que valoriza os arranjos produtivos locais em todas as regiões do país e permite a criação de mais postos de trabalho para os profissionais do setor.

O fortalecimento da atividade empresarial brasileira passa pela compreensão das transformações sofridas pelos mercados e operações comerciais do campo audiovisual no país.

No panorama atual de convergência tecnológica para o digital, novas formas de comportamento, hábitos e experiências humanas recém-surgidos têm provocado a emergência de novos modelos de negócio, e a reformulação de modelos existentes, em várias áreas da economia mundial, notadamente no campo das telecomunicações e do audiovisual.

As fronteiras entre os vários segmentos têm diluído-se progressivamente, a partir da emergência de produtos e modelos de negócio híbridos que combinam características de operações e serviços antes claramente distintos. Essa interação está longe da consolidação e exige, dos agentes artísticos e econômicos, criatividade e visão de longo prazo na relação com os novos paradigmas culturais e de comunicação.

As atividades empresariais relacionadas à produção, distribuição e provimento de conteúdo audiovisual ao consumidor final refletem essa dinâmica, revelando, por um lado, uma diversificação de especializações e, por outro, uma reestruturação das empresas.

No campo da produção audiovisual, por exemplo, o foco deve ser estabelecido sobre o desenvolvimento de projetos partindo da criação de um conceito associado à realização de pesquisa e estratégias de exploração de distintos segmentos de mercado.

A sensibilização para essa alternativa de abordagem ao mercado parece ser necessária ao fortalecimento da atividade empresarial no país. E as vantagens parecem ser evidentes, seja pelo intercâmbio de experiências entre as empresas do setor, seja pelo potencial de geração de negócios, seja pela possibilidade de articulação de novos recursos financeiros junto a mercados não relacionados ao cinema e audiovisual.

A projeção internacional do cinema e audiovisual brasileiros passa pelo estímulo à co-produção e distribuição internacionais, por meio da intensificação da ação diplomática e de políticas de promoção à exportação.

A demanda como um todo, seja ela relacionada à ação diplomática ou à política de promoção à exportação, implica, necessariamente, o suporte à atividade empresarial brasileira por meio de políticas que permitam esse tipo de empreendedorismo, a exemplo do que vem sendo realizado pelos programas setoriais de exportação em cinema e televisão.

O suporte à atividade empresarial brasileira deve dar-se em um ambiente de articulação dos órgãos competentes de governo, nas políticas relacionadas à indústria, comércio, tributação, diplomacia, financiamento e exportação, junto aos agentes artísticos e econômicos da cadeia produtiva do audiovisual, notadamente aqueles distribuidores e provedores de conteúdo ao consumidor final.

Esse ambiente precisa ser capaz de equacionar questões como fundos de co-produção vinculados à criação de funções remuneradas no país, simplificação e desoneração sobre a circulação de profissionais e equipamentos, e sobre importação e exportação temporária, a introdução da cultura do *commission editor*, o investimento em infra-estrutura para a capacidade instalada de produção audiovisual para a ação das *film commissions* brasileiras, a capacitação de profissionais bi e trilingues, e um suporte de consultoria jurídica internacional à atividade empresarial.

Uma vez criados ambiente de articulação e cultura de relacionamento, deve-se dar suporte à realização de mercados no Brasil, à criação de missões internacionais junto a países de interesse, e à prospecção nos mercados internacionais.

A demanda pela intensificação da ação diplomática implica reconhecer os organismos multilaterais, e as políticas bilaterais, como espaços privilegiados para a criação de ambientes eficientes para o desenvolvimento de modelos de negócio de co-produção e cooperação internacional como um todo. Parte disso traduz-se na criação ou aperfeiçoamento de acordos internacionais.

Via de regra, os acordos existentes carecem de ampliação do escopo para que não apenas o cinema esteja a seu abrigo, mas também os demais conteúdos audiovisuais, e, quando não for possível, do estabelecimento de acordos paralelos que os contemplem.

É no âmbito dos acordos internacionais que pode dar-se a pactuação de sistema de pontuação de prestação de serviços para a superação de assimetrias provocadas pelas políticas tributárias nacionais, ou tratados de bi-tributação que também contemplem a simplificação e desoneração sobre a circulação de profissionais e equipamentos, e sobre importação e exportação temporária.

A demanda das políticas de promoção à exportação implica induzir à interação entre produtores brasileiros e estrangeiros, testando o nível de reciprocidade de interesse entre os agentes dos mercados envolvidos.

A presença qualificada dos empresários brasileiros em festivais de cinema e mercados de televisão, e demais obras audiovisuais, para o esforço de co-produção e cooperação, permitirá a articulação de mais recursos financeiros para a produção nacional e garantirá uma melhor presença do produto brasileiro nos mercados internacionais, por onde circularão na condição de produtos nacionais. Essa é a mais eficiente estratégia de projeção internacional do cinema e audiovisual brasileiros.

Com efeito, a criação do Fundo Setorial do Audiovisual como programação específica do Fundo Nacional de Cultura e gerido pela Agência Nacional do Cinema, posiciona o Brasil, no atual contexto do sistema financeiro mundial, como importante co-produtor internacional em potencial. Essa condição facilitará a articulação de recursos financeiros no exterior para a produção nacional e projetará o cinema e audiovisual brasileiros nos mercados estrangeiros.

A ampliação do acesso à população brasileira passa pelo aperfeiçoamento do provimento de conteúdo ao consumidor final, através de ações de mercado e de políticas voltadas aos veículos de acesso não-condicionado.

Passa por políticas relacionadas à infra-estrutura do segmento de exibição cinematográfica, ao segmento de distribuição de obras independentes no mercado de vídeo doméstico, ao desenvolvimento de projetos de obras cinematográficas e audiovisuais, e a programas que articulem ações de produção ou licenciamento de conteúdos à difusão nas mais variadas janelas.

A demanda por políticas que incidam sobre os mercados de exibição cinematográfica e de distribuição de vídeo doméstico não é nova. Ela tem origem no desejo de maior ocupação desses mercados por obras brasileiras. Essa demanda antevê a importância de uma dinâmica complementar às políticas de fomento à produção e distribuição cinematográfica existentes. A novidade é o surgimento dessa nova classe C que inspira e desafia a ampliação desses segmentos de mercado.

A demanda por políticas que estimulem o desenvolvimento de projetos é fundamental à dinâmica própria da atividade industrial, à qualificação do uso do recurso público, ao estabelecimento de estratégias de exploração de mercados, ao investimento em produção, à construção de expectativa de programação junto aos públicos espectadores de obras não-seriadas e seriadas, à criação de um ambiente de confiança entre os agentes artísticos e econômicos da cadeia produtiva do audiovisual.

A demanda por políticas que articulem ações de produção ou licenciamento de conteúdos à difusão nas mais variadas janelas contemplam também o objetivo de acessibilidade. A televisão aberta e a internet são os veículos, por excelência, para esse exercício. E políticas relacionadas à televisão pública e à universalização do acesso à internet podem e devem ser reconhecidas como poderosos instrumentos para alcançar esse objetivo.

Uma política relacionada à universalização do acesso à internet precisará levantar o acervo do cinema e audiovisual brasileiros, licenciar conteúdos junto à produção independente, investir em

infra-estrutura para a digitalização e armazenamento de conteúdos audiovisuais, viabilizando o acesso às redes municipais e estaduais de ensino, universidades, bibliotecas, museus, telecentros, entre outras instituições da administração pública estruturadas em rede, além dos milhões de brasileiros usuários da internet da rede.com.

Uma política relacionada à televisão pública precisará se relacionar com emissoras educativas e culturais, no âmbito da radiodifusão de sons e imagens, e com emissoras universitárias, legislativas e comunitárias, no âmbito da comunicação eletrônica de massa por assinatura, neste momento de transição para o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre, de estruturação da TV Pública e de realização da Conferência Nacional de Comunicação.

São cerca de 200 emissoras que se organizam em torno das entidades ABEPEC - Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais, ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária, ASTRAL - Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas e ABCCOM - Associação Brasileira de Canais Comunitários. Essas entidades realizarão neste mês de maio o II Fórum Nacional de TVs Públicas abordando eixos temáticos como regulamentação, financiamento, tv digital e programação.

No que se refere à articulação entre a produção e a difusão de conteúdos pela tv pública, é necessário equacionar modelos de operação em rede, a partir de questões como financiamento da programação e desenvolvimento de estratégias para a construção de expectativas de programação junto aos públicos telespectadores brasileiros.

O financiamento da programação encontra uma série de alternativas, entre apoio, investimento, financiamento e equalização, que se oferecem hoje aos segmentos do cinema e do audiovisual, sobretudo à produção de obras audiovisuais independentes. Então, o primeiro valor que se oferece, e que encontra abrigo entre as políticas de financiamento da programação, é a parceria estratégica entre a televisão pública e a produção independente.

Hoje o Brasil se encontra em condições privilegiadas no que se refere a financiamento, quando se somaram ao incentivo fiscal, praticado pelas três esferas da Federação, a linha de financiamento do BNDES e a recém-anunciada dinâmica de *pitchings* da Empresa Brasil de Comunicação. Mas, sobretudo, o Fundo Setorial do

Audiovisual marca um divisor de águas na política de financiamento do país, por representar a recuperação da capacidade de investimento pelo Estado.

O desenvolvimento de estratégias para a construção de expectativas de programação junto aos públicos telespectadores brasileiros deve ser o foco de uma política de financiamento da programação da tv pública. A programação precisa ser entendida na perspectiva de um processo de desenvolvimento de produtos, por meio da validação de episódios-piloto de obras seriadas, que implica, entre outros procedimentos, a pesquisa quantitativa e qualitativa que tome como referência a prestação do serviço público. É a adoção desse processo que permite o desenvolvimento de novos formatos.

Peço licença às senhoras e senhores senadores para falar da experiência que vivi com a implementação e execução do Programa DOCTV. Trata-se de uma política de relacionamento entre a televisão pública e a produção independente que sistematiza ações de capacitação, co-produção, teledifusão e promoção à exportação do documentário brasileiro.

Esse modelo de operação em rede é responsável pela co-produção de quase 200 documentários nos 27 estados e no Distrito Federal, e pela transmissão da faixa de programação DOCTV, em sinal aberto, com periodicidade semanal, de forma ininterrupta, desde maio de 2005.

O Programa DOCTV articula recursos financeiros do Governo Federal e das 27 unidades federativas e, através de 27 concursos públicos estaduais para a seleção de projetos de documentário, fomenta a regionalização da produção independente. Ele articula um circuito nacional de teledifusão, por meio das emissoras educativas e culturais, garantindo a teledifusão em rede dos documentários da Série DOCTV.

O êxito da experiência no Brasil permitiu que o Programa DOCTV ganhasse expressão internacional, exportando esse modelo de negócio para 21 países da América Latina e da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa. O Programa DOCTV IBERO-AMÉRICA, já em sua segunda edição, desenvolve uma parceria com a Argentina, Chile, Uruguai, Bolívia, Peru, Colômbia, Equador, Venezuela, Panamá, Costa Rica, Porto Rico, Cuba e México, e o

Programa DOCTV CPLP desenvolve uma parceria com Portugal, Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe, Moçambique, Timor-Leste e Macau/China. Os documentários produzidos por esses países, no âmbito dos Programas DOCTV internacionais, são exibidos no Brasil pelas tvs educativas e culturais.

No dia 5 de junho serão lançados em rede pública de televisão novos 55 documentários da quarta edição do Programa DOCTV, um claro exemplo da ampliação do acesso à população brasileira do cinema e audiovisual produzidos neste país.

Conforme tentei aqui demonstrar, o cinema e o audiovisual brasileiros estão diante de uma grande oportunidade para ampliar o acesso à população, para se projetar internacionalmente, para fortalecer a atividade empresarial brasileira, e para criar mais postos de trabalho para os profissionais do setor no país.

Se as condições estão criadas para que a Agência Nacional do Cinema enfrente esses desafios, cabe aqui um agradecimento aos diretores Manoel Rangel, Mário Diamante, Nilson Rodrigues e Sérgio Sá Leitão, e ao Ministro de Estado da Cultura Juca Ferreira.

Espero poder contar com a confiança das senhoras e senhores senadores,

Muito obrigado.

Paulo Alcoforado