

# O atual mercado de exibição e distribuição de cinema em Porto Alegre-RS

Fábio Augusto Steyer, Marcos Merker, Marcelo Outeiral, Sílvia Maringoni e Tatiana Tipa\*\*

A capital gaúcha é considerada atualmente um dos três maiores mercados para exibição de Cinema no Brasil. Só perde para São Paulo e Rio de Janeiro. Porto Alegre tem 54 salas em funcionamento, incluindo as quatro pornográficas, que exibem fitas de vídeo em telão. Considerando que a população da cidade é de cerca de 1.300.000 pessoas, temos aproximadamente uma sala para cada 24 mil habitantes. A média nacional é de uma sala para cada 120 mil habitantes. Nos EUA, ela é de uma sala para cada 10 mil habitantes.<sup>1</sup>

Segundo Ricardo Difini, Presidente do Sindicato das Empresas Exibidoras Cinematográficas de Porto Alegre, a cidade está sofrendo um novo processo de mudança no perfil de suas salas de cinema: “No início da década de 90, os cinemas de bairro foram substituídos pelos cinemas de shopping. Agora, o conceito de multiplex (complexos com grande número de salas num mesmo local) chega com toda força. Quem não se adaptar a ele, vai quebrar”, afirma convicto.

Difini acredita que a estratégia a ser tomada é a expansão das operações viáveis economicamente. Ele cita o exemplo de sua empresa (GNC Cinemas), que pretende aumentar o número de salas em Caxias do Sul, Joinville e no Shopping Praia de Belas. “Além disso, se não investirmos na expansão de nossos cinemas com menor resposta de público, como os do Shopping Lindóia e do Bourbon Assis Brasil, vamos ter que fechar”, alerta. Para ele, a chegada de grupos como Severiano Ribeiro e Cinemark foi decisiva e tem como principal consequência o declínio dos pequenos exibidores.

O empresário lembra que há poucos anos atrás os grupos que dominavam o mercado não se expandiram e entraram em decadência: “O Wermar, que tinha quase todas as salas de bairro da cidade, se acomodou, não investiu e hoje só tem os cinemas

do Strip Center Assis Brasil. E o FAMA sobrevive graças às salas do Shopping João Pessoa, pois as do Baltimore estão em condições muito ruins”, pondera. Para Difini, dois são os fatores que hoje definem o sucesso das salas de cinema: a concentração num mesmo lugar, o que possibilita um melhor relacionamento com as distribuidoras e a oferta de uma maior variedade de filmes ao público; e o mix do local onde estão localizadas, que deve ter uma boa circulação de pessoas e oferecer segurança e conforto, além de diversas opções de lazer.

De acordo com dados do Sindicato dos Exibidores, o preço médio dos ingressos, em Porto Alegre, é de R\$ 5,00. Vários fatores definem o valor das entradas, tais como: aluguel, condomínio, equipamentos, ar-condicionado e funcionários. “Não é caro, pelos custos e pelo que oferecemos. Basta comparar com outras diversões, como futebol, teatro e música”, ressalta Difini. Na capital gaúcha, o Cinema gera cerca de 300 empregos, numa média de cinco por sala.

Quanto ao lucro, o empresário procura desmistificar a idéia de que Cinema é um negócio altamente rentável: em média, 50% da arrecadação são gastos com o aluguel do filme junto às distribuidoras; 17% vão para aluguel e condomínio; e 8,6% são para pagar impostos. Dos cerca de 25% que restam, sobram apenas 5%, pois o restante é gasto com despesas operacionais e reinvestimentos no próprio negócio.

Apenas três distribuidoras mantêm escritórios em Porto Alegre: a Columbia, a UIP (representante da Paramount, Universal, MGM e Dreamworks) e a Warner/Fox (no Rio Grande do Sul, as duas atuam unidas). Juntas elas representam cerca de 80% do mercado exibidor da cidade. Seu percentual de bilheteria varia de 40% a 70% da arrecadação de cada sala, dependendo do filme e do

número de semanas em cartaz. Entre as distribuidoras que ocupam os restantes 20% do mercado, os destaques são a Lumière (que tem os direitos sobre os filmes da Miramax, como "A Vida é Bela"), a Top Tape e a Paris Filmes, todas com sede no Centro do País.

As distribuidoras menores, responsáveis pelo lançamento de filmes fora do circuito hollywoodiano, como europeus e asiáticos, além as da Casa de Cultura Mário Quintana. Entre elas, podemos citar a Immovision (do filme dinamarquês "Festa de Família", de Lars von Trier), a Pandora Filmes (que trabalha muito com clássicos, como "A Fonte da Donzela", de Ingmar Bergman), a Riofilmes (maioria dos filmes brasileiros), Mostra de Cinema (filmes da Mostra Internacional de Cinema de São Paulo) e a Alpha Filmes (de "Deuses e Monstros", indicado ao Oscar deste ano).

De acordo com Luís Pighini, diretor da Cinemateca Paulo Amorim, as salas da Casa de Cultura Mário Quintana têm uma proposta de exibição diferenciada, com clássicos, ciclos, filmes europeus, asiáticos, brasileiros e também filmes mais comerciais, inclusive alguns das grandes "majors", um pouco mais sofisticados, que não têm espaço no circuito comercial. O público também é diferenciado: "Um exemplo é 'Deuses e Monstros', que teve pouca bilheteria no Cinemark (ficou apenas uma semana em cartaz) e está indo muito bem aqui nos nossos cinemas", informa Pighini.

Os cinemas da CCMQ são mantidos pela Associação dos Amigos da Cinemateca Paulo Amorim. A receita vem da bilheteria e de uma parceria com o Unibanco, e é suficiente apenas para os gastos com manutenção, aluguel de filmes e funcionários. A cinemateca não recebe dinheiro do governo estadual.

No último mês de maio foram inaugurados mais três cinemas na cidade: a Sala P. F. Gastal, na Usina do Gasômetro, mantida pela Prefeitura Municipal, tem proposta semelhante à da CCMQ, privilegiando os filmes nacionais; e o antigo Victória reabriu com duas salas, acirrando mais ainda a concorrência no centro da cidade. Segundo o

jornalista Tuio Becker, seus proprietários firmaram um acordo de exclusividade de exibição dos filmes da UIP no Centro.

E mais salas estão por vir: um multiplex no Shopping Cristal, quatro salas no Shopping Moinhos e mais cinco no Shopping Praia de Belas. É esperar para ver se Porto Alegre tem público suficiente para tantos cinemas.

#### MÉDIA DE PÚBLICO NAS SALAS DE CINEMA DE PORTO ALEGRE/POR GRUPOS EXIBIDORES - MARÇO DE 1999

\* **Severiano Ribeiro** - 9 salas do Shopping Iguatemi. É o maior grupo exibidor nacional, com mais de 170 salas.

18.500 espectadores por semana.

2.055 espectadores por sala.

\* **Cinemark** - 8 salas no Boubon Ipiranga Shopping. Grupo norte-americano, tem cerca de 126 salas no Brasil. Possui em todo o mundo mais de 3 mil salas.

16.000 espectadores por semana.

2.000 espectadores por sala.

\* **GNC** - 7 salas no Shopping Praia de Belas, Lindóia Shopping e Bourbon Shopping-Assis Brasil. Na estatística, estão incluídos o Guarany e Imperial, da Companhia Nacional de Cinemas, que tem participação no grupo GNC. O GNC ainda tem salas no interior do Estado e em Santa Catarina.

13.500 espectadores por semana.

1.500 espectadores por sala.

\* **Guion** - 5 salas no Centro Comercial Nova Olaria e no Jardim do Sol, Strip Center.

4.000 espectadores por semana.

800 espectadores por sala.

\* **We rmar** - 2 salas no Strip Center Assis Brasil. O grupo ainda tem salas no interior do Estado.

1.500 espectadores por semana.

750 espectadores por sala.

\* **FAMA** - 8 salas - Shopping João Pessoa e Baltimore (Oswaldo Aranha).

4.000 espectadores por semana.

500 espectadores por sala.

\* **Multicine** - 2 salas no Rua da Praia Shopping. O grupo ainda tem três salas em Canoas.

800 espectadores por semana.

400 espectadores por sala.

Observação: dados fornecidos pelo Sindicato das Empresas Exibidoras Cinematográficas de Porto Alegre. Segundo Ricardo Difini, eles expressam, de um modo geral, a participação dos grupos no mercado exibidor da capital gaúcha.

<sup>1</sup> Dados do Jornal do Vídeo e do Sindicato das Empresas Exibidoras Cinematográficas de Porto Alegre.

Texto adaptado por Fábio Augusto Steyer do trabalho apresentado para a disciplina de "Produção, Legislação e Mercado", do curso de Especialização em Produção Cinematográfica (Famecos/PUCRS).

\*\* Alunos do curso de Especialização em Produção Cinematográfica (Famecos/PUCRS).