



O renascimento do cinema nacional

Blog Luis Nassif - qua, 06 de novembro de 2013 Página/Seção: Assunto: Ancine

[Luis Nassif](#)

Até a semana passada, foram vendidos no mercado interno 22 milhões de ingressos para filmes brasileiros. Nessa conta entrou apenas a primeira semana do filme "Meu passado me condena", que estreou com a segunda maior bilheteria do ano.

A explicação é de Manoel Rangel, diretor-presidente da Ancine (Agência Nacional de Cinema), durante o Fórum de Debates Brasileiras sobre Indústrias Criativas.

Até o final do ano, a Ancine espera superar o melhor desempenho da história, de 2010, que registrou 25 milhões de ingressos vendidos, dos quais 11 milhões para o campeão Tropa de Elite 2.

Até três anos atrás, o mercado de distribuição era dominado pelas estrangeiras. Esse ano, as independentes responderão por 90% do mercado.

Na cadeia produtiva, houve avanços também nas salas de cinema, depois de um período em que o interior foi invadido por templos evangélicos. O ano fechará com 2.800 salas de cinema e uma previsão de 3.500 salas em 2015, um crescimento que a Ancine ainda considera tímido, em relação à recuperação do parque exibidor em países centrais.

O ano fechará com mais de 100 filmes brasileiros produzidos, 300% a mais do que a quantidade de 2003.

A política de recuperação da cinematografia nacional teve os seguintes momentos-chave:

1. Criação da Ancine em 2001. Além da administração da política, como espaço de inteligência para pensar estratégias.
2. Em 2006, a lei que ampliou a capacidade regulatória da agência e domínio de informações do mercado. E criou o Fundo

Setorial do Audiovisual, retomando a capacidade do Estado de investir no setor.

3. A Lei 12485, da TV Paga, depois de um amplo debate no Congresso sobre convergência digital. Foram removidas barreiras regulatórias para expansão da TV por assinatura. Houve um ciclo de expansão da TV por assinatura, que saiu de 4,5 milhões de assinantes em 2004 para 17 milhões em agosto de 2013. Espera-se 30 milhões ao final de 2016. A Lei do Cabo trouxe consigo o fortalecimento das produtoras independentes. Pela primeira vez abriu espaço para produção brasileira na TV por assinatura.

Com esses movimentos, a produção de audiovisual saltou de 400 para 2.000 horas de produção/ano.

4. A Lei 12.599 com o Cinema Perto de Você, com desoneração fiscal e mecanismos de defesa do mercado publicitário brasileiro para fortalecer o mercado publicitário de vídeos.

A mudança do market share da distribuição tornou-se um caso clássico.

Começou em 2004, com a criação de um canal de financiamento. Ganhou velocidade a partir de 2008, com o Fundo Setorial de Audiovisual, que tornou as distribuidoras agentes financiadores da produção de filmes.

Já existiam independentes atuando especialmente no mercado de DVD, algumas como prestadoras de serviços para as “majors” – as grandes internacionais.

Essas políticas fizeram com que deslocassem o centro de atenção da distribuição de filmes estrangeiros para filmes brasileiros. Foi o que ocorreu com a Paris Filmes

Hoje, algumas dessas distribuidoras trabalham exclusivamente com filmes brasileiros, como a Downtown, Europa, Playart e California.

Resta saber como se comportará esse modelo com o avanço da Internet e da convergência digital.