

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Tecnologias do Imaginário

Assimetrias, dilemas e axiomas do cinema brasileiro nos anos 2000

Asymmetries, dilemmas and axioms of Brazilian cinema in the 2000s

JOÃO GUILHERME BARONE REIS E SILVA

Professor no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS/RS/BR. <barone@pucrs.br>

RESUMO

Este artigo trata das transformações verificadas no cinema brasileiro durante a primeira década do Século 21, em especial com relação ao setor de distribuição e ao desempenho do filme de longa-metragem no mercado de salas de exibição. A análise é resultado do projeto de pesquisa Comunicação, tecnologia e mercado. Assimetrias, desempenho e crises do cinema brasileiro contemporâneo, a partir do recorte do conjunto de filmes que registraram o melhor desempenho de público, entre os anos de 2000 a 2009.

PALAVRAS-CHAVE: Cinema brasileiro; Distribuição-exibição; Longa-metragem.

ABSTRACT

This paper works on changes in the Brazilian Cinema during the first decade of the 21st Century, especially related on the released and performance of the feature film in the theatrical market. The analysis is part of the results from the research Communication, Technology and market. Assymetrie, performance and crisis in the contemporary Brazilian Cinema and works with a selection of the the best box office performance on features between the years from 2000 to 2009.

KEYWORDS: Brazilian cinema; Release-exhibition; Feature film.

Nas abordagens sobre a *retomada* do Cinema Brasileiro, a periodização adotada compreende os anos de 1994 a 1998 (Nagib, 2002, p. 17), um período de cinco anos que corresponde efetivamente ao ressurgimento rápido da produção do filme de longa-metragem nacional, em quantidade e qualidade. Esse ressurgimento, entretanto, corresponde não só a um aumento da produção, mas, sobretudo a um processo que busca criar condições para o retorno e a permanência no filme brasileiro no mercado de salas de exibição, o que leva a um entendimento da retomada como um fenômeno que se estende ao início dos anos 2000. Os cenários da *pós-retomada* começam a ser delineados com a realização do III Congresso Brasileiro de Cinema, no ano 2000, e são definidos a partir de 2003 com entrada em funcionamento da ANCINE.

Cenários da pós-retomada

Para o estabelecimento deste novo cenário é fundamental a reconstrução do tecido institucional do cinema brasileiro, com a criação do Conselho Superior de Cinema e da Agência Nacional de Cinema, ANCINE, em 2001, através da Medida Provisória 2228/01. É a retomada de um novo desenho para um modelo institucional consagrado, segundo Gustavo Dahl, baseado na existência de instâncias formuladoras de políticas públicas para o setor e de organismos executivos para as ações de fomento, regulação e fiscalização. Cabe ressaltar que até a efetiva implantação do CSC e da ANCINE, o que ocorre entre 2001 e 2003, o mercado brasileiro de cinema carecia destes instrumentos, após a extinção da Embrafilme, do Conselho Nacional de Cinema, CONCINE e da Fundação do Cinema Brasileiro, FCB, em 1990. As ações de fomento eram atribuições da Secretaria para o Desenvolvimento Audiovisual do Ministério da Cultura, SDA e a pouca regulação vinha do texto da Lei do Audiovisual (Lei 8685/93), sem nenhum impacto maior sobre o funcionamento do mercado.

A maior contribuição da SDA para a retomada, efetivamente, consistiu na realização do Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro, uma sequência de três seleções de projetos, entre 1993 e 1994, com recursos da extinta Embrafilme, que viabilizaram 56 longas, 25 curtas e nove médias (Nagib, 2002, p. 13).

O novo cenário institucional capaz de produzir transformações no mercado brasileiro de cinema nos anos 2000 começou a ser desenhado com a realização do III Congresso Brasileiro de Cinema, realizado em Porto Alegre, em julho do ano 2000. Com a meta de uma *repolitização* do cinema brasileiro, o III CBC resultou num novo pacto propositivo dos diversos agentes do mercado, buscando a inserção do cinema e do audiovisual brasileiros à uma nova conjuntura global do setor. Assim, em decorrência da MP 228/01, o Decreto 4.456/02 estabeleceu as competências da Ancine e da Secretaria do Audiovisual do MinC, definindo o formato operacional dos organismos públicos do setor. A SAV ficou com atribuições direcionadas para os filmes de curta e média metragem, formação profissional, festivais e mostras, preservação e difusão de acervos. A Ancine ficou com atribuições relacionadas ao longa-metragem, aos conteúdos para televisão, aos festivais internacionais, distribuição e exibição, de acordo com seus objetivos de desenvolvimento e estruturação do mercado audiovisual brasileiro, através de ações de fomento, fiscalização e regulação. Em que pese a falta de integração entre os órgãos, inclusive com relação a diretrizes das políticas públicas estabelecidas no âmbito do CSC, esta nova estrutura é diretamente responsável pelo funcionamento do mercado no início da década.

Dentro deste quadro, o ano de 2003 assinala o fim da *retomada*, com a entrada em operação da Ancine e do CSC e, paralelamente, com um desempenho excepcional dos lançamentos brasileiros no mercado de salas, com um *share* de 21,4%, tendo como destaque *Carandiru*, de Hector Babenco, que registrou um público de 4.693.853 espectadores, marca inédita para um filme nacional, desde os anos 70 e 80. A primeira

década do Século 21 recoloca um dos axiomas recorrentes do cinema brasileiro: a dificuldade em assegurar a sua permanência no mercado exibidor doméstico, com lançamentos regulares de títulos que correspondam a uma ocupação equilibrada desse mercado, contribuindo para o fortalecimento da tríade produção-distribuição-exibição e vislumbrando um futuro com algum grau de sustentabilidade para o setor.

A compreensão dos fenômenos que habitam esse novo cenário do cinema brasileiro na primeira década dos anos 2000 é o principal objetivo do projeto de pesquisa *Comunicação, Tecnologia e Mercado. Assimetrias, desempenho e crise no cinema brasileiro contemporâneo*.¹

O ponto de partida dessa investigação foi o desempenho excepcional do cinema brasileiro em 2003, quando os títulos nacionais registraram um público no mercado de salas da ordem de 21 milhões de espectadores, para um total de 102 milhões de ingressos vendidos no Brasil. Um resultado que parecia indicar a superação das dificuldades enfrentadas com altos custos de distribuição e comercialização, um circuito exibidor ainda abaixo de 2000 salas e a dominação do mercado pelos lançamentos da indústria hegemônica global norte-americana, operados pelas distribuidoras *majors*. Esse desempenho produziu por um breve momento a sensação de que o cinema brasileiro estava reconquistando um vigor comparável aos melhores momentos da era da Embrafilme, quando os lançamentos nacionais atingiram um *share* de até 30% do mercado de salas.

Entretanto, nos anos seguintes, os lançamentos nacionais registraram queda progressiva de público. Em 2004 as vendas de ingressos caíram para 16,4 milhões. Foi o início de uma curva descendente que levou a participação no mercado para índices de 11,9%, em 2005 e a 6,9%, em meados de 2008, ano que terminou com pouco mais de 9 milhões de ingressos vendidos, correspondendo a um *share* da ordem de 9,0%. Um novo crescimento ocorre em 2009, com a venda de 16 milhões de ingressos, registrando

um aumento de 76% em relação ao ano anterior². Esse desempenho assimétrico na relação com o público é uma das características dos anos 2000 e os dados analisados na pesquisa evidenciam a recorrência de dilemas e axiomas do cinema brasileiro contemporâneo. Diferentes abordagens deste cenário resultaram em artigos e ensaios³ já publicados.

Assimetrias de desempenho e ocupação do mercado

O corpus da pesquisa está organizado a partir de uma abordagem conjuntural, contemplando o conjunto de lançamentos nacionais entre os anos de 2000 e 2009. Para efeito desta análise, foi recortado o conjunto dos filmes mais vistos, buscando verificar questões relativas ao desempenho dos lançamentos, sua relação com o público e alterações estruturais do mercado.

Com relação ao desempenho de público, a pesquisa adotou a seguinte classificação dos lançamentos nacionais:

- a) Filmes com mais de 1 milhão de espectadores;
- b) Filmes com mais de 500 mil e menos de 1 milhão de espectadores;
- c) Filmes com mais de 100 mil e menos de 500 mil espectadores;
- d) Filmes com mais de 50 mil e menos de 100 mil espectadores;
- e) Filmes com menos de 50 mil espectadores.

A tabulação dos levantamentos divulgados pela Ancine indica um total de 519 filmes de longa-metragem nacionais lançados no mercado de salas de exibição, entre os anos de 2000 e 2009. Estes filmes responderam por um público total de 115.768.629 espectadores, correspondendo a uma arrecadação bruta de bilheteria da ordem de R\$ 865.965.337,49.

Segundo dados da ANCINE, no período compreendido entre 2002 e 2009, o volume de recursos públicos e/ou incentivados aplicados em projetos audiovisuais no país foi

de cerca de R\$ 1,5 bilhão⁴. Há estimativas de que até o ano de 2010, o total de recursos públicos aportados ao setor seja da ordem de R\$ 2 bilhões. A receita de bilheteria da década corresponde a aproximadamente 55% do total de recursos destinados ao financiamento do setor. As cifras não são o foco principal da análise, mas é um indicativo importante de que o cinema brasileiro esteja integralmente dependente do Estado. Essa constatação preocupa alguns cineastas e produtores, caso de Roberto Farias, para quem essa enorme dependência do Estado torna o cinema brasileiro totalmente vulnerável à vontade do Estado quanto à sua existência. Um simples Decreto Lei poderia paralisar toda a atividade, na medida em que o sistema de financiamento público não vem estimulando o empreendedorismo dos produtores. Isso significa que poucas empresas produtoras conseguem realizar filmes com recursos privados. Roberto Farias defende que o sistema de estímulo deveria estar baseado no mecanismo do adicional de renda, modelo praticado na década de 60, baseado no sistema francês, pelo qual o produtor recebe do Estado um percentual calculado sobre o resultado de bilheteria do filme. O adicional de renda é um dos mecanismos de fomento utilizados pela Ancine, mas está longe de ser o principal.

Com relação ao volume de recursos invertidos na distribuição desse conjunto de filmes, os números não são conhecidos. O direcionamento de recursos públicos incentivados para a distribuição e a comercialização é ainda uma prática recente das políticas públicas para o setor. Historicamente, os recursos são concentrados na área de produção, o que gera um quadro assimétrico para a circulação dos filmes, já que a tríade produção-distribuição-exibição consiste numa operação horizontal. Embora os agentes de cada área tenham interesses específicos, todos operam a partir da existência de filmes disponíveis para circular no mercado.

Na indústria cinematográfica o procedimento consagrado mundialmente é de que os custos de distribuição (cópias e publicidade) correspondem a investimentos do

distribuidor com recursos próprios (privados). Um distribuidor pode ser co-produtor de um filme ou o próprio produtor. Pode estar ainda associado a um produtor para distribuir um filme específico ou pode ser o agente de distribuição escolhido pelo produtor. A distribuição pressupõe um contrato no qual o produtor licencia o filme para ser comercializado pelo distribuidor.

Para a compreensão do cenário construído ao longo dos anos 2000, alguns dados estruturais são necessários para identificar a dimensão do setor audiovisual brasileiro. Segundo indicadores divulgados pela Ancine referentes ao ano de 2010, a indústria audiovisual no Brasil conta com 5.470 produtoras registradas, 472 distribuidoras, 635 empresas exibidoras que operam um circuito de 2.200 salas de cinema, 180 empresas de infraestrutura, 231 estúdios, 60 empresas de locação de equipamentos, 18 laboratórios e 30 empresas de pós-produção. As receitas das salas de exibição, em 2010, somaram R\$ 1,25 bilhão, valor igualmente estimado para as receitas do mercado de vídeo doméstico. O levantamento considera a existência de 351 operadoras de televisão por assinatura, com uma receita de R\$ 12,3 bilhões (publicidade e assinaturas) e o faturamento de publicidade da televisão aberta, estimado em R\$ 16,5 bilhões, correspondendo a um total de R\$ 31, 5 bilhões⁵.

Ao analisar os extremos da classificação adotada pela pesquisa, a primeira evidência de assimetria no desempenho é a constatação de que do total de 519 filmes lançados, somente 30 registraram público superior a um milhão de espectadores. Outros 135 tiveram público acima de 50 mil e abaixo de um milhão, correspondendo à classificação das categorias intermediárias, enquanto a maioria, totalizando 354 filmes ficou abaixo dos 50 mil espectadores. Há um pressuposto de que esses 30 filmes mais vistos, os quais correspondem a pouco mais de 5% dos 519 lançados, tenham registrado resultados positivos, ou seja, a receita de bilheteria tenha sido suficiente para cobrir os custos de distribuição de cada filme, com folga para remunerar o distribuidor e,

eventualmente, o produtor. Analisando essencialmente o desempenho de público, o quadro assimétrico fica ainda mais evidente, a partir da constatação de que os 30 filmes mais vistos correspondem a um público de 75.735.760 espectadores, cerca de 70% do público total dos 519 lançamentos.

Esse desempenho é um sinalizador da dificuldade de uma presença mais harmônica do filme nacional em seu próprio mercado. Em que pese o aumento da produção e da quantidade de lançamentos a cada ano, apenas um pequeno grupo de títulos consegue alcançar resultados de público mais expressivos. No Brasil, o desempenho dos filmes pode ser considerado abaixo do razoável e a compreensão desse quadro excessivamente assimétrico demanda observações tanto da tipologia dos filmes produzidos, considerando as temáticas, gêneros e conjunto estético-narrativo, como também o modo de distribuição.

Os anos 2000 parecem recolocar o axioma da distribuição de forma ainda mais intensa. Verifica-se inclusive uma alteração significativa no ambiente da distribuição com uma presença majoritária de empresas nacionais independentes que passam a responder igualmente pela maioria dos lançamentos nacionais. Os dados analisados na pesquisa indicam que no ano 2001, apenas cinco distribuidoras nacionais aparecem nos registros como atuantes no mercado, contra 11 *majors*. Em 2009, as nacionais atuantes são 35, um crescimento de 700%. No ano 2000, a quantidade de *majors* atuantes correspondia a 50% do mercado de distribuição. Os 50% restantes eram divididos em 25% de distribuidoras nacionais e 25% de empresas produtoras que distribuíam seus próprios filmes. Em 2009, a divisão do mercado sofre uma alteração inversa. As *majors* passam a representar 10% do mercado e as nacionais independentes 87%. A distribuição própria passa a responder por apenas 3% do mercado. Entretanto, analisando o desempenho dos 30 filmes mais vistos, a predominância volta a ser das distribuidoras *majors*.

A Tabela 1 mostra o conjunto de filmes com público superior a um milhão de espectadores, lançados no mercado brasileiro de salas de exibição entre os anos de 2000 a 2009, e as respectivas empresas distribuidoras. Observa-se que 23 destes filmes foram distribuídos por *majors* e apenas sete por distribuidoras nacionais. Do total de 519 filmes nacionais lançados, as *majors* responderam pela distribuição de 111 títulos, confirmando a tendência de uma estratégia voltada para uma quantidade menor de lançamentos, porém com maior intensidade e amplitude e conseqüentemente com os melhores resultados.

Tabela 1 – Filmes lançados por distribuidoras nacionais independentes e majors com público superior a 1 milhão de espectadores no período de 2000 a 2009.

2000			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Xuxa Pop Star	2.394.326	Paulo Sérgio Almeida e Tizuka Yamasaki	Warner
O Auto da Compadecida	2.157.166	Guel Arraes	Columbia
Total: 2 Filmes			
2001			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Xuxa e os Duendes	2.657.091	Paulo Sergio Almeida e Rogério Gomes	Warner
A Partilha	1.449.411	Daniel Filho	Columbia
Total: 2 Filmes			
2002			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Cidade de Deus	3.370.871	Fernando Meirelles	Lumière
Xuxa e os Duendes 2	2.301.152	Paulo Sergio Almeida e Rogério Gomes	Warner
Total: 2 Filmes			

Tabela 1 (continuação)

2003			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Carandiru	4.693.853	Hector Babenco	Columbia
Lisbela e o Prisioneiro	3.169.860	Guel Arraes	Fox
Os Normais	2.977.641	José Alvarenga Jr.	Lumiere
Maria – Mãe do Filho de Deus	2.322.290	Moacyr Góes	Columbia
Xuxa Abracadabra	2.214.481	Moacyr Góes	Warner
Didi – O Cupido Trapalhão	1.758.579	Paulo Aragão/ Alexandre Boury	Columbia
Deus é Brasileiro	1.635.212	Cacá Diegues	Columbia
Total: 7 Filmes			
2004			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Cazuza, o Tempo Não Para	3.082.522	Sandra Werneck, Walter Carvalho	Columbia
Olga	3.076.297	Jayme Monjardim	Lumière
Sexo, Amor e Traição	2.219.423	Jorge Fernando	Fox
Xuxa e o Tesouro Da Cidade Perdida	1.331.652	Moacyr Góes	Warner
A Dona da História	1.271.415	Daniel Filho	Buena Vista
Total: 5 Filmes			
2005			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Dois Filhos de Francisco	5.319.677	Breno Silveira	Columbia
Total: 1 Filme			

Tabela 1 (conclusão)

2006			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Se Eu Fosse Você	3.644.956	Daniel Filho	Fox
Didi, O Caçador de Tesouros	1.024.732	Paulo Aragão e Marcus Figueiredo	Buena Vista
Xuxa Gêmeas	1.007.490	Jorge Fernando	Fox
Total: 3 Filmes			
2007			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Tropa de Elite	2.417.754	José Padilha	Universal
A Grande Família - O Filme	2.035.576	Maurício Farias	Europa/ MAM
Total: 2 Filmes			
2008			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Meu nome não é Johnny	2.417.754	Mauro Lima	Sony/ Downtown
Total: 1 Filme			
2009			
Filme	Público	Direção	Distribuidora
Se Eu Fosse Você 2	6.112.851	Daniel Filho	Fox
A Mulher Invisível	2.353.136	Cláudio Torres	Warner
Os Normais 2	2.202.640	José Alvarenga	Imagem
Divã	1.866.235	Alvarenga Jr	Downtown
Xuxa em o Mistério de Feiurinha	1.291.222	Tizuka Yamazaki	PlayArte
Total: 5 Filmes			
Total: 30 Filmes			

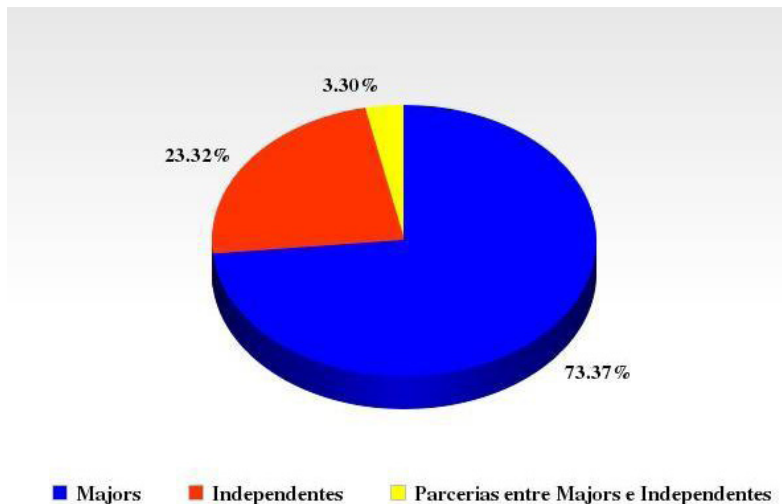
Fonte: ANCINE. Elaboração: André Bering – Bolsista CNPq/PIBIC/PUCRS 2011/2012.

Analisando a divisão do mercado quanto à quantidade de títulos lançados por tipos de distribuidoras, observa-se que no ano 2000, as *majors* responderam por 35% dos 23 lançamentos nacionais, correspondendo a 93% da receita de bilheteria. Cerca de 9% corresponderam a lançamentos em codistribuição independente com a *Riofilme*, com receita de 4%, e os restantes 56% foram operações de distribuição própria que representaram apenas 3% da receita. No outro extremo do período, no ano de 2009, observa-se alteração importante na divisão do mercado. Do total de 82 lançamentos, um crescimento da ordem de 400% em relação ao ano 2000, as *majors* responderam por não mais do que 15%, que representaram 61% da receita, enquanto a distribuição independente passou a responder por 80% dos lançamentos nacionais e 38% da receita, ficando a distribuição própria responsável por 5% dos lançamentos e 1% da receita.

Uma das constatações do cenário da distribuição na década indica que o aumento progressivo do número de lançamentos, de 23 para 82, combinado a um grande número de distribuidoras nacionais atuantes, altera os parâmetros da divisão do mercado, tanto em público como em receita para os filmes nacionais. Entretanto, outros fenômenos devem ser observados, especialmente, a modalidade de lançamentos operados por associação entre distribuidoras independentes e *majors*, assim como um incremento importante na participação das *majors* como coprodutoras e distribuidoras de filmes nacionais, através dos benefícios do Artigo 3º. da Lei 8685.

O Gráfico 1 mostra a divisão do mercado no período, com relação aos 30 filmes mais vistos, com público superior a um milhão de espectadores, de acordo com as modalidades de distribuição feitas por empresas *majors* e independentes. Observa-se que 73% dos lançamentos com esse desempenho correspondem a *majors*, ficando 23% com as distribuidoras independentes e 3% com associações entre *majors* e independentes.

Gráfico 1 – Divisão dos lançamentos com público superior a 1 milhão de espectadores entre independentes e *majors* no período de 2000 a 2009.

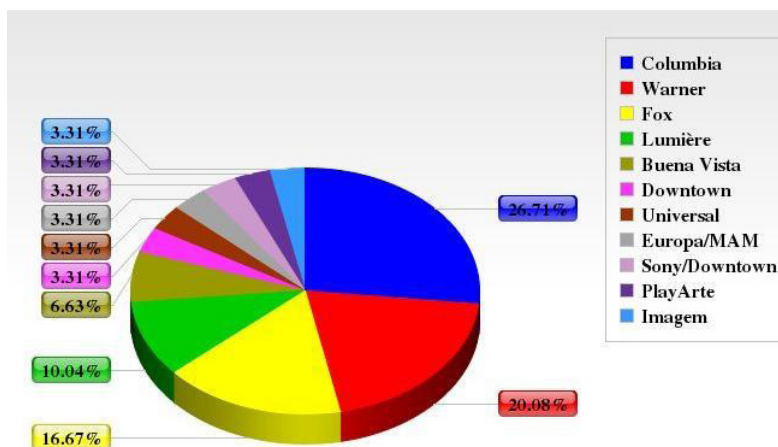


Fonte: ANCINE.

Elaboração: André Bering – Bolsista CNPq/PBIC/PUCRS, 2011/2012.

Já o Gráfico 2, mostra a divisão dos 30 filmes nacionais mais vistos entre as empresas distribuidoras do mercado brasileiro. Neste cenário, as evidências de alterações estruturais resultantes da associação das majors com a produção nacional, via mecanismos de incentivo. Observa-se que cerca de 60% destes filmes bem sucedidos foram distribuídos pela *Columbia* (26.71%), *Warner Brothers* (20,08%) e *Fox* (16,67%). Em quarto lugar nessa divisão, aparece uma distribuidora nacional, a *Lumière*, com 10,04%, seguida por outra *major*, a *Buena Vista*, com 6,63%. Os demais lançamentos correspondem a partes iguais de 3,31% divididos entre nacionais e *majors*.

Gráfico 2 – Divisão quanto ao número de lançamentos, com público superior a 1 milhão de espectadores, por empresas distribuidoras no período de 2000 a 2009.



Fonte: ANCINE.

Elaboração: André Bering – Bolsista CNPq/PIBIC/PUCRS 2011/2012.

Nas primeiras observações sobre os 30 filmes mais vistos no período, são inevitáveis as tentativas de estabelecer relações sobre a recorrência de tendências temáticas, gênero e estética e o desempenho dos lançamentos. Mas, a distribuição do número de filmes com alto desempenho, de acordo com a Tabela 1, a cada ano da década, reafirma o quadro assimétrico. De 2000 a 2001 foram apenas dois filmes por ano com mais de um milhão de espectadores. Em 2003, ano atípico, foram sete filmes, num desempenho que não voltou a ser registrado até o final do período. Nos anos seguintes o desempenho é irregular e decrescente, chegando a apenas um filme em 2008 e voltando a cinco em 2009.

Os anos 2000, entretanto, inauguram a era dos filmes nacionais com desempenho de público que ultrapassa progressivamente a faixa de dois milhões de espectadores. Assim, entre os 30 filmes mais vistos, destacam-se apenas quatro filmes que registraram a escalada do público nas faixas de três, quatro, cinco e seis milhões de espectadores.

Em 2002, *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles, lançado pela *Lumière*, é o primeiro filme brasileiro a ultrapassar a marca de dois milhões de espectadores, registrando um público de 3.307.746. O êxito de *Cidade de Deus* demonstra que o cinema brasileiro procura novos rumos temáticos e estéticos para encontrar o seu público. Os dramas combinando questões sociais com elementos do filme policial de ação parecem revigorar o cinema brasileiro do Século 21 na sua aproximação com o público.

Em 2003, é a vez de *Carandiru*, de Hector Babenco, distribuição da *Columbia*, com público de 4.693.853 espectadores. Em 2005, novo recorde com *Dois Filhos de Francisco*, de Breno Silveira, lançamento da *Columbia*, com 5.319.677 ingressos vendidos. Mudança radical na temática. Ao invés da comédia e do drama social, a trajetória de sucesso de uma dupla de música sertaneja. Em 2009, outra ruptura do paradigma de sucesso com *Se eu fosse você 2*, de Daniel Filho, distribuição da *Fox*, com 6.112.851 ingressos vendidos. A novidade é a inauguração da sequência ou serialização de um filme nacional de sucesso, no caso uma comédia de situação, cuja primeira versão, realizada pelo mesmo diretor e com a mesma distribuidora, em 2006, registrou 3.644.956 espectadores. Na lista dos 30 filmes mais vistos da década, Daniel Filho é o único diretor a figurar com quatro títulos, tendo realizado também *A partiha* (2001), com 1.449.411 espectadores, e *A dona da história* (2004) com 1.271.415 de ingressos vendidos.

Ao lado de um desempenho assimétrico no mercado de salas, verifica-se um crescimento exponencial da produção na transição dos anos 90 para os 2000. A indústria cinematográfica nacional demonstra capacidade de recuperação rápida e procura a sua adaptação a um novo cenário que se estabelece na primeira década do Século 21. ●

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. *Cinema, desenvolvimento e mercado*. Rio de Janeiro: BNDES – FILME B, 2003.
- AMANCIO, Tunico. *Artes e manhas da Embrafilme*. Cinema estatal brasileiro em sua época de ouro (1977-1981). Niterói: Eduff, 2000.
- D'ÁVILA, Roberto. *Os cineastas*. Conversas com Roberto D'Ávila. Rio de Janeiro: Bom Texto, 2002.
- FABRIS, Mariarosaria; SILVA, João Guilherme Barone Reis e et al. (Orgs.). *Estudos de cinema SOCINE III*. Porto Alegre: Ed. Sulina-FAMECOS, 2003.
- _____. *Staples, Markets and Cultural Changes*. Montreal: McGill-Queen's University Press, 1995.
- JOHNSON, Randal. *The Film Industry in Brazil – Culture and State*. Pittisburgh: University of Pittisburgh Press, 1987.
- MELEIRO, Alessandra. *Cinema no Mundo. Indústria, política e mercado*. São Paulo: Escrituras, 2007. Vol. I, II, III, IV, V.
- NAGIB, Lúcia. *O Cinema da Retomada*. Depoimentos de 90 cineastas dos anos 90. São Paulo: Editora 34, 2002.
- RAMOS, Fernão (Org.). *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- _____. *História do cinema brasileiro*. São Paulo: Art Editora, 1987.
- RAMOS, José Mário Ortiz. *Cinema, Estado e lutas culturais*. Anos, 50/60/70. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1983.
- ROCHA, Glauber. *O século do cinema*. Rio de Janeiro: Ed. Alhambra, 1985.
- SILVA, João Guilherme B. Reis e. *Cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiros na década de 90*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.
- _____. Distribuição e exibição: exclusão, assimetrias e as crises do cinema brasileiro contemporâneo. In: CÂNIPA, Laura; MULLER, Adalberto; SOUZA, Gustavo; SILVA, Marcel (Orgs.). *Estudos de Cinema e Audiovisual SOCINE XII*. São Paulo: SOCINE, 2011.
- _____. *Historiografia clássica do cinema brasileiro*. São Paulo: Annablume, 1995.
- SIMMS, Anita. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo: Annablume-USP, 1997.
- XAVIER, Ismail. *O cinema no século*. São Paulo: Ed. Imago, 1996.
- Site: <www.ancine.org.gov.br>.

NOTAS

- ¹ O projeto está em sintonia com a linha de pesquisa Práticas Culturais nas Mídias, Comportamentos e Imaginários da Sociedade da Comunicação, do PPGCOM da PUCRS, e conta com apoio do Edital CNPq/ PIBIC/PUCRS, desde 2009.
- ² Todos os dados utilizados na pesquisa são oriundos dos levantamentos de mercado divulgados pela ANCINE.
- ³ A pesquisa teve início em 2009 e trabalha exclusivamente com a problemática do filme de longa-metragem nacional no mercado de salas.
- ⁴ A ANCINE foi criada em 2001, mas iniciou suas atividades efetivamente em 2003. Os levantamentos de mercado anteriores ao ano de 2002 são parciais. O total de recursos públicos/incentivados aplicados exclusivamente na produção de filmes de longa-metragem não estava disponível em outubro de 2011.
- ⁵ Fontes: Salas de exibição: Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/media/SAM/Informes/2010/Informe_Anuar_2010.pdf>. Faturamento Publicitário: Projeto Inter-meios. TV por Assinatura –Faturamento Bruto do Setor –Informações recebidas de operadoras que representam 77% da base total de assinantes e estimativa sobre o crescimento das operadoras não-informantes. Vídeio: estimativa Ancine. Dados apresentados durante o 39 Festival de Gramado, em agosto de 2011.