

## **A Produção Cinematográfica Brasileira (1995-2013) e o Atual Modelo de Políticas Públicas para o Cinema Nacional<sup>1</sup>**

Danielle Borges<sup>2</sup>  
Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, Espanha

### **Resumo**

Este artigo avaliará a evolução da produção cinematográfica brasileira a partir de 1995 – quando as primeiras ações governamentais em direção ao atual modelo de política pública para o setor começaram a provocar efeitos – até 2013. O trabalho faz uma análise qualitativa-descritiva desse segmento com o objetivo de gerar dados por meio dos quais seja possível avaliar o impacto das políticas aplicadas ao cinema no país, apresentando resultados parciais de pesquisa de doutorado em andamento sobre o tema. Em termos quantitativos, a criação desses instrumentos e de uma agência reguladora, a Agência Nacional do Cinema (Ancine), de fato fomentou a produção de obras nacionais no país. Mas e em termos qualitativos?

**Palavras-chave:** cinema; políticas cinematográficas; produção cinematográfica; audiovisual; economia política.

### **Introdução**

O setor audiovisual desempenha um papel de vital importância nos âmbitos cultural e social de cada comunidade. Seu desenvolvimento é fundamental na construção de uma identidade cultural e na expressão de uma cidadania já que, por meio dos seus canais - como a televisão, o vídeo e o cinema – uma sociedade pode se ver representada. Nesse sentido, o cinema tem protagonismo especial por se tratar do produto audiovisual de maior alcance internacional e o responsável pelos maiores rendimentos dos conglomerados de mídia que dominam o setor em âmbito internacional.

Por conta da hegemonia internacional da indústria cinematográfica americana desde os anos 50, vários governos nacionais adotaram medidas de proteção e fomento às suas indústrias locais de cinema, sobretudo a partir da década de 90, numa tentativa de fortalecimento das produções nacionais em oposição ao competidor estrangeiro. No Brasil, a primeira iniciativa nesse sentido se deu no governo do presidente Fernando Collor de Mello, em 1991, com a aprovação da Lei 8.313, conhecida como Lei Rouanet, uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cinema do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do curso de Comunicação e Jornalismo da Escola de Pós-graduação da Universitat Autònoma de Barcelona, Espanha, email: [dasborges@yahoo.com.br](mailto:dasborges@yahoo.com.br).

ferramenta para que empresas ou pessoas físicas financiassem projetos culturais de um modo geral, incluindo os audiovisuais (Simis, 1998). A partir de então, outras leis de âmbito nacional foram criadas com o objetivo de ampliar e aprimorar as políticas de incentivo e proteção ao cinema nacional, como a Lei do Audiovisual (nº. 8.685/93)<sup>3</sup> e, anos mais tarde, a Medida Provisória 2.228, de 2001, que criou a Agência Nacional do Cinema (Ancine), responsável pela regulação do mercado cinematográfico nacional.

Este artigo, portanto, vai avaliar a evolução da produção cinematográfica brasileira a partir de 1995, quando as primeiras ações governamentais em direção ao atual modelo de política pública para o setor começaram a provocar efeitos, até os dias atuais<sup>4</sup>. O trabalho faz uma análise qualitativa-descritiva da produção cinematográfica no Brasil com o objetivo de gerar dados por meio dos quais seja possível avaliar o impacto das políticas aplicadas ao setor de cinema no país, apresentando resultados parciais de pesquisa de doutorado em andamento sobre o tema. Em termos quantitativos, a criação desses instrumentos e de uma agência reguladora do setor, como será demonstrado, de fato fomentou a produção para o cinema no país. Mas e em termos qualitativos?

A importância dessa análise está baseada na teoria de economia política da comunicação e cultura, que defende a necessidade de investigações econômicas dos processos produtivos nas áreas de comunicação e cultura, desenvolvidos dentro de um conceito capitalista de comercialização. Um estudo como esse se faz necessário ainda para avaliar a capacidade de uma sociedade de produzir e disseminar produtos locais que possam representá-la culturalmente, como os filmes.

### **A Produção Cinematográfica de 1995 a 2013**

Com o dobro de produções nacionais estreadas nas salas de cinema brasileiras em relação ao ano anterior (14 em total, enquanto que, em 1994, foram sete)<sup>5</sup>, 1995 é considerado o primeiro ano do período da *retomada* do cinema brasileiro. O Plano Real já estava em vigor há um ano e, com a economia mais estável, os filmes brasileiros, produzidos com o apoio da Lei do Audiovisual e a Lei Rouanet começavam a chegar às telas de cinema.

---

<sup>3</sup> A Lei nº 8.685 – ou Lei do Audiovisual – foi promulgada em 1993. Baseada no modelo de renúncia fiscal, a lei se sustenta em dois dispositivos principais. O primeiro permite às empresas que investem na produção de longas-metragens um abatimento no Imposto de Renda. O segundo dispositivo permite às distribuidoras estrangeiras em atividade no Brasil investir parte do imposto sobre a remessa de lucros na produção de filmes nacionais.

<sup>4</sup> Em alguns casos e para alguns dados, o ano final será 2012, pois, por conta de mudanças na metodologia de compilação e consolidação de algumas informações, a Ancine ainda não divulgou os números referentes a 2013.

<sup>5</sup> Filme B. *Database Brasil 2000*.

Os dois títulos nacionais que foram destaque em 1995, com audiência de mais de um milhão de espectadores (número que não se alcançava desde 1991), foram Carlota Joaquina (Elimar Produções) e O Quatrilho (LCBarreto Produções). Em termos comparativos, para que se tenha uma ideia do que representavam esses índices de público para o cinema nacional, no ano anterior, a produção nacional de maior público tinha sido Lamarca (Lagoa Cultural e Esportiva Ltda), com apenas 123.623 espectadores<sup>6</sup>. O total de público para filmes nacionais, de 1994 a 1995, tinha subido de 292,2 mil para 3,12 milhões, o que representava um *market share* de 3,67% em relação ao público total. Um ano antes, o *market share* de público para o cinema nacional havia sido de 0,4%<sup>7</sup>.

O filme O Quatrilho, segundo lugar nacional em público de 1995, com 1,11 milhões de espectadores, foi um dos responsáveis pela reconquista da audiência nacional, em consequência da publicidade que teve por receber a indicação ao Oscar de Melhor Filme Estrangeiro. Além disso, foi o primeiro longa-metragem produzido no Brasil com recursos da Lei do Audiovisual<sup>8</sup>, o que comprova a afirmação de que o aumento da produção a partir de 1995 tenha sido consequência da criação das leis governamentais de apoio ao setor audiovisual brasileiro. Seus produtores captaram no mercado R\$ 1,13 milhão para sua realização. Nesse mesmo ano, mais três produções cinematográficas haviam utilizado recursos da Lei do Audiovisual ou da Lei Rouanet: Super Colosso (R\$ 595,8 mil), Sábado (R\$ 283 mil) e Terra Estrangeira (R\$ 180 mil)<sup>9</sup>.

A partir de então, o número de produções nacionais lançadas comercialmente em salas de cinema no Brasil, em crescimento contínuo, passou de 14 para 129 (2013), um aumento de 821,4%, consequência direta da criação de mecanismos de apoio à produção no setor, por meio das leis de incentivos fiscais em vigência desde 1991 e do apoio direto<sup>10</sup> a projetos via editais e seleções públicas de natureza seletiva ou automática ou via Fundo

---

<sup>6</sup> Filme B. *Database Brasil 2000*.

<sup>7</sup> Filme B – *Database Brasil*.

<sup>8</sup> Informação da produtora LCBarreto no seu site oficial.

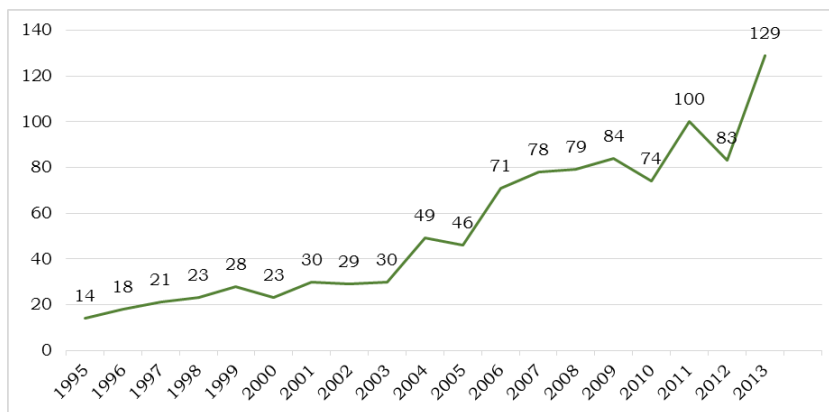
<sup>9</sup> Agência Nacional do Cinema (Ancine).

<sup>10</sup> Os mecanismos de incentivo administrados pela Ancine são de dois tipos: fomento indireto e fomento direto. **Fomento indireto:** são os mecanismos de incentivo fiscal, que possibilitam que pessoas físicas e jurídicas apoiem o audiovisual brasileiro por meio de investimento ou patrocínio revertido em renúncia fiscal. **Fomento direto:** seletivo e automático, realiza o apoio a projetos audiovisuais por meio de editais e chamadas públicas, de natureza seletiva ou com base no desempenho da obra, com recursos provenientes do próprio orçamento da Ancine ou oriundos de contribuições recolhidas pelos agentes do mercado. Os principais mecanismos são o Prêmio Adicional de Renda (PAR), o Programa Ancine de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ) e o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

Setorial do Audiovisual (FSA)<sup>11</sup>. O Gráfico 1 permite observar a evolução do número de filmes nacionais lançados no Brasil entre 1995 e 2013.

**Gráfico 1**

**Número de filmes lançados no Brasil (1995 - 2013)**



Fontes: Filme B. Database Brasil 2005; Ancine. *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual* (Oca).

Na análise do Gráfico 1, observam-se oscilações significativas como as que em 2005/2006, 2010/2011 e 2012/2013. Na pesquisa por fatores que pudessem justificá-las, o único fato comum histórico encontrado em 2006 e 2010 foi a ocorrência de eleições presidenciais no país. Em 2006, o presidente Luís Inácio Lula da Silva conseguiu se reeleger por mais quatro anos. Em 2010, a candidata Dilma Rousseff, apoiada por Lula, foi vencedora do pleito para o cargo de presidente. Em ambos os casos, a manutenção no poder do mesmo partido pode ter gerado uma expectativa de estabilidade política e econômica. As finanças se mantinham bem a despeito das crises vividas por outros países no mesmo período. Esse clima pode ter impulsionado uma maior atividade no mercado e causado, portanto, essa consequência positiva na produção de filmes brasileiros em 2006 e 2011.

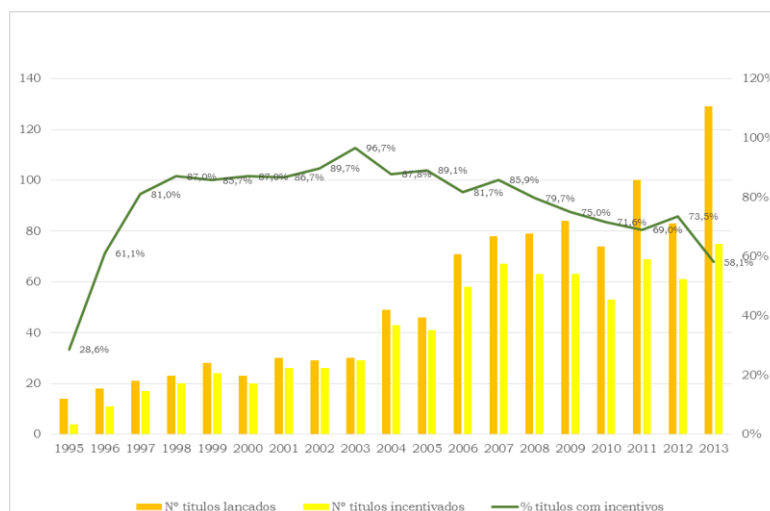
Um dado que também corrobora com essa teoria é que o aumento do número de filmes lançados nesses dois anos não provocou necessariamente o aumento percentual de títulos produzidos com recursos incentivados de forma indireta, como se pode observar pelo Gráfico 2. Apesar de o número de obras lançadas comercialmente ter passado por dois saltos significativos nos períodos de 2005/2006 e 2010/2011, a quantidade de filmes

<sup>11</sup> Criado pela Lei 11.437/2006, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é uma categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura – FNC composto basicamente pelos recursos oriundos da arrecadação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine), que são aplicados em programas e projetos especiais de fomento voltados para o desenvolvimento das atividades cinematográficas e audiovisuais em consonância com os programas do governo federal. Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) - Documento de Diretrizes. Disponível em: <http://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/documentoDiretrizes2.pdf>. Acesso em 20 out/2013.

realizados com o apoio financeiro de algum mecanismo indireto de incentivo não subiu na mesma proporção, o que demonstra poder mesmo ter sido um movimento do mercado.

## Gráfico 2

**Filmes lançados X Filmes incentivados (1995-2013)**



Observação: Foram considerados aqui os mecanismos de fomento indireto possibilitados pelos seguintes dispositivos: na Lei 8.685/93, os artigos 1º, 1º A, 3º e 3º A; na Lei 8.313/91, os artigos 18 e 25; e na MP 2228-1/01, o artigo 39.

Fontes: Filme B. Database Brasil 2005; Ancine. *Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual* (Oca).

Percebe-se pelo Gráfico 2 ainda que o auge da dependência da produção de filmes dos recursos subsidiados pelo Estado foi no ano de 2003, quando 96,7% dos títulos exibidos nos cinemas foram produzidos com essa ajuda financeira. A partir de então, esse percentual começa a diminuir até alcançar 58,1% em 2013. Essa redução pode ter sido causada por uma maior atividade produtiva do próprio mercado, mas também pode ter sido influenciada pela criação de mecanismos de fomento direto, como o FSA, que passou a vigorar a partir de 2008, além de editais próprios da Ancine em vigor desde 2003. Como é possível notar pela Tabela A, sobre a evolução da aplicação desses recursos diretamente no setor via editais de seleção pública de projetos, os montantes destinados ao fomento direto vieram crescendo desde 2003, chegando a totalizar R\$ 43,15 milhões, um aumento de 625,4%.

## Tabela A

**Quadro Evolutivo com Valores de Fomento Direto - 2003 a 2012**  
(Em milhões)

Fomento Direto ANCINE	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total- Editais ANCINE	6,90	7,84	6,11	8,50	8,88	9,42	14,50	23,51	37,96	43,15

Foram considerados aqui os seguintes mecanismos de fomento direto da Ancine: os editais de desenvolvimento, produção e finalização, o Prêmio Adicional de Renda, o Prêmio de Qualidade, o programa de Universalização do Acesso e o FSA. Os valores em moeda estrangeira, para soma do total, foram convertidos de acordo com a taxa de câmbio nas datas das transferências bancárias. Fontes: Coordenação de Fomento Direto-CFD/Superintendência de Acompanhamento de Mercado - SAM/ANCINE.

De todos os modos, ainda que a dependência da produção em relação aos incentivos diretos ou indiretos concedidos pelo governo federal desde 1995 oscile ao longo dos anos, os dados demonstram que o crescimento da produção cinematográfica brasileira desde então está diretamente ligado ao estímulo financeiro gerado pelos mecanismos de fomento, que passou de quase R\$ 2,2 milhões em 1995 para mais de R\$ 170 milhões em 2012, um acréscimo de mais de 7.000%, considerando os valores totais de fomento direto e indireto. A Tabela B mostra essa evolução dos montantes injetados ano a ano pelo governo na produção de cinema no Brasil de 1995 a 2012, seja de forma direta ou indireta.

**Tabela B**

**Evolução dos montantes de incentivo - 1995 a 2012 (R\$)**

Ano	Fomento indireto*	Fomento direto**	TOTAL
1995	2.189.358,00	-	<b>2.189.358,00</b>
1996	10.171.856,67	-	<b>10.171.856,67</b>
1997	26.042.484,81	-	<b>26.042.484,81</b>
1998	38.983.747,62	-	<b>38.983.747,62</b>
1999	53.310.301,32	-	<b>53.310.301,32</b>
2000	38.430.687,11	-	<b>38.430.687,11</b>
2001	87.079.159,01	-	<b>87.079.159,01</b>
2002	88.357.303,19	-	<b>88.357.303,19</b>
2003	112.984.395,79	6.896.049,00	<b>119.880.444,79</b>
2004	157.426.056,73	7.839.984,00	<b>165.266.040,73</b>
2005	137.052.746,89	6.110.500,00	<b>143.163.246,89</b>
2006	171.992.704,47	8.500.000,00	<b>180.492.704,47</b>
2007	158.244.677,34	8.880.065,00	<b>167.124.742,34</b>
2008	167.671.318,32	9.419.038,24	<b>177.090.356,56</b>
2009	137.480.950,45	14.500.000,00	<b>151.980.950,45</b>
2010	180.695.498,34	23.504.874,86	<b>204.200.373,20</b>
2011	176.857.236,55	37.962.132,90	<b>214.819.369,45</b>
2012	127.166.486,98	43.152.874,08	<b>170.319.361,06</b>

\*Foram considerados aqui os mecanismos de fomento indireto possibilitados pelos seguintes dispositivos: na Lei 8.685/93, os artigos 1º, 1º A, 3º e 3º A; na Lei 8.313/91, os artigos 18 e 25; e na MP 2228-1/01, o artigo 39.

\*\* Foram considerados aqui os seguintes programas e fundos de fomento direto: os editais Ancine para Desenvolvimento, Produção e Finalização, o Prêmio Adicional de Renda (PAR), o Prêmio de Qualidade (PAQ), o Programa de Universalização do Acesso e o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA).

Observação: Os valores de fomento indireto de 1995 a 2000 referem-se aos filmes lançados em cada ano. A partir de 2001, são valores globais aprovados para a totalidade dos projetos solicitados a cada ano. Em relação ao fomento direto, o ano de referência é aquele correspondente ao ano da chamada pública em que o projeto foi contemplado, com exceção do FSA, que refere-se aos valores efetivamente liberados pelo fundo em cada período.

Fontes: Coordenação de Fomento Direto-CFD/Superintendência de Acompanhamento de Mercado - SAM/ANCINE.

A frequência de público ao cinema nacional, no entanto, não acompanhou o aumento na produção de filmes brasileiros impulsionado pelas políticas cinematográficas adotadas a partir de 1991. Apesar do *market share* do título nacional ter passado de 3,67%, em 1995, para 18,59%, em 2013, e ter até chegado a ultrapassar os 20% em 2003, como se pode observar pela Tabela C, o índice ficou bastante instável nos anos analisados, mantendo-se numa média de 11%. Ou seja, enquanto a produção de filmes nacionais em

número de títulos cresceu 821,43%, o *market share* do cinema nacional subiu 406,54%<sup>12</sup>, o que demonstra uma dificuldade de atração de público do filme brasileiro ou um baixo interesse da audiência nacional ao produto local. O fato é que o aumento no número de filmes brasileiros disponíveis claramente não levou a um crescimento relevante de seu público. A seguinte tabela, que mostra a evolução do *market share* do filme nacional entre 1995 e 2013, auxiliará na compreensão do movimento de produção e público ao cinema nacional nesse período.

**Tabela C**

**Público e *market share* do cinema nacional (1995-2013)**

Ano	Público total	Público nacional	Market share %
1995	85.000.000	3.123.508	<b>3,67</b>
1996	62.000.000	1.070.852	<b>1,73</b>
1997	52.000.000	3.750.913	<b>7,21</b>
1998	70.000.000	4.329.026	<b>6,18</b>
1999	70.000.000	6.092.101	<b>8,70</b>
2000	72.000.000	6.341.269	<b>8,81</b>
2001	75.000.000	7.948.065	<b>10,60</b>
2002	90.865.988	7.058.713	<b>7,77</b>
2003	102.958.314	22.256.710	<b>21,62</b>
2004	114.733.498	13.505.150	<b>11,77</b>
2005	89.761.095	11.376.744	<b>12,67</b>
2006	90.200.000	9.900.000	<b>10,98</b>
2007	87.914.437	10.310.965	<b>11,73</b>
2008	89.109.595	8.820.706	<b>9,90</b>
2009	112.670.935	16.075.429	<b>14,27</b>
2010	134.836.791	25.687.438	<b>19,05</b>
2011	143.208.012	17.689.210	<b>12,35</b>
2012	146.593.494	15.649.980	<b>10,68</b>
2013	149.513.322	27.787.085	<b>18,59</b>

Fontes: Filme B; Ancine. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (Oca)

Essa instabilidade do *market share* do filme nacional entre 1995 e 2013 pode ser explicada ao se analisar a performance de bilheteria do total de filmes nacionais lançados ano a ano. Observando-se a Tabela D abaixo, pode-se constatar que, do total de 1.009 filmes brasileiros lançados comercialmente em salas de exibição entre 1995 e 2013, apenas 61 (6,05%) alcançaram mais de um milhão de espectadores.

<sup>12</sup> De 1995 a 2013, o cinema brasileiro aumentou seu *market share* no país de 3,67% para 18,59%. Ainda que o *market share* do público nacional, calculado sobre o total de público ao cinema, dependa da frequência ao cinema em cada ano, a comparação entre 1995 e 2013 pode ser considerada real já que o público total, de 1995 a 2013 teve um crescimento de 75,9% (de 85 milhões para 149,5 milhões), enquanto que o público do cinema nacional cresceu em quase 790% (de 3,1 milhões para 27,8 milhões). Fonte. Filme B – *Database Brasil*.

**Tabela D**

**Filmes brasileiros com mais de 1 milhão de espectadores - 1995 a 2013**

	Título	Diretor	Produtora	Ano de Lançamento	Público
1	Tropa de Elite 2	José Padilha	Zazen Produções Audiovisuais	2010	11.146.723
2	Se Eu Fosse Você 2**	Daniel Filho	Total Entertainment	2009	6.112.851
3	Dois Filhos de Francisco: a História de Zezé Di Camargo & Luciano	Breno Silveira	Conspiração Filmes	2005	5.319.677
4	De Pernas pro Ar 2**	Roberto Santucci	Morena Filmes Ltda.	2012	4.846.273
5	Carandiru	Hector Babenco	HB Filmes	2003	4.693.853
6	Minha Mãe é uma Peça**	André Pellenz	Migdal Produções cinematográficas Ltda./Telecine Programação de Filmes Ltda.	2013	4.600.145
7	Nosso Lar	Wagner de Assis	Cinética Filmes e Produções	2010	4.060.304
8	Se eu Fosse Você**	Daniel Filho	Total Entertainment	2006	3.644.956
9	De Pernas pro Ar**	Roberto Santucci	Morena Filmes	2011	3.506.552
10	Chico Xavier	Daniel Filho	Lereby Produções	2010	3.413.231
11	Cidade de Deus	Fernando Meirelles	O2 Filmes Curtos	2002	3.370.871
12	Até que a Sorte nos Separe**	Roberto Santucci Filho	Gullane	2012	3.411.137
13	Lisbela e o Prisioneiro**	Guel Arraes	Natasha Enterprises	2003	3.174.643
14	Meu Passado me Condena**	Julia Rezende	Atitude Produções e Empreendimentos Ltda/Sm Distribuidora de Filmes Ltda/Julia Salles de Rezende/Distribuidora de Filmes s/a Riofilme/Globo Comunicação e Participações s.a.	2013	3.137.795
15	Cazuza - o Tempo Não Para	Sandra Werneck e Walter Carvalho	Lereby Produções	2004	3.082.522
16	Olga	Jayme Monjardim	Nexus Cinema e Video	2004	3.078.030
17	Os Normais**	José Alvarenga Jr.	Missão Impossível Cinco Produções Artísticas	2003	2.996.467
18	Cilada.com**	José Alvarenga Jr.	Casé Filmes Ltda.	2011	2.959.460
19	Vai que Dá Certo**	Mauricio Farias	Fraiha Produções de Eventos e Editora	2013	2.729.340
20	Xuxa e os Duendes	Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes	Diler & Associados	2001	2.657.091
21	E Ai, Comeu? **	Felipe Joffily	Casé Filmes	2012	2.578.599
22	Os Penetras**	Andrew Waddington	Conspiração Filmes S/A	2012	2.548.441
23	Tropa de Elite*	José Padilha	Zazen Produções Audiovisuais	2007	2.417.754
24	Xuxa Popstar*	Paulo Sérgio Almeida e Tizuka	Diler & Associados	2000	2.394.326
25	A Mulher Invisível**	Cláudio Torres	Conspiração Filmes	2009	2.353.646
26	Maria, Mãe do Filho de Deus	Moacyr Góes	Diler & Associados	2002	2.332.873
27	Xuxa e os Duendes 2	Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes	Diler & Associados	2002	2.301.152
28	Sexo, Amor e Traição**	Jorge Fernando	Total Entertainment	2004	2.219.423
29	Xuxa Abracadabra	Moacyr Góes	Diler & Associados	2003	2.214.481



30	Os Normais 2**	José Alvarenga Jr.	Globo Filmes	2009	2.202.640
31	Bruna Surfistinha*	Marcus Baldini	TV Zero Cinema Ltda.	2011	2.176.999
32	O Auto da Compadecida	Guel Arraes	Globo Filmes	2000	2.157.166
33	Meu Nome não É Johnny	Mauro Lima	Atitude Produções e Empreendimentos	2008	2.099.294
34	Xuxa Requebra*	Tizuka Yamazaki	Diler & Associados	1999	2.074.461
35	A Grande Família - o Filme**	Mauricio Farias	Globo Filmes	2007	2.035.576
36	Assalto ao Banco Central	Marcos Paulo	Total Entertainment	2011	1.966.736
37	Divá**	José Alvarenga Jr.	Total Entertainment	2009	1.866.403
38	Didi, o Cupido Trapalhão	Paulo Aragão e Alexandre Boury	Diler & Associados	2003	1.758.579
39	Somos tão Jovens*	Antonio Carlos da Fontoura	Canto Claro Produções Artísticas	2013	1.715.763
40	Simão, o Fantasma Trapalhão	Paulo Aragão	Renato Aragão Produções Artísticas	1998	1.658.136
41	Crô - O Filme**	Bruno Barreto	Filmes do Equador Ltda/ Telecine Programação de Filmes Ltda/ Globo Comunicação e Participações S.A/ Freespirit Distribuidora de Filmes Ltda	2013	1.652.949
42	Deus é Brasileiro**	Cacá Diegues	Rio Vermelho Filmes	2003	1.635.212
43	Central do Brasil*	Walter Salles	Videofilmes Produções Artísticas	1998	1.593.967
44	Muita Calma Nessa Hora**	Felipe Joffily	Idéias Ideais Design & Produções Ltda. / Casé Filmes Ltda.	2010	1.485.498
45	Faroeste Caboclo	Renê Sampaio	De Felippes Filmes E Produções Ltda/República Pura Filmes Ltda/Fogo Cerrado Imagens E Serviços Ltda Me	2013	1.469.743
46	Gonzaga - De Pai para Filho	Breno Silveira	Conspiração Filmes S/A	2012	1.460.447
47	A Partilha**	Daniel Filho	Lereby Produções	2001	1.449.411
48	Xuxa e o Tesouro da Cidade Perdida	Moacyr Góes	Diler & Associados	2004	1.331.652
49	O Concurso**	Pedro Vasconcelos	Paris Produções Cinematográficas Ltda/Globo comunicação e participações s.a./Latinamerica entretenimento ltda.	2013	1.320.102
50	Xuxa em o Mistério de Feiurinha	Tizuka Yamazaki	Conspiração Filmes	2009	1.307.135
51	Carlota Joaquina, Princesa do Brazil*	Carla Camurati	Elimar Produções Artísticas	1995	1.286.000
52	A Dona da História	Daniel Filho	Lereby Produções	2004	1.271.415
53	O Palhaço	Selton Mello	Bananeira Filmes	2011	1.242.800
54	O Noviço Rebelde*	Tizuka Yamazaki	Renato Aragão Produções Artísticas	1997	1.214.163
55	O Homem do Futuro**	Cláudio Torres	Conspiração Filmes S/A	2011	1.211.083
56	Qualquer Gato**	Tomas Portella	Tieté Produções Cinematográficas	2011	1.194.628
57	Mato sem Cachorro**	Pedro Amorim	Mixer Rio	2013	1.134.563
58	O Quatrilho*	Fábio Barreto	Filmes do Equador / Produções Cinematográficas LC Barreto	1995	1.117.754
59	Até que a Sorte nos Separe 2**	Roberto Santucci	Gullane Entretenimento S.A.	2013	1.047.498
60	Didi, o Caçador de Tesouros	Marcus Figueiredo	Diler & Associados	2006	1.024.732
61	Xuxa Gêmeas	Jorge Fernando	Diler & Associados	2006	1.007.490

\* Filmes que não são coprodução Globo Filmes.

\*\* Filmes que são do gênero comédia

Pesquisa: Ancine - Superintendência de Acompanhamento de Mercado.

Fontes: Filme B e SADIS (Ancine).

Ao comparar os dados da Tabela D com as informações de *market share* do cinema nacional ano a ano, observa-se que os saltos de participação do público na exibição de obras nacionais estão diretamente vinculados a sucessos específicos de bilheteria em cada ano.

Em 2003, por exemplo, auge do *market share* do cinema nacional desde 1995, de 21,62%, o salto foi provocado pelo êxito em bilheteria de seis títulos<sup>13</sup>, entre eles Carandiru, de Hector Babenco, que alcançou quase 4,7 milhões de espectadores. Além disso, nesse ano, enquanto o público total subiu 13,3%, o público nacional, puxado por esses filmes, subiu 214%, o que também elevou proporcionalmente a participação da obra nacional no mercado. O mesmo movimento ocorreu no ano de 2009, quando o *market share* nacional passou de 9,90%, em 2008, para 14,27%. Nesse ano, cinco filmes nacionais<sup>14</sup> ultrapassaram a marca de um milhão de espectadores. Se eu fosse você chegou inclusive a atingir mais de 6 milhões em público. Esses títulos levaram o público ao cinema local nesse ano a subir 83%.

Já o aumento do *market share* do cinema nacional em 2010 foi provocado pelo maior sucesso de bilheteria local desde 1995, o filme Tropa de Elite 2, de José Padilha, sequência da obra de ação de 2007 sobre o dia a dia do grupo de policiais e de um capitão do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope) na cidade do Rio de Janeiro, que atingiu 11,1 milhões de espectadores. Em 2013, o salto para 18,59% foi impulsionado por nove filmes nacionais<sup>15</sup> que somaram 18,8 milhões em público. É sempre importante lembrar que esses saltos só foram possíveis porque, ao mesmo tempo que o público nacional crescia puxado por esses sucessos específicos, o público total subia bem pouco no mesmo ano, provocando, assim, um maior *market share* nacional.

Além de revelar que, ao longo dos 19 anos, do total de filmes brasileiros lançados em salas de exibição, somente 6,05% alcançaram mais de um milhão de espectadores, a Tabela D também ajuda a identificar que tipo de produção nacional tem atraído mais público. O primeiro ponto a ser observado é que, dessas 61 obras, apenas nove<sup>16</sup> não são produção ou coprodução da Globo Filmes. Por ser das Organizações Globo, que possui a maior rede de televisão do Brasil, os filmes da Globo Filmes têm grande repercussão nacional sobretudo por duas razões: o uso de atores “estrelas” das suas telenovelas e as campanhas de publicidade feitas para os filmes praticamente de forma gratuita nos seus diversos programas de auditório e até dentro das próprias novelas.

---

<sup>13</sup> Carandiru (4,7 milhões), Lisbela e o Prisioneiro (3,2 milhões), Os Normais (3 milhões), Xuxa Abracadabra (2,2 milhões), Didi, o Cupido Trapalhão (1,8 milhão) e Deus é Brasileiro (1,6 milhão).

<sup>14</sup> Se Eu Fosse Você 2 (6,1 milhões), A Mulher Invisível (2,4 milhões), Os Normais 2 (2,2 milhões), Divã (1,9 milhão) e Xuxa em o Mistério de Feiurinha (1,3 milhão).

<sup>15</sup> Minha Mãe é uma Peça (4,6 milhões), Meu Passado me Condena (3,1 milhões), Vai que Dá Certo (2,7 milhões), Somos tão Jovens (1,7 milhão), Crô - O Filme (1,7 milhão), Faroeste Caboclo (1,5 milhão), O Concurso (1,3 milhão), Mato sem Cachorro (1,1 milhão) e Até que a Sorte nos Separe 2 (1,04 milhão).

<sup>16</sup> Da Tabela D, não são produção ou coprodução da Globo Filmes: Tropa de Elite, Xuxa Popstar, Bruna Surfistinha, Xuxa Requebra, Somos Tão Jovens, Central do Brasil, Carlota Joaquina - Princesa do Brazil, O Noviço Rebelde e O Quatrilho.

A Globo Filmes foi criada em 1995 em meio à retomada da produção cinematográfica nacional gerada pelos novos instrumentos federais de incentivo. A empresa atua por meio de parcerias com produtoras independentes e distribuidoras nacionais e internacionais e representa um ponto em favor das obras realizadas pela Rede Globo, que, então, passou a dominar mais uma janela de exibição, concorrendo diretamente com as produtoras brasileiras. Sua vantagem estratégica é dada essencialmente pela capacidade que tem de explorar o processo sinérgico entre cinema e TV, com produtos que podem ser aproveitados sob a forma de filmes, séries de TV e DVD (Bolano e Manso, 2009).

Um dos exemplos do aproveitamento dessa sinergia se dá com a transposição de conteúdos televisivos para as salas de cinema, como aconteceu com a série *A Grande Família*, que ganhou uma versão para cinema em 2007 e está entre os maiores sucessos de bilheteria do período analisado, com mais de 2 milhões de espectadores (vide Tabela D). Outra estratégia no mesmo sentido é o relançamento, no formato de filme, de minisséries que já haviam sido exibidas na TV, como ocorreu com *O Auto da Compadecida*, em 2000, com 2,2 milhões de espectadores. Todos esses dados demonstram que, ao contrário de ampliar o contato do público brasileiro com uma produção mais diversificada, o aumento do número de filmes nacionais vem contribuindo para uma maior disseminação da linguagem televisiva, ao qual a população do país já está tão acostumada a ver nas telenovelas da Globo, que chegam a 96% dos lares brasileiros (Mecchi e Valente, 2006).

O que se pode notar também entre as produções nacionais que alcançaram mais de um milhão de espectadores é a significativa quantidade delas dirigida ao público infantil e estreadas pelos personagens interpretados por Xuxa Meneghel ou Renato Aragão, ambos também estrelas da TV Globo. De 1995 a 2013, oito filmes da Xuxa e quatro do Renato Aragão ficaram entre os que alcançaram mais de um milhão de espectadores. Outra informação que se pode inferir da Tabela D é em relação ao gênero dos filmes que mais conquistaram público desde 1995. Dos 61 títulos, 27 (44,26%) são comédias (os marcados com \*\* na tabela) e 12 (19,7%) são dramas ou ações baseados em história real<sup>17</sup>, com destaque para os que contam a vida de personalidades da música ou da história brasileira, como *Dois Filhos de Francisco: a História de Zezé Di Camargo & Luciano* (2005), *Cazuza - O Tempo Não Para* (2004), *Olga* (2004) e *Gonzaga - De Pai para Filho* (2012).

<sup>17</sup> *Dois Filhos de Francisco: a História de Zezé Di Camargo & Luciano*, Carandiru, Chico Xavier, *Cidade de Deus*, *Cazuza - O Tempo Não Para*, *Olga*, *Bruna Surfistinha*, *Meu Nome Não é Johnny*, *Assalto ao Banco Central*, *Somos Tão Jovens*, *Gonzaga - De Pai para Filho*, *Carlota Joaquina - Princesa do Brasil*.

Em relação às comédias, têm sido fenômenos de bilheteria no Brasil sobretudo a partir de 2009, quando quatro filmes do gênero ficaram entre os maiores públicos do ano no cinema nacional: Se Eu Fosse Você 2 (6,1 milhões), A Mulher Invisível (2,4 milhões), Os Normais 2 (2,2 milhões) e Divã (1,9 milhão). Desde então, ao menos dois títulos do gênero têm estado a cada ano entre os maiores êxitos de público das obras nacionais, chegando a ultrapassar os 500 mil espectadores, o que demonstra absoluta predominância das comédias na preferência do público brasileiro ao cinema local, como se pode notar pela Tabela E.

## Tabela E

### Comédias brasileiras com mais de 500 mil espectadores - 2009 a 2013

	Título	Produtora	Ano de Lançamento	Público
1	Se Eu Fosse Você 2	Total Entertainment	2009	6.112.851
2	A Mulher Invisível	Conspiração Filmes	2009	2.353.646
3	Os Normais 2	Globo Filmes	2009	2.202.640
4	Divã	Total Entertainment	2009	1.866.403
5	Muita Calma Nessa Hora	Idéias Ideais Design & Produções Ltda. / Casé Filmes Ltda.	2010	1.485.498
6	O Bem Amado	Natasha Enterprises	2010	955.393
7	De Pernas pro Ar	Morena Filmes	2011	3.506.552
8	Cilada.com	Casé Filmes Ltda.	2011	2.959.460
9	O Homem do Futuro	Conspiração Filmes S/A	2011	1.211.083
10	Qualquer Gato	Tietê Produções Cinematográficas	2011	1.194.628
11	E Ai, Comeu?	Casé Filmes	2012	2.578.599
12	Os Penetras	Conspiração Filmes S/A	2012	2.548.441
13	As Aventuras de Agamenon, o Repórter	Tambellini Filmes	2012	937.980
14	Totalmente Inocentes	Atitude Produções	2012	523.577
15	Minha Mãe é uma Peça	Migdal Produções cinematográficas Ltda./Telecine Programação	2013	4.600.145
16	Meu Passado me Condena	Atitude Produções e Empreendimentos Ltda/Sm Distribuidora de Filmes	2013	3.137.795
17	Vai que Dá Certo	Fraiha Produções de Eventos e Editora	2013	2.729.340
18	Crô - O Filme	Filmes do Equador Ltda/ Telecine Programação de Filmes Ltda/ Globo Comunicação e Participações S.A/ Freespirit Distribuidora de Filmes Ltda	2013	1.652.949
19	O Concurso	Paris Produções Cinematograficas Ltda/Globo comunicação e participações s.a./Latinamerica entretenimento Ltda.	2013	1.320.102
20	Mato sem Cachorro	Mixer Rio	2013	1.134.563
21	Até que a Sorte nos Separe 2	Gullane Entretenimento S.A.	2013	1.047.498

Pesquisa: Ancine - Superintendência de Acompanhamento de Mercado.  
Fontes: Filme B e SADIS (Ancine).

Na maior parte delas, tratam-se de comédias ligeiras ou grosseiras, de tom televisivo, produzida ou coproduzida pela Globo Filmes, com protagonistas que consolidaram suas carreiras em programas de humor na TV aberta, como Fábio Porchat, Bruno Mazzeo, Marcelo Adnet, Ingrid Guimarães, Paulo Gustavo e Leandro Hassum. É o caso dos seguintes filmes: Muita Calma Nessa Hora (2010), De Pernas pro Ar (2011), Cilada.com (2011), E aí, comeu? (2012), Totalmente Inocentes (2012), Minha Mãe é uma

Peça (2013), Meu Passado me Condena (2013), Vai que dá Certo (2013), O Concurso (2013) e Até que a Sorte nos Separe 2 (2013).

Os filmes *Se eu Fosse Você 2* (2009) e *Os Penetras* (2012), além disso, tratam-se de versões de roteiros cômicos de filmes americanos bem conhecidos no Brasil. O primeiro deles copia uma fórmula já consagrada e repetida nas películas norte-americanas: a história de marido e mulher que trocam de corpos e identidades. No cinema americano, títulos como *Tal Pai, Tal Filho* (*Like Father, Like Son*, TriStar Pictures, 1987), *Vice Versa* (*Vice Versa*, Columbia Pictures, 1988) e *Eu Queria Ter a Sua Vida* (*The Change-up*, Universal Pictures, 2011) encenaram a troca entre pai e filho e até entre melhores amigos.

Já *Os Penetras*, com o comediante Marcelo Adnet, conta a história de dois conhecidos que, em busca de amor, dinheiro e aventura, penetram nas “festas mais quentes” da cidade do Rio de Janeiro, usando muita esperteza e uma boa dose de loucura. Quase uma cópia do enredo do americano *Penetras Bons de Bico* (*The Wedding Crashers*, Playarte Pictures, 2005), protagonizado por Owen Wilson e Vince Vaughn. Mais recentemente, o filme *Copa de Elite*, lançado em abril de 2014 pela Fox no Brasil, copiou a fórmula das sátiras americanas. Seguindo o modelo de títulos americanos como *Top Gang* (*Hot Shots!*, 1991) e *Todo Mundo em Pânico* (*Scary Movie*, 2000), o lançamento brasileiro é uma sátira a produções nacionais como *Tropa de Elite* (2007) e *Bruna Surfistinha* (2011), entre outros.

Para completar a marca do estilo “Globo” aos filmes brasileiros, estão ainda entre as comédias listadas nas Tabelas D e E aquelas originadas diretamente de programas de humor da emissora, como *A Grande Família – O Filme* (2007) e *Os Normais 2* (2009). Por fim, pode-se citar ainda o caso de *Crô – O Filme*, protagonizado por um personagem de uma novela da Globo que foi parar nas telonas e alcançou 1,7 milhão de espectadores.

A concentração do público em poucos títulos é outra característica da audiência brasileira às produções locais. No ano de 2003, por exemplo, apenas seis filmes de 30 foram responsáveis por 74% (16,5 milhões de 22,3 milhões) do total do público. Em 2009 também, dos 84 filmes brasileiros lançados em salas de exibição, cinco concentraram 86,11% (13,8 milhões de 16,1 milhões) do total de público ao cinema local. O mesmo aconteceu em 2010 e em 2013, quando, respectivamente, quatro películas atraíram 78% do público (20,1 milhões de 25,7 milhões), e nove filmes somaram 67,7% do total de espectadores às obras nacionais (18,8 milhões de 27,8 milhões)<sup>18</sup>. Enquanto poucos títulos, desde 1995, são os que concentram a maior parte da ainda escassa audiência ao filme

<sup>18</sup> Todas essas informações podem ser inferidas dos dados contidos nas Tabelas D e E e do Gráfico 1.

brasileiro, a maioria das produções locais não consegue ultrapassar os 50 mil espectadores. Dos 1.009 filmes brasileiros estreados em salas de cinema entre 1995 e 2013, 704 – ou 69,8% - ficaram abaixo dessa marca em público<sup>19</sup>. Esse dado reflete a dificuldade que o cinema brasileiro tem de se afirmar no mercado.

### **Conclusões**

Os dados aqui relatados confirmam umas das principais características do setor cinematográfico brasileiro: a dependência da produção dos recursos financeiros subsidiados pelo Estado, apesar da vigência de quase 20 anos das leis que os tornaram viáveis. Ao analisar os números indicados nas Tabelas A e B e no Gráfico 2, percebe-se que o nível razoável de atividade das produtoras brasileiras desde 1995 foi conquistado em grande parte por meio do apoio estatal, já que o aumento dos montantes investidos pelo governo, direta ou indiretamente, vêm aumentando proporcionalmente ao número de filmes, e a quantidade de títulos por ano produzidos com esses recursos é em média de 77,6% do total.

A relativa facilidade que tem um produtor de cinema no Brasil em recorrer às ajudas financeiras governamentais sem que tenha que garantir uma contrapartida proporcional aos recursos que utiliza é uma das características do atual processo de financiamento público das produções. Esse fator revela que as políticas de apoio em vigência até 2013 podem estar colaborando para a criação de um setor produtivo dependente das ajudas públicas em vez de contribuir realmente para o desenvolvimento de um setor autossustentável.

Como mercado cinematográfico, o Brasil ocupa o 10º lugar do mundo em termos de públicos e o 2º da América Latina em público, bilheteria e número de telas. A dimensão do mercado, entretanto, não se traduz na posição do país enquanto produtor, que não está entre os dez primeiros nesse sentido e, com 129 títulos lançados comercialmente em 2013, está bem longe do 10º lugar – a Itália, com 167 produções nacionais estreadas nesse ano<sup>20</sup>. Além disso, a participação dos filmes brasileiros nas receitas de bilheterias domésticas é relativamente baixa (11%)<sup>21</sup> e, nas internacionais, insignificante.

Ademais da concorrência norte-americana no setor, existem outras causas internas para as dificuldades do cinema nacional no país. O controle monopolístico das grandes distribuidoras americanas sobre o setor de exibição seria, por exemplo, o grande

---

<sup>19</sup> Ancine – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (Oca) – *Listagem dos Filmes Brasileiros Lançados – 1995 a 2013*.

<sup>20</sup> Focus 2014 - World Film Market Trends, Observatoire Européen de L'Audiovisuel.

<sup>21</sup> Agência Nacional de Cinema (Ancine).

responsável pela carência de telas para os filmes locais. A falta de regulação ou incentivo para a integração entre televisão e cinema faz com que os dois meios continuem competindo entre si e, por fim, equívocos nas doutrinas e concepções dos setores artístico e empresarial nacionais ligados à produção audiovisual se refletem nas escolhas de políticas públicas para o setor (Ministério da Cultura, 1997).

Para completar, percebe-se que o aumento do número de filmes nacionais exibidos em salas de cinema, apesar de relevante, contribuiu para uma maior disseminação da linguagem televisiva ao qual a população do país já está tão acostumada a ver em formato de telenovelas na Rede Globo, que chega a 96% dos lares brasileiros. O uso de fórmulas televisivas ou até americanas já reconhecidas pelo espectador vem comprometendo o acesso do público às obras audiovisuais brasileiras mais diversificadas, já que os filmes realizados dentro desses modelos são os que conseguem levar mais pessoas às salas de cinema.

Com a falta de uma política específica de formação de público ou de favorecimento da exibição de obras que de fato retratem a diversidade cultural brasileira, os títulos realmente independentes concorrem não só com os *blockbusters* americanos, como também com os *blockbusters* “Globo”. A concentração de público constatada em poucos filmes desse estilo comprovam essa afirmação. E o fato de que esses problemas ainda sejam citados depois de mais de duas décadas de intervenções políticas direcionadas a resolvê-los, ao menos em teoria, leva ao questionamento dos resultados alcançados até hoje.

## Referências

- BOLANO, C. MANSO, A. C. Para uma Economia Política do audiovisual brasileiro. Cinema, televisão e o novo modelo de regulação da produção cultural. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). *Cinema e economia política*. São Paulo: Escrituras, 2009. p. 87-99.
- MCDONALD, P. WASKO, J. *The contemporary Hollywood film industry*. Maiden: Blackwell Publishing, 2007.
- MECCHI, Leonardo. VALENTE, Eduardo. *Cinema brasileiro para quem?* 2006. Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/brasilpraquem2.htm>. Acesso em: 31 maio 2014.
- MINISTÉRIO DA CULTURA, *Economia da Cultura*. Brasília, SAV, 1997.
- SIMIS, Anita. *Situación del audiovisual brasileño en la década de los noventa*. Comunicación y Sociedad. Número 33, p. 93-117, Maio-Agosto, 1998.
- WASKO, Janet. Introdução. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). *Cinema no Mundo: Indústria, política e mercado*, Vol. IV. São Paulo: Escrituras, 2007. p. 17-23.