

## Film Business: o negócio do cinema

Cíntia Langie<sup>1</sup>

Buscar entender a complexidade do setor audiovisual significa conhecer as particularidades das três etapas de sua cadeia: produção, distribuição e exibição. Essa afirmação, apesar de não ser nenhuma novidade, reforça a necessidade de pensar em cinema também como mercado, refletindo sobre a busca pelo equilíbrio entre arte e indústria – já que obras criativas são feitas para atingir o espectador. E a tarefa de “atingir” o espectador é uma das problemáticas do cinema contemporâneo, tornando-se, por isso mesmo, assunto de extrema importância para profissionais, estudantes de cinema e estudiosos do meio.

É possível afirmar que são cada vez mais numerosos os livros que tentam dar conta desse desafio, refletindo sobre o audiovisual brasileiro não só sob o ponto de vista estético ou histórico, mas também econômico. Como exemplo disso, temos *O pensamento industrial cinematográfico brasileiro*, de Arthur Autran (2013), *Cinema Brasileiro no século 21*, de Frantjesco Ballerini (2012), *O filme nas telas*, de Hadija Chalupe da Silva (2010), *Cinema e Economia Política*, de Alessandra Meleiro (2009), *Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos & institucionais do cinema brasileiro na década de 1990*, de João Guilherme Barone (2009), entre outros.

Dentro dessa safra de obras acadêmicas que se ocupam das problemáticas socioeconômicas do cinema nacional, destaca-se o livro *Filme Business: o negócio do cinema*, organizado por Adriana Dias e Letícia de Souza Barbosa e lançado em 2010 pela editora Elsevier, do Rio de Janeiro. O livro analisa a cadeia produtiva do audiovisual e se divide em três grandes capítulos: *A arte de materializar*, *Distribuição cinematográfica* e *O mercado de salas de cinema*, cada um escrito por um especialista na área de abordagem.



<sup>1</sup> Cineasta e professora assistente dos cursos de Cinema da UFPel.

O primeiro capítulo versa sobre a etapa de produção e é voltado para principiantes, escrito com linguagem acessível, reunindo informações básicas sobre a tarefa de “materializar” um roteiro para transformá-lo em filme. O capítulo é escrito por Iafa Britz, diretora do Sindicato Interestadual da Indústria do Audiovisual (SICAV) e profissional responsável pela produção de diversos longas-metragens nacionais, como *Se eu fosse você 2* (Daniel Filho, 2009) e *Nosso Lar* (Wagner de Assis, 2010). O texto de Iafa baseia-se na sua experiência pessoal no mercado profissional brasileiro e, além de narrar como é o trabalho de um produtor dentro de uma equipe de cinema, a autora disponibiliza modelos de tabelas, como orçamento de produção, plano de filmagem e banco de horas.

O capítulo sobre distribuição é escrito por Rodrigo Saturnino Braga, diretor-geral da *Sony Pictures* no Brasil desde 1991 e distribuidor de sucessos recentes como *Dois filhos de Francisco* (Breno Silveira, 2005) e *Chico Xavier* (Daniel Filho, 2010). O texto aborda o cinema como atividade industrial, traçando um panorama histórico dos acontecimentos ligados ao setor da distribuição audiovisual no Brasil desde os primórdios. Traz dicas importantes para profissionais, introduzindo conceitos pouco conhecidos, como Garantia Mínima (GM), Preço Médio do Ingresso (PMI), mercado de segunda linha, *move over*, etc, diminuindo, assim, o possível abismo entre a teoria e a prática.

A terceira e última parte, dedicada à exibição, ficou a cargo de Luiz Gonzaga Assis de Luca, experiente exibidor, com atuação na Embrafilme e no Grupo Severiano Ribeiro, especialista em Cinema Digital e autor de livros sobre exibição cinematográfica. Esse capítulo tem um perfil mais técnico e apresenta ao leitor os encargos e as obrigações sociais de responsabilidade dos donos de salas de cinema no país. O capítulo reúne tabelas específicas, apresenta um modelo de borderô e ainda descreve conceitos relacionados aos lucros e gastos dos exibidores.

O que os três autores têm em comum? Além de conhecimento e experiência nas suas áreas de atuação, todos eles são professores do curso “Film & Television Business”, oferecido pela Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo e no Rio de Janeiro. E foi devido à crescente procura pelo curso que surgiu a ideia de publicar o livro,

trazendo textos com bases teóricas importantes para entender os meandros da cadeia do cinema.

São três artigos que apresentam ao leitor as práticas cotidianas do negócio do cinema no Brasil, auxiliando a refletir sobre o ciclo de colocação do filme nacional na sala de cinema – a janela que introduz o produto no mercado e determina o caminho do mesmo nas demais janelas. O livro reúne ensinamentos preciosos e quebra alguns preconceitos, como o de que o exibidor é o único vilão responsável pelo pouco acesso do público ao cinema nacional. Enfim, *Film Business* mostra que produzir, distribuir e exibir filmes são atividades distintas e muito específicas, apesar de conectadas, e que entender o audiovisual de forma global é papel de todos os que atuam ou pretendem atuar nesse setor.

**Film Business: o negócio do cinema. Adriana Dias e Letícia de Souza Barbosa (org). Elsevier, 2010.**