

Mercado em crescimento

Zero Hora - Impresso/RS - seg, 15 de julho de 2013 Página/Seção: Geral Assunto: Audiovisual

Produção brasileira fecha primeiro semestre com arrecadações em alta

A julgar pelos números do primeiro semestre, 2013 promete ser um ano de crescimento da participação dos filmes brasileiros no mercado de cinema. Em outras palavras, da quantidade de ingressos vendidos para títulos nacionais nas salas do país. Na comparação com o mesmo período de 2012, essa participação cresceu 280%: de 3,5 milhões de bilhetes comercializados (5,1% do total do mercado) para 13,6 milhões (18,8%).

Antes que você pense que há uma revolução, é preciso ressaltar que o segundo semestre de 2012 já apresentara aumento: 15,2% de ingressos vendidos, ou 15,2% do mercado. Ressalte-se também que esse tipo de variação tem sido muito constante (veja os gráficos). Tudo porque a indústria é incipiente, ainda não apresenta produções com apelo popular de maneira constante, consistente. E assim sendo, dependem da performance dos filmes isoladamente.

O mercado dos títulos nacionais cresce exponencialmente quando aparece um *Se Eu Fosse Você* (2006) ou um *Tropa de Elite* e cai bruscamente quando certos títulos simplesmente vão mal – casos das “comédias do verão” de 2012, *Billi Pig* e *As Aventuras de Agamenon, o Repórter*.

– O primeiro semestre de 2013 parece tão bom em parte porque o mesmo período de 2012 foi muito ruim – analisa Pedro Buticá, editor do Filme B, portal de referência na análise do mercado cinematográfico.

Desde *Se Eu Fosse Você*, o conceito “comédias do verão” tem sido explorado pelos distribuidores, sobretudo as parcerias que fecharam com Globo Filmes, Downtown e Paris Filmes. As duas comédias do verão de 2012, juntas, mal passaram de 1 milhão de ingressos vendidos. Já em 2013, *De Pernas pro Ar 2*, sozinha, chegou a quase 5 milhões.

Outra causa do crescimento deste ano é a dupla *Somos Tão Jovens* e *Faroeste Caboclo*, que venderam, respectivamente, a 1,4 milhão de bilhetes. Ambos pertencem a outro nicho relativamente bom de público, o das biografias musicais (vide o sucesso de *Os Rastros do Poder* sobre Cazuzza e Luiz Gonzaga). Quando um desses títulos dá certo, os números de toda a produção crescem. Quando dois, e

Há, no entanto, um fato novo nesse vaivém do mercado. Assim resumido por Bruno Wainer, da Downtown, na última edição do Filme B: a comédia brasileira finalmente “chegou a um nível industrial de produção”. A expectativa é de que, até o fim de 2013, produções populares sejam lançadas, metade delas com o carimbo da distribuidora de Weiner. Para o ano que vem estão sendo previsto

outros nove longas do gênero.

– Já há filmes no calendário de 2015 (Entre Tapas e Beijos e De Pernas pro Ar 3). Esse planejamento é uma novidade – diz B cita o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), implementado no fim da última década, como um fator fundamental para o acelera linha de produção.

Apesar do FSA ser usado em outros projetos, ainda não convém vislumbrar o mesmo ritmo de confecção para outros gêneros resposta do público tem sido mais regular no caso das comédias populares. E é dessa resposta que a linha de produção depe implantada.

daniel.feix@zerohora.com.br

DANIEL FEIX