



A boa fase do cinema nacional

Meio e Mensagem - qui, 25 de julho de 2013 **Página/Seção:** Notícias **Assunto:** Ancine

Relatório da Ancine mostra que o primeiro semestre de 2013 conseguiu alcançar 90% da renda gerada em todo o ano passado

Bárbara Sacchitiello

Nos primeiros seis meses de 2013, o cinema nacional já alcançou 90% da renda obtida em todo o ano passado, o que faz a Agência Nacional de Cinema (Ancine) considerar o primeiro semestre deste ano como a melhor fase para as produções brasileiras desde o fenômeno Tropa de Elite 2, em 2010.

De acordo com o Informe de Acompanhamento de Mercado divulgado pela agência, de todo o público que frequentou alguma sala de cinema nos primeiros seis meses deste ano, 18,6% assistiu a algum filme nacional. Em algumas semanas, essa participação dos filmes brasileiros cresceu e alcançou 35%.

Entre janeiro e maio de 2013, um total de 13,6 milhões de espectadores foram às salas de exibição assistir a algum filme nacional, o que gerou uma renda de R\$ 141,9 milhões. Cinco produções nacionais foram, em grande parte, responsáveis por esse bom desempenho: De Pernas Pro Ar 2, Vai Que Dá Certo, Minha Mãe É Uma Peça, Somos Tão Jovens e Faroeste Caboclo. Cada um desses cinco filmes conseguiu levar mais de um milhão de espectadores às salas de cinemas do Brasil.

Os dados do relatório da Ancine confirmam as informações antecipadas pelo portal especializado Filme B, no início deste mês, que havia apontado um aumento de 280% no total de ingressos de filmes nacionais vendidos neste semestre. Segundo a Ancine, nos últimos 12 meses, 107 produções nacionais entraram em cartaz, o que representa o melhor período em termos de lançamentos desde 1984.

Ainda no primeiro semestre de 2013, 83 novas salas de cinema foram abertas no Brasil, elevando para 2.571 o número de salas ativas no País.

Inter-Meios

O bom resultado do cinema nacional condiz com o desempenho satisfatório do meio Cinema nos cinco primeiros meses deste ano. O último relatório do Projeto Inter-Meios apontou que a mídia Cinema faturou 6,7% mais do que no mesmo período de 2012. A participação publicitária do meio, no entanto, continua pequena: de todo o investimento em publicidade feito no Brasil entre janeiro e maio, apenas 0,3% foi direcionado ao Cinema.