

Yes, nós temos cinema

Companhias estrangeiras investem na produção, distribuição e exibição de filmes nacionais que caem no gosto popular

O número de produções cinematográficas no Brasil tem sido relativamente grande, e o público cresce – mas a maré deve ser vista com cautela, pois, como diz o ditado, “quem paga a orquestra, escolhe a música”. As produções têm sido financiadas em boa parte pelas chamadas *majors* (grandes companhias de cinema americanas, que vêm substituindo as empresas estatais brasileiras como principais investidoras dos filmes nacionais) e, na ponta da comercialização, é expressivo o avanço das exibidoras internacionais.

Segundo dados do *FilmeB* (boletim especializado no mercado cinematográfico), as *majors* participaram da produção e da distribuição de 14 das 30 produções brasileiras que estrearam no ano passado e que atraíram 98,02% do público e 97,82% da renda obtida com filmes feitos no país. O público de filmes brasileiros cresceu 49% no primeiro bimestre deste ano, em relação ao mesmo período do ano passado – foram mais de 4,1 milhões de ingressos vendidos. Do total de pessoas que assistiram a algum longa nesse período, 20% viram uma obra produzida no Brasil, contra 16% nos primeiros dois meses de 2003.

O filmes que têm se beneficiado desse *boom* atendem ao gosto popular. De acordo com Diler Trindade, um dos produtores mais festejados do momento, empresas como a Colúmbia, Fox, Lumière, United International Pictures (UIP) “têm ficado com as maiores fatias do bolo”. Ele colocou em cartaz, entre junho de 2003 e janeiro deste ano, “Didi - O Cupido Trapalhão”, “Dom”, “Maria - Mãe do Filho de Deus”, “Abracadabra” e “Um Show de Verão”, que venderam, juntos, seis milhões de ingressos. “Procuro trabalhar com perfil industrial, ou seja, com quantidade”. A qualidade é consequência, diz Diller.

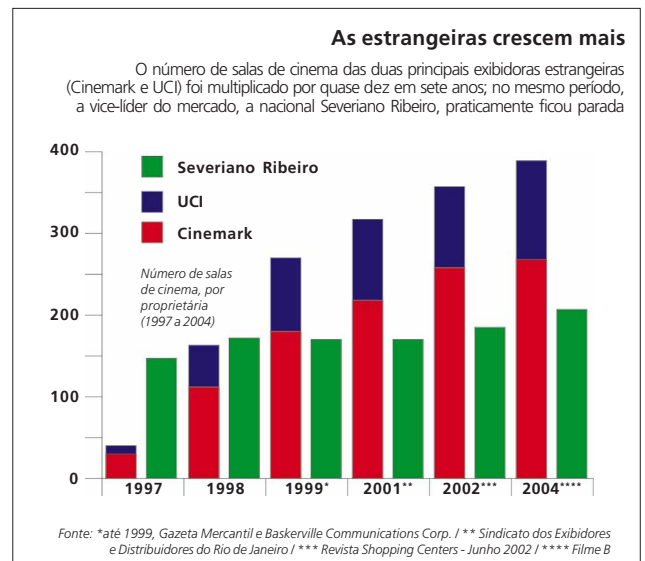
As oportunidades também chamam a

atenção das empresas estrangeiras para outros países da América Latina. No dia 12 de abril, durante encontro em Buenos Aires, Argentina, foram fechados 11 acordos entre 35 companhias européias (principalmente espanholas) e 180 produtoras da Argentina, Brasil, Chile, México, Peru e Uruguai, com o objetivo de financiar projetos cinematográficos. Há quem veja este movimento com os olhos de um Juscelino Kubitschek, o presidente brasileiro que, durante o seu mandato (1956-61), abriu as portas do país para a indústria automobilística.

Um exemplo é a RioFilme Distribuidora, da Prefeitura do Rio de Janeiro, que planejava lançar em maio, durante o Festival de Cannes, a RioFilme Comission, um comitê encarregado de facilitar a atuação de produtoras internacionais que pretendam filmar na capital fluminense. O comitê deve oferecer manuais, roteiro de locações e de serviços, como empresas de *casting* e equipamentos, e providenciar autorizações do Corpo de Bombeiros e do Departamento Estadual de Trânsito (Detran) para filmagens externas.

Negócio viável Na mesma toada estão as redes de salas de exibição em *shopping centers*, as chamadas *multiplex*, como as americanas Cinemark e Universal Cinema International (UCI), que chegaram ao país em 1997 para investir em centros urbanos com mais de 500 mil habitantes – onde esse tipo de negócio é mais viável, de acordo com Valmir Fernandes, diretor da

Cinemark. Em sete anos, a Cinemark tornou-se líder do setor. Em 2004, das cerca de 1,8 mil salas no Brasil, 268 são dela – ante as 30 que possuía em seu primeiro ano no país. A UCI passou de dez para 121 salas e promete, para 2005, mais 44. Juntas, as duas exibidoras têm hoje 345, contra 207 do grupo Severiano Ribeiro, que está



no mercado há 87 anos e abriu, nestes últimos sete, somente 60.

Além da concorrência, a exibidora nacional também paga um pato extra devido, de certa forma, ao fato de ser mais antiga na praça. Em dezembro do ano passado, a Justiça decidiu dar ganho de causa ao Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad), que cobra o pagamento de 2,5% da renda bruta dos filmes em direitos autorais relativos às trilhas sonoras. Em princípio, a obrigação valeria para todas as exibidoras, mas as estrangeiras vêm sistematicamente obtendo liminares favoráveis ao não-pagamento, justamente porque não têm com o Ecad nenhum compromisso como o que o Severiano assumira em 1984 – para, depois, arrepender-se. **[Maria Amêndola]** ■