



## No país dos *blockbusters* verde-amarelos<sup>1</sup>

Márcio Rodrigo Ribeiro<sup>2</sup>

### Resumo:

O presente artigo visa traçar um breve panorama histórico dos contextos de produção dos longas-metragens “Dona Flor e seus Dois Maridos”, realizado em 1976 por Bruno Barreto, e “Tropa de Elite 2”, lançado em 2010 por José Padilha. Para tanto, são levados em consideração tanto as políticas de incentivo federais ao cinema exercidas pela Embrafilme por ocasião da produção e lançamento do filme de Barreto quanto as exercidas pela Agência Nacional de Cinema (Ancine) por ocasião da produção e lançamento da obra de Padilha, bem como as influências diretas e indiretas das Organizações Globo sobre os dois filmes.

**Palavras-chave:** Cinema brasileiro contemporâneo; Políticas públicas federais de apoio ao cinema; mercado audiovisual; Organizações Globo.

### Introdução

Dados publicados pela Agência Nacional de Cinema (Ancine) em seu “Informe de Acompanhamento de Mercado” de 2010 explicitam que o ano em questão registrou um público total de mais de 134 milhões de espectadores para o circuito exibidor comercial brasileiro e renda superior a R\$ 1,25 bilhão<sup>3</sup>. O relatório contabiliza que:

O aumento do público de cinema deveu-se (...) ao bom desempenho das produções nacionais. Em 2010, o público do cinema nacional foi de 25.227.757 espectadores, 56,77% acima do registrado em 2009 (...). Com isto, a participação do público dos filmes brasileiros fechou 2010 em 18,78%. Foi o melhor desempenho do cinema nacional, em termos relativos, desde 2003, quando houve o recorde de mais de 21% de participação do filme brasileiro em público (p. 2).

A agência brasileira, responsável pela regulação, proposição de políticas federais e fomento ao mercado cinematográfico brasileiro, atribui esse bom desempenho dos filmes produzidos e lançados no País em 2010 ao sucesso de bilheteria alcançado por

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual - do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Doutorando do programa de Pós-Graduação em Artes da UNESP, campus São Paulo, sob a orientação do professor doutor José Leonardo do Nascimento, e professor do curso de Comunicação Social da Universidade de Santo Amaro (Unisa) em São Paulo.

<sup>3</sup> O Informe Consolidado da Ancine referente ao ano de 2011 registra que o número total de ingressos vendidos no Brasil no ano em questão foi de 143,9 milhões e que a renda bruta de ingressos no circuito exibidor nacional foi de R\$ 1,44 bilhão.



“Tropa de Elite 2”, dirigido por José Padilha. O longa-metragem chegou aos cinemas em outubro de 2010, ultrapassando, segundo informações da própria Ancine, a marca de mais de 11 milhões de ingressos vendidos, tornando-se assim a maior bilheteria da história de um filme brasileiro em seu próprio País.

“Tropa de Elite 2” (Zazen), maior público entre os filmes brasileiros e estrangeiros em 2010, quebrou um recorde de mais de 30 anos, superando o grande sucesso de ‘Dona Flor e seus Dois Maridos’ (Embrafilme). Lançado em novembro de 1976, ‘Dona Flor teve 10.735.524 espectadores nas salas de cinema. “Tropa de Elite 2”, lançado em outubro de 2010, fez 11.023.475 espectadores (...) (p. 2).

O longa-metragem produzido pela Zazen, empresa do diretor de Padilha, é a continuação de “Tropa de Elite”, adaptação do livro “Elite da Tropa”, de 2006, escrito a seis mãos por Rodrigo Pimentel, André Batista e Luiz Eduardo Soares, que, como frisa a própria agência no mesmo informe citado, atingiu a marca de mais de 2,4 milhões de ingressos vendidos em 2007, ano de seu lançamento, mesmo “em meio a um vazamento de cópias não autorizadas meses antes de sua estreia oficial” (p.3).

Coincidentemente, o mesmo ano em que o cinema brasileiro registra a maior bilheteria da história de um longa-metragem produzido neste País - desbancando enfim o recorde alcançado por “Dona Flor e seus Dois Maridos, dirigido por Bruno Barreto e lançado em novembro de 1976 - é também marcado pelo lançamento logo no dia 1º de janeiro do filme “Lula, o Filho do Brasil”.

“Lula, o Filho do Brasil” foi também produzido pela L.C. Barreto, mesma produtora de “Dona Flor e seus Dois Maridos”, empresa comandada por Luiz Carlos Barreto, considerado um dos profissionais mais experientes e aptos a captar recursos para a produção cinematográfica no País.

Todavia, o apurado faro do veterano produtor, que nos anos 70 transformou seu filho, Bruno Barreto, em um dos realizadores mais assistidos nas salas de exibição de todo o Brasil, falhou ao estimar o público potencial da cinebiografia ficcional do então presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, adaptada da biografia literária escrita pela jornalista Denise Paraná.



### **“Apenas” 848. 494 ingressos**

Matéria publicada na edição nº 39 da Revista Piauí, de dezembro de 2009 revela um acalorado debate entre Barretão, como é conhecido no mercado cinematográfico, e Bruno Wainer, proprietário da Downtown Filmes, empresa brasileira responsável pela distribuição de “Lula” no circuito exibidor, durante o planejamento do lançamento do longa-metragem no final de 2009.

Enquanto Wainer planejava que o filme chegasse ao circuito exibidor em 383 salas, como informa o texto escrito pelo jornalista Roberto Kaz, Barreto defendia com veemência que o novo trabalho de sua produtora deveria ser lançado com pelo menos 500 cópias, número muito elevado para um mercado exibidor que na época do lançamento da película totalizava, segundo dados do relatório “Salas de Exibição – Mapeamento”, realizado pela Ancine em 2011, pouco mais de 2200 salas de cinema em todo o Brasil (p. 35).

Em seus cálculos mais do que otimistas, Barreto estimava que “Lula, o Filho do Brasil” poderia ser visto por mais de 20 milhões de espectadores em todo País, principalmente se fosse exibido não em “salas da Barra (da Tijuca), mas em subúrbios de todo o País” (KAZ, 2009, p. 49). Se visto pela ótica do veterano produtor, o longa-metragem poderia, portanto, ser considerado um fracasso retumbante: “apenas” 848. 494 pessoas foram ao cinema ver a produção, conforme números consolidados no “Informe de Acompanhamento de Mercado” da Ancine referentes ao ano de 2010 (p. 10).

Todavia, se para Barretão, “Lula, o Filho do Brasil” foi um fracasso, para o “cinema brasileiro”, historicamente sempre em busca de seu público, o desempenho do filme pode ser considerado ótimo, especialmente porque alcançou a sétima posição de bilhetes vendidos entre os 75 filmes brasileiros lançados no País em 2010, conforme revelam os dados da agência.

A discrepância entre o número projetado por Barreto e os efetivamente alcançados na bilheteria pelo filme, no entanto, suscitam imediatamente uma questão. Teria o veterano produtor perdido a habilidade em detectar a expectativa de público que pode gerar um filme brasileiro ou o paradigma de produção de longas-metragens no País foi diretamente afetado pelas políticas públicas federais de fomento ao audiovisual e demandas do mercado distribuidor e exibidor brasileiro neste período?



Evidentemente, não apenas fatores ligados ao universo audiovisual, mas também à própria História do País podem ser diretamente relacionados tanto ao período de estreia de “Dona Flor e seus Dois Maridos” quanto ao de “Lula, o Filho do Brasil” e também “Tropa de Elite 2”.

Enquanto o filme dos Barreto, adaptado da obra literária homônima de Jorge Amado, foi lançado em um momento em que a ditadura militar dava sinais de arrefecimento, a obra de Padilha e a cinebiografia do ex-presidente da República chegaram ao mercado em um ano de plena euforia econômica que marca o último ano do segundo mandato do próprio presidente Luís Inácio Lula da Silva, o que talvez ajude a começar explicar o erro de estimativa de público feita por Barretão.

Em capítulo intitulado “O cinema brasileiro contemporâneo”, publicado no livro “História do Cinema Brasileiro”, o pesquisador José Mário Ortiz Ramos observa sobre o final da década de 70 no Brasil que:

Mais uma vez, veremos o oscilante cinema brasileiro abalado por incertezas. Pressões políticas que ocasionaram o fim do regime militar, afrouxamento da censura e crise da economia encontram um cinema com tradições na abordagem de grandes questões nacionais e carregando um segmento marcado pelo erotismo. Os elementos compõem um quadro explosivo, sendo inevitáveis as fraturas numa cinematografia em processo de montagem institucional e de decantação cultural. (1990, p. 439).

### **A Retomada acabou**

Por sua vez, duas décadas mais tarde após da publicação do texto de Ortiz, ao analisar em artigo jornalístico a situação do cinema brasileiro no final da primeira década do século XXI, Luiz Carlos Merten, veterano crítico de cinema do jornal O Estado de S. Paulo, primeiramente lembra a crise ocasionada logo no início do mandato do então presidente Fernando Collor de Mello pelo fechamento da Embrafilme – empresa criada em 1969 no regime militar que patrocinou, entre tantas películas, a produção e lançamento de “Dona Flor e seus Dois Maridos” nos anos 70.

Depois, o crítico se recorda da “retomada” da produção a partir de “Carlota Joaquina: Princesa do Brazil”, dirigido por Carla Camurati, que chegou ao circuito exibidor no início de 1995 como primeira consequência cinematográfica direta das Leis



de Incentivo Federal à Cultura editadas a partir de 1991<sup>4</sup>, ultrapassando a marca de mais de 1,2 milhão de ingressos vendidos.

A partir deste breve resgate histórico, Merten destaca nas páginas do Caderno 2 do jornal a importância da “Tropa de Elite 2” para o cinema brasileiro, afirmando que “a grande notícia no fim de 2010, é que a Retomada acabou” (2010, p. D4), atribuindo a responsabilidade do fim deste período no cinema brasileiro ao longa-metragem de Padilha e a sua façanha de ultrapassar os 11 milhões de ingressos vendidos.

Conclusões tiradas no calor dos acontecimentos à parte, é preciso atentar para as considerações do crítico comparando o período de lançamento de “Dona Flor” com o de “Tropa de Elite 2”:

Antes, havia um ranking de avaliação do desempenho de bilheteria dos filmes brasileiros. Os anos 1970 eram considerados a época de ouro. Ao derrotar “Dona Flor”, “Tropa 2” estabelece um só ranking e encerra a Retomada. Há mais – poucos filmes de qualquer país, em qualquer época, tiveram um impacto tão forte na vida social (Idem, *ibidem*, p. D4).

Ao realizar seu balanço em espaço diminuto dado pelos jornais brasileiros, Merten não especifica exatamente de que fonte retirou o ranking em que se embasa para considerar os anos 70 como a “época de ouro” do cinema produzido no País.

Em comum com as observações de Ramos sobre o cinema brasileiro nos anos 70, no entanto, o crítico de O Estado de S. Paulo mantém a atitude de não citar diretamente a importância que as políticas públicas de incentivo federais ao cinema e as demandas do mercado distribuidor e exibidor no País exerceram na produção realizada tanto há mais de três décadas por ocasião da estreia de “Dona Flor e seus Dois Maridos” quanto na primeira década do século XXI com “Tropa de Elite 2”

Para se compreender com exatidão o envolvimento do mercado e do estado na produção fílmica local e se estas influências colaboraram ou não no rompimento da cifra dos 10,5 milhões de espectadores em salas de cinema tanto de “Dona Flor e seus Dois Maridos” quanto de “Tropa de Elite 2”, faz-se, portanto, a realização de uma pesquisa comparativa profunda, detalhada e meticulosa sobre o contexto político,

---

<sup>4</sup> Para uma história mais detalhada tanto da Era Embrafilme quanto do chamado Cinema da Retomada é indicado a leitura do livro “Cinema e Políticas de Estado: da Embrafilme à Ancine”, de Melina Marson. A obra é parte integrante da Coleção Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira, publicada em 2007.



mercadológico e estético destes dois longas-metragens, algo até o momento não realizado no âmbito da pesquisa acadêmica brasileira.

Para tanto, além de se analisar o contexto mercadológico e de intervenção estatal por meio de políticas públicas de incentivo e fomento que marcam o cinema brasileiro desde o Decreto 21.240, de 04 de abril de 1932 – que institui pela primeira vez a Cota de Tela para filmes produzidos no Brasil - e da criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (Ince), em 1936, ainda no Estado Novo de Getúlio Vargas (SCHVARZNAN, 2003, p. 112), também se faz necessário analisar a relação da produção cinematográfica do País com outros agentes direta ou indiretamente ligados à produção audiovisual, inclusive em outros meios, como a televisão, por exemplo.

### **Resquícios afrancesados**

O fato incontestável, no contexto de nossas produções cinematográficas, é que desde o início dos anos 60, o cinema brasileiro foi influenciado por duas questões fundamentais. Em primeiro lugar, o impacto da chamada “política dos autores”, criada na França no final dos anos 50 pelos críticos da prestigiada revista Cahiers du Cinéma, e em segundo a inauguração da Rede Globo de Televisão em abril de 1965.

Em seu livro “O Autor no Cinema”, Jean-Claude Bernardet localiza com exatidão a origem de tal política, como também mostra, ao analisar escritos de críticos como Paulo Emílio Sales Gomes e de cineastas como Glauber Rocha, mentor e principal diretor do Cinema Novo, seus efeitos ao longo de décadas na produção verde-amarela.

“Na primeira metade dos anos 50, a revista francesa Cahiers du Cinéma lança uma proposta de crítica cinematográfica conhecida como política dos autores, que se torna célebre. A proposta teve imensa repercussão mundial, inclusive no Brasil” (1994, p. 9), afirma Bernardet, evidenciando a influência de críticos e intelectuais franceses na postura que tomariam boa parte dos diretores brasileiros na produção de seus filmes do início dos anos 60 em diante.

Ao analisar as reflexões escritas por Glauber Rocha por sua vez, o professor observará que o livro “Revisão Crítica do Cinema Brasileiro”, publicado pelo diretor baiano em 1963, é um “pequeno ensaio que pode ser considerado uma espécie de manifesto de cinema de autor no quadro do Cinema Novo” (p. 139).



A importância capital da política dos autores – essencialmente anti-hollywoodiana - no cinema brasileiro a partir dos anos 60, a inauguração da Rede Globo em meados da mesma década, e as intervenções do governo militar no período conduzirão gradativamente a produção cinematográfica do País até um fenômeno de bilheteria como “Dona Flor e seus Dois Maridos”. O golpe militar de 1964 será determinante para este cenário.

“O Estado resolvera assumir e administrar de forma centralizada os problemas do campo cinematográfico, mas esta decisão só chegava numa época em que a crise política do período 60-64 já estava superada”, observa José Mário Ortiz Ramos (1983, p.53). O pesquisador explica que para tanto, o então governo militar tomou duas providências: criou o Instituto Nacional do Cinema (INC), em 1966, e a Embrafilme, em setembro de 1969, sendo esta última a principal responsável pela distribuição e fomento financeiro de boa parte dos filmes brasileiros ao longo dos anos 70.

No período 1969-1974 configura-se uma nova modalidade de ação estatal no interior do campo cinematográfico. É sob o signo do AI-5 e de uma nova Constituição que se processa a tensa articulação entre as consequências da modernização, como o crescimento da industrialização, e uma rígida repressão e censura (p. 89).

### **“Padrão de qualidade” para Jorge Amado**

Por sua vez, enquanto o Estado empreendia esforços de censura e, ao mesmo tempo, tentava implantar uma indústria cinematográfica no País, a Rede Globo emergia como a grande matriz de produção audiovisual no Brasil do início dos anos 70, cristalizando o que ficou conhecido nacionalmente como o “padrão Globo de qualidade”, lapidado, principalmente, por José Bonifácio de Oliveira, o Boni, e Daniel Filho.

Este padrão, que marcou os programas jornalísticos da emissora fundada por Roberto Marinho, também chegou às telenovelas, principal produto ficcional da emissora, como explica o pesquisador Mauro Alencar:

A Central Globo de Produção começou seu processo de desenvolvimento na década de 70 com a intenção de construir uma estrutura de produção que funcionasse tal qual uma empresa – com índices de produtividade, estrutura administrativa e de controle de qualidade e, mais do que tudo, com a intenção de instaurar um padrão que se apresentasse como grife (2002, p. 69-70)



É exatamente imbuída de maneira plena desta meta de desenvolver um padrão que se apresentasse como uma “marca registrada” que a Rede Globo colocará no ar, em abril de 1975, a telenovela “Gabriela”, primeira produção ficcional da emissora adaptada de uma obra do escritor baiano Jorge Amado.

Apresentada em 175 capítulos de segunda à sexta-feira, às 22 horas – horário então dedicado a novelas cujo tema “era mais denso, forte, experimental, para uma audiência mais intelectualizada”, como explica Ignácio de Loyola Brandão em dossiê especial sobre telenovelas (1998, p. 46) –, “Gabriela” foi produzida para celebrar os dez anos de funcionamento da emissora da família Marinho.

Considerada um dos maiores sucessos de audiência da Rede Globo até aquele momento, a telenovela foi protagonizada por Sônia Braga, atriz alçada à condição de celebridade nacional justamente devido a esta trama produzida por Daniel Filho.

Coincidência ou não, pouco mais de um ano após o último capítulo da novela ter ido ao ar em outubro de 1975, o circuito exibidor cinematográfico brasileiro recebia “Dona Flor e seus Dois Maridos”, produto audiovisual igualmente adaptado de uma obra de Jorge Amado e também protagonizado por Sônia Braga, só que concebido desde suas origens como um filme para as salas de cinema do circuito comercial brasileiro.

Se, como observa José Mário Ortiz Ramos, “o pós-74 é pródigo em adaptações literárias e em retomadas da história e da cultura brasileira” (1990, p. 422), também não é possível desconsiderar o impacto junto ao público que teve o sucesso da telenovela global para que “Dona Flore seus Dois Maridos” se tornasse naquele final de 1976 a maior bilheteria da história de um longa-metragem produzido no País até então. Impacto este, aliás, que até hoje não foi devidamente pesquisado na história de nossa produção audiovisual recente, deixando lacunas que urgem ser esclarecidas para que se consiga entender melhor no Brasil as influências de um meio de comunicação popular como a televisão no cinema de nosso País.

Contudo, a toda esta conjunta televisual que cerca a produção e lançamento de “Dona Flor e seus Dois Maridos” no circuito exibidor, somava-se o momento histórico que vivia nosso cinema produzido no período. Além das já citadas censura e política estatal de fomento e distribuição de filmes via Instituto Nacional do Cinema (INC) e Embrafilme, a primeira metade da década de 70 também foi marcada por um novo gênero no setor cinematográfico.





No momento em que os primeiros sinais de estruturação de produção e mercado começam a ser detectados, decorrentes dos mecanismos criados pela ação estatal e do próprio processo de modernização do País, surge (...) um cinema calcado no erotismo que começa a ocupar espaço, e, a despeito das críticas e antipatias, terá vida bem mais longa do que inicialmente prevista (RAMOS, 1990, p. 405).

Tal vertente que emerge ainda no início da década de 70, é marcada pelas produções de baixo orçamento e entrará para a história do Brasil com o nome de pornochanchada. Certamente, este tipo de cinema de apelo tão popular e que conseguia arrastar multidões ao circuito exibidor comercial também influenciou no sucesso de “Dona Flor e seus Dois Maridos” por ocasião de seu lançamento. O filme, inegavelmente, foi todo concebido para conter cenas erotismo que as novelas, por exemplo, devido a censura, não podiam mostrar de maneira mais explícita.

Desta relação entre novelas e pornochanchadas em um País então marcado pela censura federal talvez emergja a principal hipótese para explicar porque foram precisos mais de 30 anos para que um longa-metragem brasileiro superasse a marca dos 10.735.524 ingressos obtidos por “Dona Flore seus Dois Maridos” no circuito exibidor nacional.

Neste intervalo, os grandes sucessos de público deixaram de ser vistos simplesmente “campeões de bilheteria” e passaram a ser classificados de “*blockbusters*”, como hoje são denominados longas-metragens que atingem um grande número de espectadores ao serem lançados nas salas de cinema.

O termo – herdado da poderosa indústria cinematográfica hollywoodiana – denuncia a mentalidade que hoje cerca o mercado distribuidor e exibidor brasileiro e parece, cada vez mais, orientar os rumos que uma produção cinematográfica brasileira deve tomar se quiser conquistar um bom desempenho nas bilheterias de seu próprio País.

### **Lançamentos em larga escala para grandes multidões**

Na revista Observatório Itaú Cultural, publicada no final de 2010, Hadja Chalupe, doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, conceitua com clareza tal termo, explicando que ele tem validade para filmes pensados



pelas distribuidoras cinematográficas para terem seus lançamentos realizados em circuito comercial em “grande escala”.

A categoria (...) cinema para grande escala é a forma de distribuição de filmes com que o espectador está mais familiarizado (no Brasil) por serem semelhantes ao modelo de distribuição do blockbuster norte-americano. São filmes brasileiros lançados pelas majors, um modelo que visa “invadir” o mercado com grande número de cópias e forte campanha publicitária com intuito de atrair o maior número de pessoas na semana de lançamento, na tentativa de recuperar o investimento de comercialização no menor tempo possível (2010, p. 13-14).

Seria possível então afirmar, a partir do conceito formulado por Chalupe, a existência no mercado cinematográfico brasileiro dos aqui denominados “*blockbusters* verde-amarelos”?

Somente uma pesquisa sistematizada e que analise, simultaneamente, a realidade de produção destes “*blockbusters* verde-amarelos” atuais, as interferências do Estado no apoio à atividade cinematográfica e as pressões do mercado distribuidor e exibidor sobre estes filmes talvez possa trazer uma resposta mais precisa e confiável para esta questão.

Para tanto, juízos críticos e estéticos à parte, o longa-metragem “Tropa de Elite 2” e seu grande sucesso inquestionável em número de bilhetes vendidos junto ao público emerge como um caso de estudo exemplar que se ajusta perfeitamente a todos estes fatores que, de maneira direta ou não, auxiliam na construção destes *blockbusters*.

Além da chamada narrativa clássica, ou seja, com começo, meio e fim, de ser um filme de “ação”, da presença na trama de um herói - representado pelo Capitão Nascimento, protagonista do filme vivido por Wagner Moura - de contornos de produção marcadamente norte-americanos e de ter se beneficiado de recursos captados pela Lei do Audiovisual (8.685/93), “Tropa de Elite 2” se torna um objeto ainda mais importante a ser estudado a partir do momento que em agosto de 2012, dois meses antes, portanto, de seu lançamento, a Zazen, produtora de José Padilha, fechou contrato de “coprodução” com a Globo Filmes para o lançamento do filme em circuito exibidor nacional.

Braço das Organizações Globo para a área cinematográfica, a empresa da família Marinho é, desde que foi criada em 1998, “coprodutora”, ou melhor, na maioria dos casos, parceira na divulgação por meio de seus veículos de comunicação –



principalmente a Rede Globo de Televisão – de praticamente todos os longas-metragens brasileiros que superaram a marca do milhão ou milhões de espectadores nos últimos 14 anos.

“O toque de Midas” que a Globo Filmes concede a seus produtos aparece na ordem da divulgação. Afinal, com toda a estrutura da maior rede de TV aberta do País por trás, é fácil para um filme conseguir o devido destaque aos olhos e ouvidos dos espectadores”, constata o crítico de cinema Rodrigo Fonseca na edição de setembro de 2003 da Revista de Cinema (p. 26).

Apesar de mais oito anos terem se passado desde que Fonseca escreveu sobre esta questão, neste quesito a realidade de lançamento de um longa-metragem no Brasil segue dependendo em demasia do apoio da Globo Filmes para atingir sucesso de público e ingressos vendidos. Pode-se afirmar com segurança que, no cenário da Retomada em diante, tão importante quanto os recursos provenientes da Lei do Audiovisual (8.685/93), principalmente relacionados a seus artigos 1º e 3º<sup>5</sup>, para a realização de uma obra cinematográfica no País, é o apoio da empresa dos Marinho para uma bem-sucedida carreira mercadológica de um filme produzido no Brasil.

Outro ponto que não se pode ser ignorado, mas que nem por isso não deve ser mais bem investigado, para a análise de como “Tropa de Elite 2” se tornou o maior sucesso da história das bilheterias de um filme brasileiro, é o fato de a própria Zazen Produções ter feito tanto a captação quanto a distribuição do longa-metragem no circuito comercial brasileiro, conforme informa o relatório da Ancine supracitado.

As estratégias traçadas por Padilha para colocar “Tropa de Elite 2” no circuito exibidor nacional, historicamente dominado pelas distribuidoras de capital norte-americano, devem ser vistas como novas possibilidades de estratégias de negócio para o setor cinematográfico que se acostumou simplesmente a reclamar da “onipresença do produto hollywoodiano em nossas salas de cinema”.

---

<sup>5</sup> Enquanto o artigo 1º da referida Lei garante que até 2016 pessoas jurídicas podem investir até 1% de seu Imposto de Renda devido em produções cinematográficas, o artigo 3º vai ainda mais longe, permitindo que empresas ligadas a área de audiovisual de capital estrangeiro, mas que mantenham filiais no Brasil, tais como distribuidoras e operadoras de TV a cabo, possam investir até 70% de seu imposto devido da remessa de lucro do Brasil para suas sedes no exterior.



Por último, mas não menos relevante, é preciso ressaltar dados estatísticos demográficos, comparando-os ao desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação por ocasião do lançamento de cada um dos longas-metragens para se compreender de maneira mais objetiva como “Dona Flor e seus Dois Maridos” e “Tropa de Elite 2” conseguiram superar a marca de mais 10,5 milhões de espectadores nas salas de cinema.

Enquanto o último Censo Demográfico realizado pelo IBGE no final de 2010 informa que o Brasil possui atualmente uma população de aproximadamente 191 milhões de habitantes, no final de 1976, o País possuía pouco mais de 110 milhões de habitantes (CROPANI, 1986, p. 15).

Os dados apresentados podem induzir à dedução que, se levarmos em conta o número absoluto da população pelo número de ingressos vendidos no cinema para cada um dos filmes, que “Dona Flor e seus Dois Maridos” foi visto por um em cada dez brasileiros aproximadamente, enquanto “Tropa de Elite 2” foi assistido por um em cada 17 cidadãos do País.

Ocorre que, no período em que o longa-metragem do Bruno Barreto foi lançado, sequer o videocassete havia chegado ao Brasil e muito menos, portanto, se popularizado nos domicílios brasileiros. Criado por Akio Morita, fundador da Sony, estes aparelhos só chegariam ao mercado nos Estados Unidos e Japão em final de 1976, como lembra Edward Jay Epstein (2005, p. 58) e ao Brasil no início da década seguinte.

No extremo oposto desta situação, o lançamento no circuito comercial de “Tropa de Elite 2” é marcado por uma realidade em que a pirataria proporcionada pela era digital e o seu sem-número de sites de *download* ilegais de filmes impera e, ao mesmo tempo, impossibilita, inclusive, a contabilização mais exata do número de espectadores de um longa-metragem por ocasião de seu lançamento.

Ao mesmo tempo, esta realidade pressiona para que as distribuidoras estreitem o intervalo de tempo, a chamada “janela”, entre o momento em que um filme é lançado no circuito exibidor e depois chegue ao mercado de vídeo doméstico, tentando garantir assim um número maior tanto na venda de ingressos no circuito exibidor quanto no chamado mercado de *home video*.

Com “Tropa de Elite 2” esta situação não foi diferente. O longa-metragem obedeceu ao tempo de “janela” de aproximadamente quatro meses para começar a chegar em formato Blue Ray e DVD ao mercado e teve que concorrer quando lançado nos cinemas com os inúmeros sites ilegais que até hoje permitem a qualquer usuário da



internet baixar o filme gratuitamente em seu computador, bastando para isto escrever o nome da película por completo em um site de busca como o popular Google.

Tal situação, portanto, pode indicar que ao se calcular que em porcentagem do números absolutos da população brasileira que, ao final das contas, o longa-metragem de José Padilha tenha tido um alcance ainda maior junto a população que “Dona Flor e seus Dois Maridos”, de Barreto, teve por ocasião de sua estreia.

## **Conclusão**

Em comum, além de terem sido realizados no mesmo País e dirigidos por cineastas brasileiros, “Dona Flor e seus Dois Maridos” e “Tropa de Elite 2” foram filmes em boa parte fomentados pelas políticas públicas federais de incentivo ao cinema, sofreram pressões do mercado cinematográfico relativas à distribuição, exibição, e patrocínio e tiveram direta ou indiretamente influências das Organizações Globo.

Tudo isto, evidentemente, precisa ser investigado de maneira mais minuciosa para que elucidações mais exatas possam emergir a partir destes dois longas-metragens, campeões de bilheteria no circuito exibidor comercial brasileiro. Tal investigação ou pesquisa poderá indicar, de maneira mais clara, quais os caminhos trilhados para que não apenas esses filmes, mas outros produzidos no Brasil possam atingir grandes bilheterias no Brasil, justificando o histórico emprego de recursos públicos no setor e, ao mesmo tempo, permitindo que nosso cinema possa conquistar de fato seu tão almejado público.

## **Referências:**

### **Bibliografia**

- ALENCAR, Mauro. **A Hollywood Brasileira: Panorama da Telenovela no Brasil**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2002.
- BERNARDET, Jean-Claude. **O Autor no Cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- COPRANI, Elizabeth De Fiori di (ed.). **Nosso Século 1960/ 1980 (I)**. São Paulo: Círculo do Livro, 1986.
- EPSTEIN, Edward Jay. **O Grande Filme: Dinheiro e Poder em Hollywood**. São Paulo: Summus, 2005.



- MARSON, Melina Izar. **Cinema e Políticas de Estado:** da Embrafilme à Ancine. Coleção Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira – Vol. I. São Paulo: Escrituras/Iniciativa Cultural, 2009.
- RAMOS, Fernão (org.). **História do Cinema Brasileiro.** 2ª. ed. São Paulo: Art, 1990.
- RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Estado e Lutas Culturais (Anos 50/60/70).** São Paulo: Paz e Terra, 1983.
- SCHVARZMAN, Sheila. **Humberto Mauro:** e as Imagens do Brasil. São Paulo: Unesp, 2003.

### Webgrafia

- ANCINE. **Informe de Acompanhamento de Mercado – Resultados de 2010:** Informe Anual (01º de janeiro a 30 de dezembro de 2010). Ancine, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: < [http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2010/Informe\\_Anual\\_2010.pdf](http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2010/Informe_Anual_2010.pdf) >. Acesso em 14 de setembro de 2011.
- ANCINE. **Informe de Acompanhamento de Mercado - Resultados de 2011:** Informe Anual (31 de dezembro de 2010 a 05 de janeiro de 2012). Ancine, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: < [http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2011/Informe\\_Anual\\_2011.pdf](http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2011/Informe_Anual_2011.pdf) >. Acesso em 08 de maio de 2012.
- \_\_\_\_\_. **Salas de Exibição: Mapeamento.** Ancine, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: < [http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento\\_Salas\\_Exibicao\\_2010.pdf](http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Estudos/Mapeamento_Salas_Exibicao_2010.pdf) >. Acesso em 14 de setembro de 2011.
- IBGE. Censo Demográfico 2010. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br> >. Acesso em 07 de maio de 2012.
- L.C. Barreto Produções: Site Oficial. L.C. Barreto, Rio de Janeiro, s.d. Disponível em: < <http://www.lcbarreto.com.br/> >. Acesso em 14 de setembro de 2011.
- TROPA de ELITE 2. Site Oficial. Zazen Produções. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: < <http://www.tropa2.com.br/> >. Acesso em 07 de maio de 2011.



## **Periódicos**

BRANDÃO, Ignácio de Loyola. Telenovela: Fenômeno Único no Mundo. **Vogue Brasil**, São Paulo, nº 243, p. 47-102, março de 1998.

CHALUPE, Hadja. Modelos de Distribuição do Filme Nacional. **Observatório Itaú Cultural**, São Paulo, nº 10, p. 11-18, setembro/dezembro de 2010.

FONSECA, Rodrigo. O Poder da Globo Filmes no Cinema Brasileiro. **Revista de Cinema**, São Paulo, nº 41, p. 26-29, setembro de 2003.

KAZ, Roberto. Metade Jesus Cristo, Metade Al Capone. **Piauí**, Rio de Janeiro, nº 39, p. 48-56, dezembro de 2009.

MERTEN, Luiz Carlos. Entre o Coronel Nascimento e a Fé. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 26 de dezembro de 2010. Caderno 2, p. D4.