

Redes de cinema estrelam crescimento inédito em plena crise



São Paulo – Ao contrário dos demais setores da economia, retraídos pela crise, o mercado de cinema parece atuar hoje em um cenário diferente, repleto de bonança e boas perspectivas.

O segmento protagoniza hoje um filme inédito, com crescimento tanto de bilheteria quanto de produção de obras nacionais.

Em 2015, 179,2 milhões de espectadores escolheram o cinema como lazer, número 11% maior em relação a 2014 - e um incremento de 20% nas receitas das empresas cinematográficas.

Só no primeiro semestre deste ano, as produções nacionais aumentaram 36%, de acordo com a **Agência Nacional do Cinema (Ancine)**, impulsionadas pelo aumento de 126% da procura.

Marcelo Lima, diretor da Expocine, atribui esse boom mercadológico a uma série de fatores, mas principalmente à crise econômica.

Para ele, o encolhimento de crédito, as incertezas geradas pelo desemprego e a necessidade de evitar investimentos em tempos de recessão levaram os brasileiros a buscar alternativas de lazer que não pesassem tanto no bolso.

'O conturbado cenário político-econômico tem obrigado o brasileiro a adiar planos maiores como compra ou reforma da casa, e cortar gastos com viagens e opções de lazer mais caras', explica Lima. 'O cinema surge como uma alternativa natural de programa acessível e divertido'.

A ideia, como explica a diretora de marketing da Cinemark, Bettina Bokklis, é que os brasileiros

mesmo sem recursos financeiros precisam sair de casa e vivenciar experiências novas.

'Uma das principais missões é dar ao público o que é impossível de se replicar em casa, com tecnologias avançadas e filmes recém-lançados, por isso o setor cresce tanto', completa.

A crise, no entanto, não é a única responsável pelo avanço do ramo. Para Marcos Barros, diretor presidente da rede CineSystem, os investimentos nas produções e a alta qualidade dos roteiros são ainda mais importantes para atrair os espectadores.

O diretor explica que a recessão econômica pode ter colaborado com a ascensão do público e da receita, mas que não seria suficiente se a produção não tivesse melhorado também.

'A crise pode influenciar positivamente em diversos setores, mas sozinha, sem uma melhora nas produções, ela não faria nada', completou.

Maior projeção

Uma das maiores barreiras que as redes de cinema enfrentam diariamente no país é a proximidade com os shoppings centers – que passam pela pior crise da história, com 45% de lojas vazias em novos empreendimentos.

Lima explica que o ramo cinematográfico tem uma dependência sócio econômica e de segurança bastante intensa com os shoppings, que precisa ser revista e remodelada o quanto antes.

Mas isso ainda está longe de acontecer.

'Para se abrir uma exibidora por conta própria e do zero os custos são altíssimos e o retorno demora a vir ', afirma ele.

Para ele, outro entrave que impede o crescimento ainda maior do setor é a valorização da moeda no país – uma vez que boa parte da expansão das redes é feita em dólar.