

O mercado nacional e seus agentes: reflexões sobre a indústria cinematográfica brasileira na primeira década do século XXI¹

Marília Schramm Regio²

Resumo

No início do século XXI, a indústria cinematográfica brasileira é marcada por modificações em seu processo de reestruturação institucional. Essas transformações ocorreram por mudanças políticas e econômicas vividas no Brasil durante a década de 90. Neste artigo, buscamos entender e refletir a respeito de um novo cenário da cinematografia brasileira, focando na tríade produção-distribuição-exibição. Observaremos como esses agentes foram trabalhados na primeira década do século XXI.

Palavras-Chave: Mercado cinematográfico; Cinema Brasileiro; Agentes.

ABSTRACT

In the early twenty-first century, the Brazilian film industry is marked by changes in its institutional restructuring. These changes occurred by political and economic changes experienced in Brazil during the 90's. In this article, we seek to understand and reflect about a new scenario of Brazilian film, focusing on the triad production-distribution-exhibition. We look at how these agents were worked during the first decade of this century.

Keywords: Film market; Brazilian Cinema; Agents.

Artigo recebido em: 30/05/2015

Aceito em: 18/01/2016

¹ Este artigo é um desmembramento da dissertação intitulada *A distribuição independente no cinema brasileiro: um estudo sobre a circulação do longa-metragem nacional no mercado de salas, em 2010*, de autoria de Marília Schramm Régio.

² Doutoranda e mestre em Comunicação Social pela PUCRS, especialista em Cinema pela UNISINOS e jornalista UCPEL. E-mail: msregio@gmail.com.

Introdução

Podemos observar que mesmo com legislações de fomento após a reorganização da infraestrutura da indústria cinematográfica brasileira, com criação de órgãos competentes e reconstrução de estruturas que deveriam andar juntas, há ainda um desequilíbrio entre produção, distribuição e exibição. A capacidade de recuperação demonstrada pela indústria cinematográfica brasileira no período, também conhecido como pós-retomada, encontra axiomas recorrentes do cinema nacional. Há dificuldades de assegurar a permanência da produção no mercado exibidor doméstico, mesmo com lançamentos regulares de títulos que possibilitam uma ocupação razoável nas salas, contribuindo de várias maneiras para um projeto de autossustentabilidade do setor.

Em sua história de mais de cem anos, o cinema brasileiro não conseguiu se tornar uma atividade autossustentável, fazendo com que cada uma dessas etapas ou ciclos se encerrasse sem que fosse garantida a continuidade da produção cinematográfica (MARSON, 2009, p.13).

Cabe ressaltar que produtoras, distribuidoras e exibidoras alcançaram um relativo equilíbrio, com um número concentrado de empresas nacionais à frente da cadeia cinematográfica no país, além de usufruírem da estrutura fornecida pelo governo por meio de incentivos. “O país passa a se adequar ao jogo do livre mercado, empresas são privatizadas e os investimentos são abertos ao mercado e às organizações estrangeiras” (CHALUPE, 2010, p. 58), sendo que a atuação dessas empresas, nas três áreas, tem inserido a performance do filme juntamente com o espectador como uma das exigências para fechar novas parcerias dentro do mercado, principalmente com empresas nacionais independentes.

Entretanto, esse cenário positivo não deixa de lado a hegemonia do filme estrangeiro e seu domínio no mercado. Em 2010, apenas seis filmes nacionais estavam entre as 50 melhores bilheterias. Após o recorde de 2003, o *market share* do filme brasileiro oscilou, recuperando-se em 2009 e 2010, com 14,2% e 18,72%, respectivamente. Estes últimos resultados são consequência de dois filmes: *Se eu fosse você 2* (Daniel Filho, 2009) e *Tropa de Elite 2* (José Padilha, 2010). O filme de Daniel Filho alcançou um total de público de 6.112.851³ e sua renda atingiu mais de R\$ 50 milhões. Título da produtora Total Entertainment em parceria com Lereby Produções, Globo Filmes e com distribuição da *major* Fox, superou, na época, a marca recorde da retomada, que antes pertencia ao filme distribuído pela Sony/Disney – Columbia, *Dois filhos de Francisco* (Breno Silveira, 2005), que atraiu 5.319.677 espectadores.

³ Esse número inclui as exhibições da pré-estreia, em dezembro de 2008. O público total nas 52 semanas cinematográficas de 2009 foi de 5.786.844 espectadores. (Fonte: Ancine).

Tabela 1: Aberturas x Público final – filmes nacionais, até 2009

Rank	Filme	Distr.	Ano	Cópias	Público Abertura	Público Final	%
1	<i>Se seu fosse você 2</i>	Fox	2009	293	560.600	6.112.851	9,17
2	<i>Dois filhos de Francisco</i>	Sony	2005	290	267.547	5.319.677	5,02
3	<i>Carandiru</i>	Sony	2003	257	469.986	4.683.098	10,04
4	<i>Se eu fosse você</i>	Fox	2006	183	315.520	3.644.956	8,66
5	<i>Lisbela e o Prisioneiro</i>	Fox	2004	218	256.444	3.174.643	8,08
6	<i>Olga</i>	Lum.	2004	263	385.968	3.078.030	12,54
7	<i>Cazuza</i>	Sony	2004	154	295.244	3.062.877	9,64
8	<i>Os Normais – O Filme</i>	Lum.	2003	246	421.091	2.996.467	14,05
9	<i>Xuxa Popstar</i>	War.	2000	300	246.622	2.394.326	10,30
10	<i>Maria Mãe do filho de Deus</i>	Sony	2003	257	153.087	2.340.451	6,54
Total					3.372.109	36.807.376	9,16

Fonte: Ancine; BRAGA, 2010, p. 123.

Elaboração: Marília Régio

O percentual total das 10 maiores aberturas do cinema nacional até 2009 foi de 9,16%, menos da metade do índice verificado para as 10 maiores aberturas de filmes estrangeiros⁴, que ficou em 21,06%, como ilustra a tabela acima. A média de público na abertura de filmes estrangeiros, leia-se norte-americano, é de 1,1 milhão, enquanto os brasileiros alcançaram em torno de 337.210 espectadores. O cinema nacional ainda sofre preconceito a respeito dos seus títulos, deixando o público na dúvida em relação à sua qualidade. Com isso, o espectador aguarda a primeira semana dos filmes, para conferir a repercussão dos mesmos, para depois assistir ao filme, efetuando o chamado “boca a boca”.

A organização do mercado de cinema nacional sustenta uma considerável estabilidade de monopólio em todo o seu ramo, iniciando com uma pequena concentração de distribuidores, possíveis aliados de exibidores, e marcado pelo baixo número de empresas atuantes e alto número de produtos lançados. O século XXI entrou com a estrutura sofrendo uma lenta alteração, indo de monopolista a relativamente competitiva, com diversas novas empresas abrindo lugar no mercado, por meio das leis de incentivo e da relação com o mercado. O momento é de uma tentativa de um sistema industrial no setor, já que cada agente corresponde a uma etapa da cadeia produtiva cinematográfica. A comercialização de um filme envolve três etapas, que se organizam no mercado de forma cíclica, “seus agentes atuam de forma integrada e sistêmica em torno do mesmo produto, respondendo pelos sistemas de criação e fabricação (produção de conteúdo), difusão e consumo” (BARONE, 2009, p. 32).

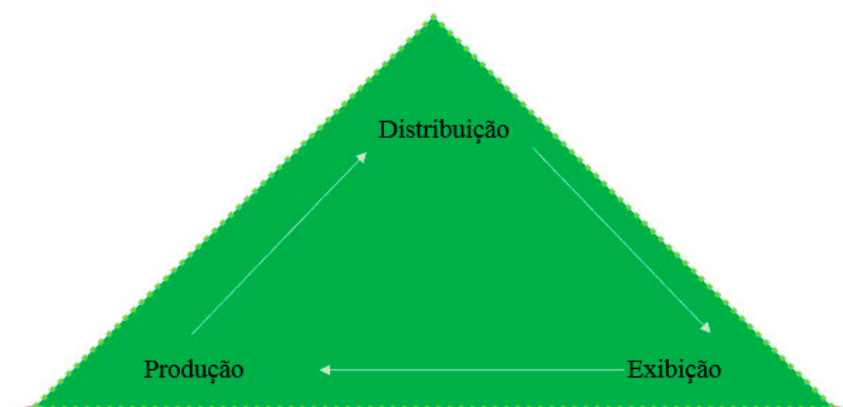
A tríade: produção, distribuição e exibição

Os elos da cadeia produtiva cinematográfica necessitam de um trabalho integrado, têm que apresentar um diálogo entre si, mas que sejam vistos como uma tria-

⁴ Entre os 10 filmes estrangeiros de maior abertura estão somente títulos norte-americanos, entre eles as três sequências de *Homem-Aranha* (2002, 2004, 2007), *Shrek 3* (2007), *O Código Da Vinci* (2006), *Harry Potter* (2002, 2005), *Piratas do Caribe 3* (2007), *Era do Gelo 2* (2006) e *Matrix Reloaded* (2003).

de. “São campos que se organizam em torno do mesmo bem simbólico, o filme, com o qual estabelecem relações diferenciadas, nas quais é possível observar interdependências ao lado de antagonismos e tensões” (BARONE, 2009, p. 29).

Ilustração 1: Representação da tríade produção-distribuição-exibição



Fonte: Barone, 2009.

Elaboração: Marília Régio

A produção, pelo significado em português, em qualquer área, é a primeira fase em uma série de procedimentos econômicos que levam serviços e bens às pessoas. No setor cinematográfico, produção é a realização do filme, antes de ser distribuído às telas de cinema para ser consumido pelos espectadores. Os produtores de cinema são os que, com base em um roteiro, transformam uma história escrita em um filme, englobando atores, câmeras, locações, cenário, figurino, diretores, tempo de rolagem, edição, efeitos especiais, som e todos os detalhes de finalização.

“No fluxograma desse processo, de uso corrente no setor, as diferentes atividades são organizadas em três fases denominadas: pré-produção, produção e pós-produção” (BARONE, 2009, p. 25). A primeira etapa consiste em angariar o material para desenvolver o projeto, selecionar o gênero e a temática que correspondem à obra e preparar o plano de trabalho, além da contratação dos profissionais necessários para a concretização do filme e recursos financeiros. Na produção, são efetivadas as tarefas estabelecidas na pré-produção, as imagens são registradas para posteriormente finalizar. O procedimento final incide na pós-produção, que corresponde ao acabamento do título, por meio da edição de sons e imagens, montagem, caso necessite de aplicação de efeitos especiais ou dublagens, o retoque final para a finalização do filme. Depois de concluídas todas as fases, a obra está pronta, obtendo uma matriz que é fonte para as demais cópias.

Trata-se de um conjunto de serviços e procedimentos executados por empresas e profissionais cada vez mais especializados, entre laboratórios de imagem, estúdios de som, empresas finalizadoras e aquelas dedicadas à criação e produção de efeitos especiais e trucagens (BARONE, 2009, p. 26).

Posteriormente à crise dos anos 90, a produção do cinema nacional passou por uma visível melhora no século XXI, auxiliada pelas medidas⁵ implantadas pelo governo, após várias mobilizações da classe cinematográfica. Elementos do mercado confirmam essa recuperação advinda das novas leis de incentivo à atividade do setor.

Em relação aos longa-metragens brasileiros lançados no país em 2010, 75 títulos chegaram ao circuito de exibição, cinco deles alcançaram mais de um milhão de ingressos vendidos, sendo três a mais do que o ano anterior. E 15 ultrapassaram a marca de 100 mil espectadores. Totalizando a marca de 25.227.757 espectadores em filmes nacionais, sendo 9.135.275 a mais que 2009. Na tabela a seguir, notamos a evolução do longa-metragem brasileiro nos últimos 10 anos:

Tabela 2: Crescimento nos lançamentos de filmes nacionais no mercado de salas

Ano de Lançamento	Total de filmes
2000	23
2001	30
2002	29
2003	30
2004	49
2005	45
2006	72
2007	78
2008	79
2009	84
2010	75
Total	698

Fonte: Ancine.

Elaboração: Marília Régio

As 75 obras nacionais lançadas em nosso mercado foram produzidas por 68 empresas⁶, sendo 41% situadas no Rio de Janeiro e 36% em São Paulo; os 23% restantes são divididos entre sete estados mais o Distrito Federal (Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Pernambuco, Ceará, Mato Grosso, Paraná e Santa Catarina, sendo os primeiros com maior porcentagem). Assim, notamos a disparidade em relação à distribuição das empresas produtoras, com uma centralização em determinadas regiões geográficas do Brasil. Porém, o setor da produção, mesmo sendo tratado de maneira desigual pelo mercado brasileiro, não é absorvido pelas empresas estrangeiras como as demais áreas da cadeia produtiva: a distribuição e a exibição.

Uma distribuidora cinematográfica é a responsável, dentro da indústria de cinema, por fazer o filme chegar ao consumidor final, o espectador. As salas de cinema podem ser o primeiro contato do espectador com o filme, após por meio do consumo doméstico (VOD) ou pelas emissoras de televisão, quando se licenciam os direitos de exibição dos filmes. Isto não é uma regra, sua ordem pode ser alterada ou a distri-

⁵ As medidas já mencionadas: Lei do audiovisual, em 1993; implantação da Ancine por meio da MP 2.228-1, em 2001, e a implantação dos Funcines, em 2003.

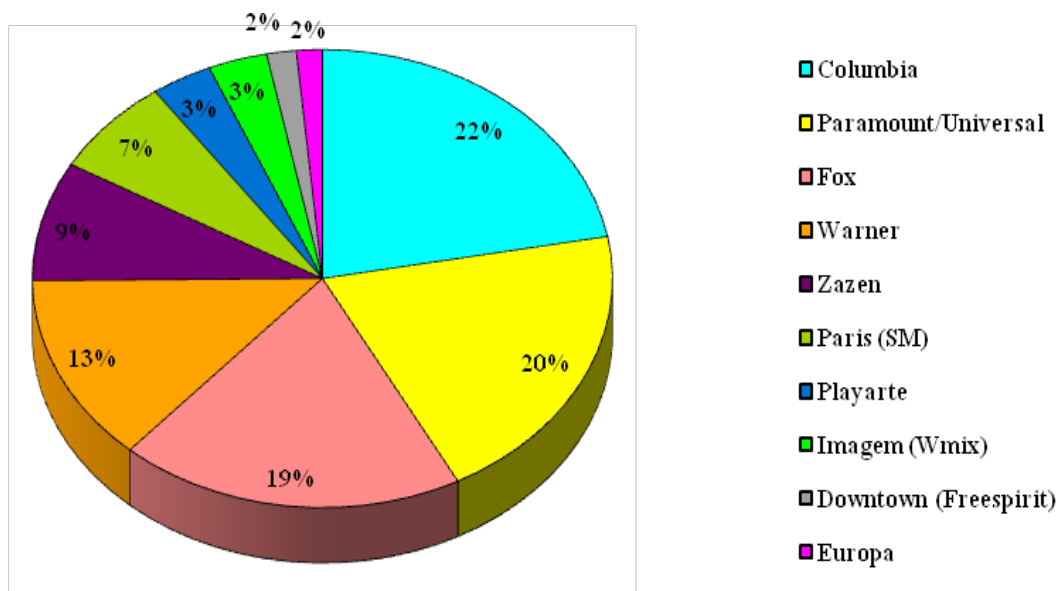
⁶ De acordo com a Ancine, ao término de 2010 havia cerca de quatro mil empresas produtoras de obras audiovisuais registradas na agência.

buição pode ser efetuada somente em uma janela, por exemplo, ir direto para DVD.

Por estar entre os setores de produção e exibição, a distribuição negocia com ambos, podemos dizer que o setor tem o papel mais importante dentro da indústria cinematográfica. Uma distribuidora adquire os direitos de um título e se responsabiliza por vendê-lo: negocia com os exibidores, realiza e executa o plano de publicidade, além de participar das negociações com as cadeias de televisão e os operadores de transmissão por cabo. Por isso, pode ter influência direta no processo de produção, já que muitos produtores utilizam, durante a produção de um filme, capital adquirido pela venda antecipada dos direitos do mesmo a uma distribuidora; e tem influência nas condições em que o título será exibido, já que é a responsável por negociar onde será exibido e quantas cópias serão colocadas no mercado exibidor.

As distribuidoras estrangeiras controlam a maior parte do mercado cinematográfico nacional, por isso o filme brasileiro é obrigado a se moldar a um sistema de distribuição e exibição que tem seu desenvolvimento relacionado à lógica internacional. Apesar de a participação das *majors* na atividade cinematográfica do país gerar desenvolvimento para o cinema nacional, causa distorção e concentração de mercado. A Columbia foi a distribuidora que alcançou a maior *market share* no mercado brasileiro em 2010, com 23%, seguida pela Paramount/Universal, Fox e Warner, com 21%, 19% e 13%, respectivamente.

Gráfico 1: *Market share* das 10 maiores distribuidoras em 2010.



Fonte: Ancine

Elaboração: Marília Régio

De acordo com o gráfico acima, mesmo com um número significativo de empresas distribuidoras, observamos que 84% do público dos cinemas, em 2010, com-

pareceu por títulos comercializados por cinco distribuidoras: Columbia, Paramount/Universal, Fox, Warner e Zazen, esta última responsável apenas por uma obra. Resultado de uma atividade concentrada em determinadas empresas.

Já o exibidor, no mercado cinematográfico, é o responsável pelo local onde os filmes encontraram o público. São empresas que alugam os filmes dos distribuidores para poder exhibir nas salas que administram ou possuem. Como já foi visto anteriormente, o distribuidor pode licenciar um título para todas as janelas de exibição ou adquirir uma licença para um determinado veículo, assim comercializa as produções do produtor e as negocia com os exibidores, que as coloca à disposição do consumidor cobrando um preço pelo serviço.

Um país com a extensão geográfica do Brasil poderia ter um número de salas de exibição maior, entretanto, é constituído por uma concentração nos grandes centros, com cinemas nos shoppings. Cinema nos bairros e no interior são raridade no país, com os *multiplex* o custo para manter as salas ficou inviável para o pequeno administrador de salas de exibição.

Só 8% dos brasileiros têm acesso ao cinema, seja porque não há salas em várias cidades, seja porque o preço do ingresso é caro. Assistimos ao fechamento quase absoluto das salas de rua. O cinema migrou para os shoppings, aonde vão aqueles que podem consumir. É uma exclusão inaceitável num país que se diz democrático. Tem que haver uma ação de Estado para viabilizar o acesso de várias camadas da população à cultura. E continuamos à margem da comunicação via TV, apesar do pequeno avanço que tivemos com a TV Brasil (HERNANDES apud SCHENKER, 2010, p.42).

Na relação do distribuidor com o exibidor, outras assimetrias estão estabelecidas. O exibidor não privilegia a nacionalidade do filme, e sim o seu potencial de bilheteria, diretamente relacionado ao seu lançamento, que é responsabilidade do distribuidor. O cenário brasileiro estabelece um grau de hegemonia de um tipo de cinema nacional no seu próprio mercado, criando dificuldades para a circulação de quantidade considerável de títulos.

Exibição e distribuição têm interesses divergentes, muito difíceis de conciliar. O exibidor sempre deseja variedade e novidade, o que significa filmes novos com frequência. Já o distribuidor deseja explorar seu filme até o último espectador, lutando para que a película fique em cartaz o maior número de dias ou semanas possíveis. Por isso, o conflito é permanente e administrá-lo bem é a chave do negócio (BRAGA, 2010, p. 76).

A atividade cinematográfica tem seu principal e primeiro ponto de vendas nas salas de exibição. Segundo De Luca (2010), as salas de cinema são as “vitrines do sistema de exibição”, nas quais se efetua o primeiro consumo cinematográfico, e nesta janela já podemos ter uma percepção do possível fracasso ou sucesso da obra nos outros meios de exibição.

A remuneração da atividade cinematográfica é dividida em partes até sua renda

líquida, que é o momento em que os investidores privados ou os fundos de cinema podem começar a receber as receitas da obra. Uma carreira de sucesso de um filme é a presença do público nas salas de cinema para assisti-lo. Os borderôs são informes padronizados sobre as rendas obtidas dos títulos nas salas de exibição. Este informativo é o canal de contas entre o exibidor e o distribuidor/produtor. No Brasil, as participações a respeito das arrecadações obtidas com a comercialização de filmes em lançamento ocorrem da seguinte forma:

Tabela 3: Divisão da receita de bilheteria das salas de cinema

	Renda bruta
Menos	ISS
Menos	Direitos autorais (ECAD)
Igual a	Renda líquida
Menos	Participação do distribuidor/produtor
Igual a	Renda líquida do exibidor
Outras despesas variáveis	
Menos	Aluguel do imóvel
Menos	Encargos de locação
Menos	PIS/COFINS
Despesas fixas	
Menos	Salários e encargos
Menos	Tarifas públicas
Menos	Manutenção
Menos	IPTU e Taxas
Menos	Seguros
Menos	Depreciação
Igual a	Margem bruta do exibidor

Fonte: DE LUCA, 2010.

Elaboração: Marília Régio

De acordo com De Luca (2010), a renda bruta da bilheteria é o faturamento mensal obtido com as vendas de ingresso, sem nenhuma dedução, multiplicando a quantidade total de espectadores com o valor do ingresso. O Imposto sobre Serviços (ISS) é aplicado pelo município, entretanto está submetido às leis federais, não podendo ser inferior à alíquota de 2% do valor do serviço, usualmente é de 5%. A porcentagem que se paga ao Escritório Central de Arrecadação de Direitos Autorais (ECAD)⁷ é de 2,5%, “podendo, contudo, o exibidor questionar sua cobrança na Justiça e, nesse processo, fazer depósitos judiciais do valor citado, ou apenas fazer a provisão contábil” (DE LUCA, 2010, p.159).

Já a participação do distribuidor/produtor é geralmente 50% da renda líquida, com os descontos de ISS e direitos autorais, podendo baixar para 40% após a tercei-

⁷ A taxa paga para o Ecad é bastante controversa, pois a legislação brasileira baseia-se na Convenção de Berna e na Convenção de Paris, de 1886 e 1896, respectivamente. Época em que o cinema era mudo.

ra semana do filme na sala de exibição. A parte do distribuidor irá oscilar em 9,6% da receita, e o produtor em torno de 34,1%, que deverá, ainda, descontar as despesas relacionadas à comercialização do filme para obter o valor real. Extraíndo esses percentuais, o exibidor, com a renda líquida que sobrou, deve descontar os demais encargos.

Observamos que no início do século XXI, a indústria cinematográfica brasileira é marcada por modificações em seu processo de reestruturação institucional. Essas transformações ocorreram por mudanças políticas e econômicas vividas no Brasil, durante a década de 90. O governo federal, após reivindicações da classe cinematográfica formalizadas ao final do 3º Congresso Brasileiro de Cinema, sanciona a Medida Provisória 2.228-1, em 2001, criando a Agência Nacional do Cinema (Ancine), um órgão com atribuições na regulamentação, fiscalização e fomento da atividade cinematográfica. E no que tange à cadeia produtiva do setor, a concorrência globalizada é um tanto dispar, já que os conglomerados de mídia multinacionais fazem com que seus filmes dominem as salas de exibição brasileiras. Pois apesar de um novo órgão de regulação atuante, observa-se que a distribuição de filmes no mercado nacional permanece controlada por empresas estrangeiras. As distribuidoras nacionais, especialmente as independentes, encontram obstáculos para a colocação de seus títulos no mercado exibidor de salas.

Considerações finais

As variações estimuladas pelos novos acordos político-econômicos e pela nova tecnologia digital implantada influenciaram o modo de ajuste do sistema de trocas entre as empresas. Novas diretrizes foram formuladas para o desempenho no mercado de cinema, a partir de modificações na legislação. Entretanto, percebemos que a forma como a cadeia produtiva se articula para alcançar o espectador, por meio das atividades de produção-distribuição-exibição, continua sendo orientada pelas mesmas práticas do início da sistematização da indústria cinematográfica ocorrida nos primórdios do século XX.

O mercado cinematográfico no Brasil é caracterizado por assimetrias. As novas legislações⁸ de fomento, a criação de órgãos competentes e a reconstrução de estruturas que deveriam andar juntas comportam um desequilíbrio na produção, na distribuição e na exibição. É necessário observar que o Estado e os profissionais da indústria cinematográfica carecem em considerar o processo do cinema como um todo, caso contrário, os subsídios financeiros servirão para a realização de títulos mal projetados, podendo causar perdas de recursos investidos e afetando a indústria na sua assimetria. Pensamos que contribuições teóricas como esta pesquisa, atrelada à prática cinematográfica, poderão auxiliar em perspectivas para melhorar o merca-

⁸ Lei Rouanet, nº 8.313, e Lei do Audiovisual, nº 8.685, por exemplo.

do cinematográfico. Além de novos estudos que instiguem o cinema nacional a um aperfeiçoamento e, futuramente, um aporte a sua autossustentabilidade.

Referências

ANCINE. Agência Nacional de Cinema. Disponível em: <<http://www.ancine.com.br>>. Múltiplos acessos entre 2010 e 2011.

BARONE, J. G. **Cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro na década de 90**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BRAGA, R. S.; DE LUCA, L. G. A. In: DIAS, Adriana; SOUZA, Leticia de (org.). **Film Business: o negócio do cinema**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CHALUPE, H. **O filme nas telas: a distribuição do cinema nacional**. São Paulo: Ecofalante, 2010.

MARSON, M. I. **Cinema e Políticas do Estado: da Embrafilme à Ancine**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

SCHENKER, D. **Uma década de muitas mudanças**. Revista de Cinema. São Paulo, n°104, 2010.