



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES E DESIGN
CURSO DE CINEMA E ANIMAÇÃO

DISTRIBUIÇÃO NO CINEMA BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO
ESTUDO DE CASO TROPA DE ELITE I E II

BRUNA FACCHINELLO

Prof.^a. ORIENTADORA: CÍNTIA LANGIE ARAÚJO

PELOTAS, MARÇO DE 2013.

BRUNA FACCHINELLO

DISTRIBUIÇÃO NO CINEMA BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO
ESTUDO DE CASO TROPA DE ELITE I E II

Trabalho acadêmico apresentado ao Curso de Cinema e Animação da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Cinema e Animação.

Pelotas, 2013.

Distribuição No Cinema Brasileiro Contemporâneo

Estudo de Caso Tropa De Elite I e II¹

Bruna Facchinello

Resumo

Neste artigo é apresentada a análise do processo de distribuição do filme *Tropa de Elite II – O Inimigo Agora é Outro* (2010), de José Padilha a sua inserção no cenário cinematográfico brasileiro considerando as modificações que vem ocorrendo na distribuição nacional. Como método, são utilizadas entrevistas com os produtores e distribuidores do filme, Nossa Distribuidora, e pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Tropa de Elite II; José Padilha; Distribuição; Nossa Distribuidora.

Abstract

This article presents an analysis of distribution process of the film *Elite Squad - The Enemy Within* (2010), José Padilha their integration into Brazilian film scene considering the changes that have occurred in national distribution. As method, are used interviews with producers and distributors of the film, Nossa Distribuidora, and bibliographical research.

Key-words: Elite Squad II, José Padilha, Delivery, Nossa Distribuidora.

¹ Artigo realizado como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Cinema de Animação, pela Universidade Federal de Pelotas.

Este trabalho tem como objetivo a análise do processo de distribuição utilizado no filme *Tropa de Elite II – O Inimigo Agora é Outro*², de José Padilha, lançado em 2010. A relevância deste artigo encontra-se nas modificações que vem ocorrendo no mercado de distribuição brasileiro após o sucesso de lançamento do filme acima citado. Os produtores de *Tropa de Elite II*, também produtores de *Tropa de Elite – Missão Dada é Missão Cumprida*³ (2007), vivenciaram no primeiro longa-metragem situações que não condizem ao ideal buscado pela indústria brasileira. Desta forma, na tentativa de melhorar o mercado cinematográfico brasileiro foram feitas modificações no formato de distribuição do segundo filme *Tropa de Elite*. Esta reforma não modificou somente o filme em si, mas também o cenário de distribuição no Brasil.

Desta forma, serão abordadas e estudadas por este trabalho, as formas como cada um dos dois filmes foi distribuído (*Tropa de Elite* e *Tropa de Elite II*), as modificações realizadas no processo de distribuição do segundo filme e as razões que levaram a estas mudanças. Além disso, este artigo tratará das consequências resultantes no mercado cinematográfico após o lançamento do filme e da proposta diferenciada do diretor que culminou no surgimento de um novo modelo de distribuição do mercado brasileiro, batizado pelos participantes da proposta como “Nossa Distribuidora”.

José Padilha é um diretor, documentarista e produtor de cinema brasileiro que vem ganhando espaço e reconhecimento no âmbito cinematográfico através de seus filmes. Começou sua carreira com documentários como *Ônibus 174*⁴, que ele mesmo dirigiu no ano de 2002 e *Estamira*⁵ como produtor em 2004, mas seu primeiro longa-metragem de ficção só veio às telas em 2007, *Tropa de Elite – Missão Dada é Missão Cumprida*. Com o filme vieram também grandes prêmios e reconhecimentos como o Urso de Ouro de melhor filme em 2008 e nove prêmios do Grande Prêmio Vivo do Cinema Brasileiro (também no ano de 2008) incluindo melhor longa-metragem

² Para facilitar a leitura deste artigo passaremos à chamar a obra *Tropa de Elite - O Inimigo Agora é Outro* de *Tropa de Elite II*.

³ Para facilitar o entendimento do artigo, se fará referência à este filme através do nome *Tropa de Elite I*.

⁴ Documentário sobre o sequestro do ônibus 174, em 12 de junho de 2000, na zona sul do Rio de Janeiro, premiado em diversos festivais como o Festival Internacional de Cinema do Rio de Janeiro.

⁵ Dirigido por Marcos Prado conta a história de uma senhora com distúrbios mentais que vivia e trabalhava no aterro sanitário de Jardim Gramacho no Rio de Janeiro.

nacional. Tais prêmios fizeram com que José Padilha entrasse para a lista dos *Ten Directors to Watch* da revista *Variety*⁶ do mesmo ano.

O combate à violência urbana do Rio de Janeiro pelo Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE) é a temática de *Tropa de Elite I*, focando em corrupção e crime organizado no segundo filme, *Tropa De Elite II* de 2010. Ambos os filmes despertaram interesse do público, da mídia e da crítica através da temática (corrupção, principalmente política, e criminalidade) que na época causava revolta e inquietação da sociedade. O jornal *Die Welt* da Alemanha publicou em uma de suas matérias que vê o Brasil como um potencial produtor de bons filmes policiais, que antigamente só eram feitos em Hollywood. Outro jornal alemão, *Berliner Zeitung*, coloca o filme *Tropa de Elite* em destaque e assegura que o filme é uma obra-prima que retrata a história de maneira original e aproximando-se muito da realidade.

Para o estudo será utilizado, com a intenção de compreender os aspectos da distribuição nacional, o livro da autora brasileira Hadija Chalupe da Silva, *O Filme nas Telas – Distribuição do Cinema Nacional* e também as obras de João Guilherme Barone, escritor que assim como Silva tem sua pesquisa voltada para o entendimento da indústria cinematográfica. Para a pesquisa do âmbito sociocultural que integra este artigo como aspecto relevante ao estudo do cinema se utilizará a obra de Nestor Garcia Canclini, antropólogo argentino que desenvolve pesquisas à respeito da cultura, comunicação e sociologia da América Latina, *Consumidores E Cidadãos: Conflitos Multiculturais Da Globalização*.

O estudo a respeito dos métodos de distribuição terá base nas pesquisas já fundamentadas pelos teóricos acima citados, além de outros pesquisadores do cinema brasileiro. Além do embasamento teórico se utilizará como método para pesquisa duas entrevistas, sendo uma telefônica e a outra via correio eletrônico com os distribuidores do filme *Tropa de Elite II*, a Nossa Distribuidora. Tais entrevistas serão de extrema importância para o desenvolvimento do estudo já que não existem livros ou outras fontes confiáveis sobre o assunto em questão e a distribuição deste filme em específico.

Desta forma, ao tratar de um assunto pouco pesquisado, ainda recente e disposto a constantes modificações, o presente artigo busca contribuir com a área do

⁶ Revista criada em Nova Iorque de publicação semanal especializada em cinema. Criticou a violência do filme *Tropa de Elite I*, e o comparou com pensamentos e ideias fascistas.

estudo cinematográfico brasileiro trazendo informações atualizadas a respeito da distribuição levando em consideração os escassos subsídios de pesquisa.

Mercado Cinematográfico, Distribuição e Sociedade

O mercado cinematográfico, assim como os demais ramos industriais, tem sua existência e expectativa de sucesso dependentes de sua relação com a sociedade consumidora dos bens e serviços oferecidos. Deste modo, o cinema e suas estratégias de distribuição tem seu exercício associado ao desejo, anseio e outras variantes que fazem o espectador de cinema se interessar pelo filme. Pensando assim, é necessário analisar o universo da distribuição cinematográfica brasileira em associação com a sociedade e a indústria.

Os cinemas nacionais podem ser analisados de maneira abrangente em dois níveis: o textual e o industrial. No textual, examinam-se as especificidades de um dado cinema em termos de conteúdo, estilo e estética, enquanto que na perspectiva industrial foca-se a relação entre cinema e indústria em termos de produção, distribuição e exibição. (MELEIRO, 2007 p. 13)

Segundo Hadija Chalupe da Silva (2010, p. 17) a indústria cinematográfica é formada por um tripé: Produção, Distribuição e Exibição. Estas três etapas do mercado dialogam e são dependentes uma das outras. “A tríade produção-distribuição-exibição deve ser entendida como o conjunto de atividades que correspondem aos campos fundadores do espaço audiovisual. São campos que se organizam em torno do mesmo bem simbólico, o filme” (SILVA, apud BARONE, 2010 p. 17).

Silva coloca que tal tríade mercadológica passou por três momentos de relevância constitucional após 1990. Sendo o primeiro momento parte da ação do plano de governo Fernando Collor de Mello (Lei n° 8.029, de 12 de abril de 1990), que suspende as atividades de entidades da Administração Pública Federal como a Fundação Nacional de Artes (Funarte), Fundação do Cinema Brasileiro (FCB), Conselho Nacional

de Direitos Autorais (CNDA), Distribuidora de Filmes S.A (Embrafilme),⁷ entre outras. A Embrafilme estava prestes a iniciar com grande potencial a divulgação do filme *Dias Melhores Virão*, de Cacá Diegues quando foi anunciada a sua extinção.

Para o Centro Técnico Audiovisual⁸, Ministério da Cultura, a Embrafilme foi a maior e mais importante empresa pública de audiovisual da América Latina. “que como um cometa, fulgurou durante toda a década de 1970, iluminando as telas e as salas de cinema de todo o país com uma produção de centenas de filmes que mudaram estética, política e economicamente a história do audiovisual brasileiro.” (CTAV, 2008).

O sucesso da Embrafilme enquanto empresa brasileira pode ser exaltado quando, em 1980, o público dos filmes brasileiros chegou à margem de 35% do mercado nacional. Segundo dados do CTAV, cada filme brasileiro foi assistido, na época, por cerca de duzentos e trinta e nove mil espectadores, público de aproximadamente trinta mil pessoas a mais para cada filme estrangeiro. O declínio da ditadura, fim da censura e anistia política que parecia se aproximar deixou o mercado audiovisual brasileiro parecer próspero. Mas na mesma década do advento, veio o declínio. Entre os motivos ressaltados pelo Ministério da Cultura para o fim da Embrafilme enquadram-se: a crise petrolífera que reduziu as capacidades de investimentos do Estado, a entrada das empresas norte-americanas no país e o domínio das mesmas sobre as atividades cinematográficas, a queda repentina de espectadores por conta da propagação de aparelhos de entretenimento doméstico como o vídeo cassete.

Com o encerramento das atividades da Embrafilme e do Concine⁹, a indústria cinematográfica ficou desamparada. A ausência de um órgão que interviesse e regulasse a atividade deixou o ambiente aberto para que as ações de empresas estrangeiras e a livre concorrência crescessem ainda mais, ambas defendidas pelo modelo de gestão neoliberal. (SILVA, 2010, p. 44)

Após a queda do governo Collor, se tem o período da Retomada (1994 a 1998) da produção nacional que, se caracteriza pelo ressurgimento da produção de forma

⁷ Empresa estatal brasileira, produtora e distribuidora de filmes cinematográficos. Criada através do decreto-lei Nº 862, de 12 de setembro de 1969, como Empresa Brasileira de Filmes Sociedade Anônima.

⁸ <http://www.ctav.gov.br/2008/10/10/a-embrafilme/>

⁹ O Concine foi criado pelo Decreto Federal 77.299 de 1976. Tinha como objetivo assessorar o Ministério da Educação e Cultura na formulação de políticas para o cinema brasileiro, bem como normatizar e fiscalizar as atividades cinematográficas no país.

acelerada, realizando muitos filmes de qualidade em pouco espaço de tempo, o que configura o segundo momento de relevância da história cinematográfica atual. Em contrapartida, estes altos índices de produção foram acompanhados pelas escassas condições de estabilidade e permanência do cinema brasileiro no mercado, além de dificuldades dos realizadores em distribuir os filmes e “dificuldades recorrentes de exibição do filme brasileiro no circuito de salas, ainda o segmento mais nobre do mercado exibidor”. (BARONE, 2008 p.6).

Tais dificuldades em manter o cinema brasileiro em um funcionamento que pudesse se tornar promissor são colocadas por Barone quando este fala que nesta época era comum encontrar cineastas trabalhando em diversos setores do comércio, em funções variadas, consequência da instabilidade financeira em que o mercado cinematográfico se encontrava. Para Barone a paralisação da indústria cinematográfica nacional oportunizou a estabilização e crescimento de *majors*¹⁰ e outras empresas internacionais, estreitando o acesso das empresas nacionais que tentavam voltar à ação.

Em resumo, é preciso consolidar e amadurecer as conquistas da Retomada para dar início a uma nova fase. Antes, no entanto, é preciso desatar nós, construir laços mais fortes com a distribuição em um setor de exibição mais ramificado pelo Brasil, facilitando a circulação dos filmes. (ALMEIDA; BUTCHER, 2003 p.15).

Desta forma, se dá início ao último momento de forte importância constitucional do cinema brasileiro, o Pós-Retomada. Foi preciso fortalecer a área, regenerar o cinema nacional. Criou-se o Conselho Superior de Cinema e a ANCINE¹¹ (Agência Nacional de Cinema) para cuidar do setor no país através de políticas públicas, realização de fomento e fiscalização do patrimônio audiovisual. Para Barone (2011, p. 917), a entrada em funcionamento da ANCINE (2003) marca o fim da Retomada e o início dos novos moldes e cenários da Pós-Retomada.

¹⁰ Empresas internacionais com filiais no país, no caso o Brasil. Ex: Warner, Fox, Disney, Columbia Pictures e Paramount entre outras.

¹¹ A Agência Nacional do Cinema (Ancine) é um órgão oficial do governo federal do Brasil, constituída como agência reguladora. A agência foi criada no governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, em 2001, através da Medida Provisória n.º 2.228-1, posteriormente regulamentada em 2002 em forma de lei. Em 2003 passou a ser vinculada ao Ministério da Cultura.

As agências reguladoras são a principal característica da reforma política iniciada na década de 1990, por meio da qual o Estado perde sua característica central de executor/provedor de bens e serviços para atuar como regulador e mediador das relações que permeiam as esferas política e econômica, entre mercado e sociedade. (SILVA, 2010, p. 44).

Assim, temos a Ancine como uma “autarquia especial responsável pelas ações de regulação, fiscalização e fomento da indústria cinematográfica e videográfica” (SILVA, 2010 p.44), mas também como um elemento frágil da indústria cinematográfica a partir do pressuposto de que depende essencialmente do incentivo fiscal do governo. “Um simples Decreto de Lei poderia paralisar toda a atividade, na medida em que o sistema de financiamento público não vem estimulando o empreendedorismo dos produtores.” (BARONE, 2011, p. 921).

Há um notável esforço de recuperação da atividade de produção, através de mecanismos consagrados de financiamento. Através da Lei do Audiovisual, Lei Rouanet e outros. A média anual de produção que mal registrava meia dúzia de filmes em 1995, chegou a 90 títulos em 2007. Lançar estes filmes e fazê-los permanecer nas salas de cinema por um período razoável, entretanto, tem sido um enorme desafio, na medida em que, sem a ocupação efetiva do mercado, o cinema compromete a sua sustentabilidade como atividade fundamental num sistema industrial e comercial para alcançar o público. No caso brasileiro, a pouca frequência dos filmes no circuito comercial compromete aspectos simbólicos da formação do imaginário social. (BARONE, 2008, p. 6)

Como foi colocado por Barone, os incentivos públicos à cultura auxiliam de forma significativa na recuperação do mercado cinematográfico, mas o mercado não se restringe apenas a etapa de produção dos filmes. Ainda é necessário investir no setor da distribuição do cinema brasileiro para que este consiga manter-se nas telas ou, em muitos casos, ao menos chegar até elas. A ausência de uma cinematografia nacional de presença constante torna o público ríspido ao entrar em contato ocasionalmente com a mesma. Para Barone, nosso público tem dificuldades em aceitar o cinema nacional por sua ausência de contato e restrita percepção a certa deste.

A Distribuição no Cinema Brasileiro Contemporâneo

Segundo estudos da Ancine¹², se têm hoje no Brasil três formas básicas de distribuição. A primeira delas seria os filmes coproduzidos por empresas *majors*, através do artigo 3º da lei 8.685/93, desta forma, a empresa detém parte do direito patrimonial do filme, despertando seu interesse financeiro por distribuí-la. Designam-se empresas *majors* todas as empresas norte-americanas com filial no Brasil. Depois, temos filmes distribuídos por empresas distribuidoras nacionais que muitas vezes contam com incentivos públicos como o Prêmio Adicional de Renda, ou o Fundo Setorial do Audiovisual, além de editais promovidos por empresas estatais. E por ultimo, há ainda alguns produtores que optam por distribuírem sozinhos seus filmes, enfrentando os custos de cópias, propaganda, negociação com exibidores etc.

A distribuição é o elo central, a ponte entre o produto (filme) e sua disponibilização (exibição), entre o emissor (diretor) e o receptor (público). Com o filme pronto, o distribuidor será o responsável por sua circulação nas diferentes janelas de exibição (sala de cinema, home vídeo, TV por assinatura, TV aberta, entre outros) em diversos territórios e para públicos variados, ou seja, ele será o responsável por instigar o espectador a sair do conforto de sua casa e ir a uma sala de cinema para assistir a um filme, ou por estimulá-lo a rever o filme na televisão, ou ainda por eternizar a relação dele com o filme por meio de sua compra. (SILVA, 2010, p.17)

O primeiro filme *Tropa de Elite* utilizou da forma mais tradicional de distribuição, a parceria com empresas *majors* do ramo, neste caso a distribuidora Universal. Esta empresa *major* atua em conjunto com a Paramount no Brasil e segundo a Ancine ocupou a 2ª colocação em público entre as distribuidoras em 2010, totalizando 20% do público. James D'Arcy, produtor executivo do filme, disse em entrevista à página da internet Cineclick:¹³ “Já no primeiro *Tropa de Elite*, fizemos as contas e, comparando com a estrutura necessária para distribuir um filme desse tamanho e analisando a cadeia do audiovisual, o distribuidor ficou com a maior parte da renda. Decidimos tentar uma coisa nova”.

¹² Estudo elaborado pela equipe da Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM /ANCINE Especialistas Responsáveis : Ana Lúcia da Costa e Silva, Ana Sallai, Claudio Beleli, Fábio Perrut; Coordenadora de Cinema e Vídeo: Carla Sobrosa; Superintendente de Acompanhamento de Mercado: Marcos de Rezende

¹³ Matéria de Heitor Augusto em <http://www.cineclick.com.br/noticia/carregar/titulo/tropa-de-elite-2-deve-criar-histeria-no-publico-afirma-produtor/id/27935/>

Por este e outros motivos que serão abordados adiante, os produtores e, sobretudo, o diretor Padilha, decidiram optar por outra dinâmica para distribuir o segundo filme. Desta forma, *Tropa de Elite II* foi distribuído através da terceira modalidade de distribuição brasileira, a distribuição independente que se ocasiona no acúmulo dos trabalhos de produção e distribuição aos produtores.

Silva coloca em seu estudo a importância do distribuidor no cenário atual e afirma que o processo de distribuição é crucial para o sucesso efetivo do filme. Seguindo este pensamento, *Tropa de Elite II* teve seu processo de distribuição alterado, em relação ao primeiro filme, primeiramente pensando no público e em sua relação com o filme.

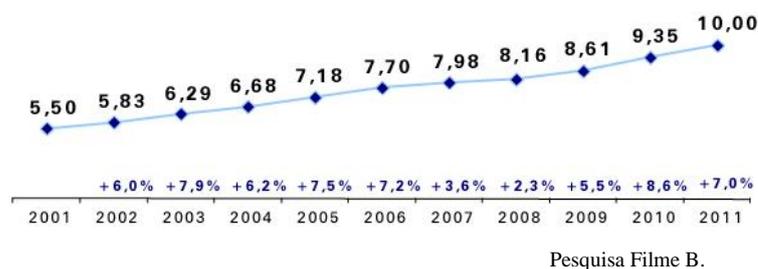
Para a Ancine, filmes que tem distribuição própria da produtora geralmente tem uma participação pequena na bilheteria nacional. Mas, como a própria Ancine atesta no ano de 2010 houve uma exceção a esta regra, o filme *Tropa de Elite II*. Segundo o SADIS, em 2010 foram exibidos quinhentos e nove filmes, destes, trezentos e três eram lançamentos, registrando público total 134,3 milhões de espectadores e renda de R\$ 1,25 bilhão. Foi o ano de maior público brasileiro desde 1982, uma alta de 19% no público e de 29% na renda em relação ao ano de 2009. Neste mesmo ano 25.227.757 pessoas foram aos cinemas prestigiar os 75 filmes lançados pelo cinema nacional e outros 61 filmes brasileiros. Para a Ancine, este crescimento de espectadores de cinema pode ter sido causado pelo desempenho das produções nacionais do referido ano. Contudo, principalmente, pelo destaque do filme *Tropa de Elite II*, que sozinho fez 44% do público entre os filmes nacionais e 8% do público total das salas.

Cinema e Pirataria

Levando em consideração os índices de público e renda acima mencionados, uma pesquisa realizada pelos Indicadores Culturais do IBGE/MINC¹⁴ os brasileiros tem gasto mais com cultura do que com educação, destinando 4% da renda familiar ao consumo cultural e aos meios de entretenimento.

Dessa forma, podemos notar que a importância da cultura na vida não varia conforme o poder aquisitivo, ou grau de escolaridade, pois o espaço que ocupa no orçamento global é praticamente o mesmo. O que irá variar é o acesso aos bens e serviços culturais, pois quanto maior a renda maior a possibilidade de gasto com cultura. (SILVA, 2010, p. 30).

Sendo que o acesso aos bens culturais é proporcional ao padrão de vida do cidadão, os meios culturais acessíveis as classes A, B e C são diferentes dos acessíveis as classes D e E. Assistir uma peça teatral, ir a um concerto, uma ópera, um show internacional e até mesmo ir ao cinema não são atividades comuns a toda sociedade. Segundo a *Filme B*¹⁵ o preço médio do ingresso de cinema de 2011 era de R\$10,00, levando em consideração o valor atual do salário mínimo brasileiro de R\$622,00, uma família de três pessoas que vivem com um salário mínimo por mês gasta indo ao cinema 5% da renda mensal, sem mencionar os gastos com transporte até a sala de cinema e a alimentação dentro do estabelecimento. O gráfico abaixo ilustra o aumento do preço médio do ingresso das salas de cinema brasileiras do ano 2001 ao ano de 2011.



¹⁴ http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2005

¹⁵ Portal sobre o mercado de cinema no Brasil. <http://www.filmeb.com.br>

Defende-se a ideia de aldeia global, em que as notícias chegam instantaneamente às pessoas graças ao encurtamento das distâncias proporcionado pelas novas tecnologias informacionais (como se o mundo estivesse ao alcance “em um click”), com o objetivo de dar continuidade ao sistema vigente, onde o culto ao consumo é constantemente estimulado. (SANTOS, 2000 apud SILVA 2010 p.25).

Os altos preços da indústria cultural, “Em decorrência de um mercado concentrado, um dos principais efeitos foi o aumento do custo do ingresso, o que afastou o público historicamente fiel ao cinema brasileiro das classes C e D, como lembra o cineasta Carlos Reichenbach, para quem o cinema no Brasil virou diversão das elites.” (BARONE, 2008, p.7), forçam estas famílias a buscar meios de informação e entretenimento mais barato. Como Milton Santos coloca estas famílias também estão inseridas nesta grande "aldeia global" e por isso almejam vestir o que está na moda, ouvir o último disco lançado, ver os filmes dos quais todos estão falando. Todos querem fazer parte desta sociedade e desta forma influenciam o mercado pirata de vários setores que lhes permite acesso a todas estas atrações e bens culturais por um preço baixo, mas de qualidade inferior por se tratarem de cópias não autorizadas e que não seguem os mesmos padrões das originais.

Tropa de Elite I foi lançado em 2007 pela Universal com 336 cópias nas salas de cinema. Considerado na época um filme caro para os padrões brasileiros, seu giro de receita foi na marca dos dez milhões de reais enquadrando-se nos padrões descritos por Silva em seu livro *O Filme nas Telas* (2010) como filme de primeira categoria ou para grande escala.

São filmes brasileiros lançados pelas empresas majors, um modelo que visa invadir o mercado com grande número de cópias em película do filme e de campanhas publicitárias, com o intuito de atrair o maior número de pessoas na semana de lançamento, na tentativa de recuperar o investimento de comercialização no menor tempo possível. Isso faz com que a estreia de um filme se torne uma atividade de alto risco, pois nem todos atenderão às expectativas de lançamento. (SILVA, 2010, p.86).

Porém o nome *Tropa de Elite I* começou a repercutir nas ruas e nas conversas meses antes do seu lançamento nos cinemas não apenas pela publicidade que vinha sendo feita, mas também por ser o primeiro filme brasileiro corrompido pelo crime organizado da pirataria. Segundo o Datafolha *Tropa de Elite I* foi um dos filmes

brasileiros mais comentados, 77% dos paulistas já conheciam o filme em 2007 e 80% da população entrevistada em São Paulo considerou o filme excelente ou bom.

O secretário-executivo do Ministério da Justiça, Luiz Paulo Barreto, que preside o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual, afirma que a pirataria de que foi alvo o filme brasileiro "Tropa de Elite" contém "um ineditismo" e "preocupa" o governo. O aspecto inédito que o secretário aponta é a antecedência da venda de cópias ilegais em relação à estreia do filme. (ARANTES, Folha de São Paulo).¹⁶

De acordo com o próprio diretor José Padilha, uma cópia não finalizada da obra foi vendida por um membro da equipe de legendagem do filme e comercializada dois meses antes da estreia em camelos e bancas de rua de diversas cidades brasileiras. Uma pesquisa do IBOPE estima que cerca de onze milhões de pessoas tenham visto o filme na versão pirata, dados extraídos de matéria da INFOABRIL¹⁷.

Segundo Nestor Canclini o interesse do público por meios ilegais de acesso aos bens culturais ocorre pelo fato das empresas distribuidoras e cinematográficas em geral não pensarem em política pública e sim na gestão e lucro comercial.

As empresas que administram os meios de comunicação e os serviços de tecnologia comunicacional quase nunca pensam em políticas públicas, mas em gestão comercial. Assim, os problemas habituais das políticas culturais - a propriedade e o uso dos patrimônios, a diversidade de bens e sua difusão, a participação e o consenso como campos da cultura – parecem ter-se diluído na vertigem de privatizações e da transnacionalização, expansão das clientelas e avidez dos investidores por lucros. (CANCLINI, 2007, p.261)

Pode-se verificar este fato através da imprecisa trajetória de distribuição de *Tropa de Elite I* que fez grande público no cinema, porém este foi ainda maior através das cópias piratas. O mercado ilegal da pirataria não retorna lucro aos investidores e/ou diretores do filme, mas por outro lado, o leva a públicos diferenciados aumentando abrangência e variedade de espectadores em potencial. O público brasileiro quer ver filmes do seu país, mas nem sempre tem acesso a eles. José Padilha colocou em uma entrevista dada ao programa do Jô Soares (Rede Globo) que muito provavelmente milhares de pessoas jamais teriam assistido ao seu filme se não fossem as cópias piratas e isso pode se dar por vários motivos: falta de interesse no cinema brasileiro,

¹⁶ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u323878.shtml>

¹⁷ <http://info.abril.com.br/noticias/internet/tropa-de-elite-2-vaza-na-web-14102010-36.shl>

dificuldade de acesso às salas de cinema, alto preço dos ingressos, entre outros. Além disso, muitas dessas pessoas que tiveram acesso de forma errônea ao material de *Tropa de Elite I* tiveram seu interesse desperto a ponto de irem ao cinema ver a continuação da história, *Tropa de Elite II*.

O caso de pirataria de um filme brasileiro chamou a atenção de muitos profissionais da área cinematográfica e fez com que a Ancine, logo após tomar conhecimento do assunto, acionasse a DRCPIM – Delegacia de Repressão aos Crimes contra a Propriedade Imaterial. Com a polícia sobre alerta, foi organizada uma operação para o recolhimento de cópias piratas do filme *Tropa de Elite I* das ruas. Segundo o Núcleo de Combate à Pirataria da Ancine, tal ação resultou na apreensão de trinta mil CDs e DVDs e na detenção de suspeitos de colaborarem com o comércio ilegal de produtos audiovisuais. Após este caso de pirataria, a Ancine vem permanecendo com o Núcleo de Combate à Pirataria em alerta e em comunicação constante com demais parceiros ao combate do crime organizado e delegacias.

Mesmo com a pirataria, 2.417.193 pessoas foram às salas de cinema assistir ao filme e a receita gerada com a comercialização foi de 20.393.792, recuperando o déficit que fora gasto com na produção da obra. O fato colocou *Tropa de Elite I* em primeiro lugar (maior renda e maior público) na lista de filmes brasileiros lançados em 2007 segundo a ANCINE¹⁸.

Através de análises com base nos dados coletados pela ANCINE, no que diz respeito ao cinema brasileiro, pode verificar a preferencia do público por certas temáticas e gêneros. A Tabela 1 (Consultar Anexo 1) foi construída usando como fonte para pesquisa o portal da ANCINE e expõe os filmes brasileiros que obtiveram maior retorno em público e renda no seu ano de lançamento dos últimos cinco anos.

O sucesso destes filmes com público e renda se deve aos fatores que segundo Silva (2010, p.85) são primordiais para alavancar uma comercialização: número de cópias por lançamento, estratégias de marketing, parceiros e patrocinadores e elementos de prestígio (atores de notoriedade, equipe técnica e outros). Estas obras de temáticas de fácil acesso intelectual, como a comédia através da história do casal que troca de identidades (*Se eu Fosse Você 2*), temática frequente em filmes norte-americanos¹⁹.

¹⁸ <http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/AnosAnteriores/ObrasBrasileiras/118.pdf>

¹⁹ Like father like son (1987), de Rod Daniel e Freaky Friday (2003), de Mark Waters.

Outra temática que vem sendo bem empregada é a que envolve tráfico e usuários de drogas. Em *Meu Nome Não é Johnny* acompanhamos a história de um traficante de drogas do centro do Rio de Janeiro que vive cercado de amigos, festas, drogas e dinheiro até ser apanhado pela polícia.

Além das temáticas contribuírem com a aceitação pelo público e dessa forma com a distribuição, todos os filmes acima citados contam com a participação de atores famosos da TV nacional como Tony Ramos e Glória Pires em *Se Eu Fosse Você 2* e Ingrid Guimarães, Bruno Garcia e Maria Paula em *De Pernas pro Ar*. Não diferente destes, *Tropa de Elite II* contava com um elenco de atores conhecidos como Wagner Moura e Caio Junqueira²⁰, consolidando a teoria de Silva quanto aos fatores contribuintes a boa aceitação no mercado.

Entendendo a estruturação do cinema brasileiro e a forma como este dialoga com o meio industrial/comercial e social é possível aprofundar o estudo e analisar um caso específico do âmbito cinematográfico, nas próximas páginas tratar-se-á respeito dos aspectos de distribuição de *Tropa de Elite II*, e inclusive suas diferenças em comparação com filmes distribuídos pelas empresas *majors*.

²⁰ Atores Brasileiros que trabalham com TV e cinema, ambos nascidos em 1976 sendo o primeiro natural de Salvador e o segundo do Rio de Janeiro.

A Distribuição de *Tropa de Elite II*

Como já foi colocado em capítulos anteriores deste artigo, *Tropa de Elite II* foi distribuído pelos próprios produtores do filme que para executar esta função, arcaram com todos os gastos de distribuição (número de cópias, contratos com salas de exibição, marketing, etc) sem ter a garantia de sucesso do filme. O diretor José Padilha articulou a distribuição da obra utilizando o nome de sua empresa, Zazen Produções que além do diretor, tem como sócio fundador Marcos Prado, o produtor de *Tropa de Elite II*. Foi colocado pela equipe do filme em seu site oficial²¹ “Seja pelas opções inéditas de venda de cotas do projeto diretamente a investidores privados. Seja pela distribuição e lançamento independentes do filme, sem intermediários e com o apoio da Globo Filmes, *Tropa de Elite II* tem tudo para ser o precursor de uma nova forma do se produzir e de se distribuir cinema no Brasil.” (ZAZEN Produções Audiovisuais LTDA).

As experiências obtidas através do primeiro *Tropa* fizeram com que estas mudanças no processo de distribuição ocorressem. Padilha compreendeu, com o primeiro longa-metragem da sequencia, que era necessário proteger o filme, manter a sua integridade e propriedade autoral. Em *Tropa de Elite I*, os produtores perderam parte de seu público e de seus ganhos para a pirataria. Além deste prejuízo incomum aos filmes brasileiros, os produtores ainda perderam para um setor a qual os cineastas brasileiros já se habituaram a destinar uma parcela dos rendimentos, um setor terceirizado que é a distribuidora.

Uma grande estrutura de segurança foi organizada para proteger o filme e impedir a pirataria. Para Marco Aurélio Marcondes da FL & MAM a pirataria somente terá fim quando todas as salas de cinema forem digitais, mas ainda assim há os filmes piratas gravados dentro das salas de cinema que mesmo com baixa qualidade conseguem consumidores. José Padilha colocou que não poderia evitar o inevitável tendo consciência de que assim que estreasse nos cinemas seu filme começaria a ser vendido nas bancas de camelôs. Mas o diretor fez todo o possível para evitar que circulassem de forma ilegal cópias em alta qualidade do segundo *Tropa*. Desta forma, o

²¹ <http://www.tropa2.com.br/>

consumidor que fosse adquirir *Tropa de Elite II* no camelódromo só o conseguiria em versões de baixa qualidade.

Já no lançamento do filme que aconteceu em Paulínia a segurança foi severa, nem mesmo a imprensa escapou dos detectores de metal e do confisco de câmeras filmadoras na entrada. Durante o processo de edição de *Tropa de Elite II*, os computadores que o armazenavam não possuíam conexão com a internet e todos os HDs eram criptografados. Marcos Prado chegou a dizer em entrevista que estavam montando o filme dentro do “Caveirão” (veículo usado pelo BOPE e mostrado no filme). Houve segurança vinte e quatro horas por dia no laboratório responsável pelas cópias oficiais do filme e casa uma das cópias em película possuía um código de identificação invisível a olho nu que possibilitava rastrear onde as cópias piratas eram gravadas. Além desse sistema de rastreamento, cada lata de película possuía um chip de GPS para monitorar a sua localização. James D’Arcy colocou em entrevista a imprensa “Nunca vi no cinema brasileiro essa atenção e cuidado para proteger um filme”.

Padilha colocou em coletiva de imprensa do lançamento do filme que não via necessidade de terceirizar a distribuição a partir do momento em que ele era capaz de exercer as mesmas funções que uma distribuidora exerceria por ele, porém com uma clara vantagem: agregar o percentual de renda que seria repassado à distribuidora ao seu montante de realizador e desta forma obter maior lucro com o seu filme.

A distribuição de *Tropa de Elite II* contou ainda com auxílio do Prêmio de Apoio à Distribuição 2012 do Cinema do Brasil, que cede vinte e cinco mil reais a serem utilizados para cobrir as despesas de comercialização das obras. No caso de *Tropa de Elite II* esta quantia foi utilizada para distribuí-lo pela Gremi Film Production na Polônia.

Desta forma, *Tropa de Elite II* ultrapassou com êxito duas barreiras que foram de extrema relevância para o sucesso de *Tropa de Elite I*, a pirataria e a distribuição terceirizada. Para o diretor da *Filme B*, Sérgio Almeida, *Tropa de Elite II* foi evolucionário montando o esquema próprio de sua distribuição ao invés de solicitar os serviços de uma distribuidora. Almeida comentou em entrevista que essa estrutura de distribuição foi responsável por levar as cópias do filme a 703 salas de cinema em todo o país e acrescenta dizendo que este é o momento de unir produção e distribuição, para

que o produtor/distribuidor fique com a quantia de cerca de 50% do produto, mercado já existe, mas não são todos os filmes que podem fazer isso.

Este formato de distribuição de filmes já vinha sendo utilizado no Brasil, mas até então por pequenas produtoras que lançavam seus filmes no mercado com reduzido número de cópias a fim de distribuí-los para um público já pré-estabelecido como consumidor ideal. Sendo assim, *Tropa de Elite II* foi o primeiro filme brasileiro de grande escala a ser distribuído pelos seus produtores, um caso atípico para a Ancine que deu resultados surpreendentes.

Tropa de Elite II chegou às salas de cinema com 610 cópias em película. É necessário ressaltar que segundo a Filme B, em 2011, havia 2370 salas de cinema em funcionamento no Brasil. Ou seja, foi distribuídas uma cópia em película do filme para cada 3,8 salas de cinema. A estimativa é de que 11.023.475 pessoas foram assistir ao filme nos cinemas o que fez com que a obra somasse a quantia de R\$102.320.114,16 reais de renda segundo a ANCINE.

Ainda segundo a Ancine, *Tropa de Elite II* foi o filme a conquistar maior público entre as obras brasileiras e estrangeiras dentro do país em 2010 e de toda a história do cinema brasileiro. *Tropa de Elite II* superou a bilheteria de *Dona Flor e Seus dois Maridos*²², lançado pela Embrafilme em 1976, que vinha mantendo o título de maior público brasileiro há mais de 30 anos e ainda foi premiado com nove troféus do Grande Prêmio de Cinema Brasileiro 2011 incluindo o de melhor longa-metragem, além de ser o filme brasileiro indicado pelo SAV/MINC ao Oscar 2012.

O sucesso de *Tropa de Elite II* estimulou seus produtores a seguir trabalhando com o formato de distribuição independente, os resultados deste molde causaram resultados tão surpreendentes à conjuntura do cinema nacional que tornou evidente aos produtores o sucesso do novo formato utilizado.

²² Dirigido por Bruno Barreto e lançado em 1976, do gênero comédia baseado no livro de Jorge Amado.

O Efeito *Tropa de Elite II*

Entusiasmados com o lançamento bem sucedido do filme, os produtores deram início a um projeto que só foi possível ser pensado posteriormente a experiência com os dois longas-metragens *Tropa de Elite*. Tal projeto baseava-se no princípio de uma prestadora de serviços que não cobraria dos produtores comissão pela distribuição, mas sim um valor fixo por filme que poderia variar de acordo com o tipo de serviço contratado e o tamanho do lançamento.

Com esta proposta, Marco Aurélio Marcondes e os demais produtores de *Tropa de Elite* buscaram parcerias para a nova empresa distribuidora que ali estava nascendo e assim, ingressaram como sócio-fundadores os seguintes nomes e corporações: CONSPIRAÇÃO Filmes (Andrucha Waddington, Breno Silveira, Cláudio Torres, Eliana Soárez, Pedro Buarque de Hollanda, Ricardo Rangel), LEREBY Produções (Daniel Filho, João de Faria Daniel), MORENA Filmes (Mariza Leão, Sérgio Rezende), O2 Filmes (Andrea Barata Ribeiro, Isabel Berlink, Fernando Meirelles, Paulo Morelli), ZAZEN Produções (José Padilha, Marcos Prado), FL & MAM Participações (Fábio Lima, Marco Aurélio Marcondes) e VINNY Filmes (Wilson Feitosa, Vinicius Gurniak Feitosa). Juntos, estes profissionais deram início a Nossa Distribuidora, um novo modelo de distribuição brasileiro.

Segundo Marcondes²³, diretor geral da empresa, a Nossa Distribuidora nasce graças às condições favoráveis de mercado criadas pelo momento econômico que vive o Brasil, já descritas no começo desse artigo. Os profissionais que dela fazem parte compreendem que é viável diminuir os custos de transação incididos pelos detentores dos direitos patrimoniais na comercialização (distribuidoras *majors*) de seus filmes no mercado e acreditam que esta baixa nos custos irá favorecer o aumento da competitividade do filme brasileiro e das empresas nacionais dentro do mercado.

Foi afirmado na entrevista que o principal objetivo da Nossa Distribuidora e do modelo colocado por ela é oferecer serviços de distribuição para produtores audiovisuais que tem recursos de produção e distribuição disponíveis para seus filmes. Através dos serviços prestados pela Nossa Distribuidora, os produtores terão contato

²³ Informações obtidas através de entrevista via correio eletrônico com a empresa Nossa Distribuidora.

com parceiros de experiência mercadológica e com estrutura necessária para se lançar um filme com êxito.

O trabalho desenvolvido pela Nossa Distribuidora inclui, segundo informações cedidas em entrevista, todos os aspectos descritos por Silva (2010) e pelos estudos da Ancine (mencionados em capítulos anteriores) como fundamentais para a distribuição do filme. São eles: posicionamento e estratégia de marketing; planejamento, negociação e aquisição de mídia; atuação intensiva em *Social Media Marketing* (SMM); planejamento de circuito exibidor; *booking*²⁴ e *back room*²⁵. Além do serviço de coleta de dados de bilheteria, faturamento e cobrança por meio de sistema ao qual o produtor terá acesso irrestrito e em tempo real e administração conjunta com o produtor de uma conta bancária especial na qual será diretamente depositada a receita de bilheteria.

Estes serviços, além de implicar no aumento da renda dos produtores, são fornecidos para sócios da Nossa Distribuidora e demais produtores que não fazem parte da sociedade da empresa, inclusive atendendo às distribuições internacionais. Outro destaque das propostas da Nossa Distribuidora é a ausência de exclusividade sobre os filmes distribuídos, ou seja, os produtores poderão optar por outros servidores do ramo até ao distribuírem fora do país. Isto significa que com este novo formato de distribuição os produtores tornam-se não somente autônomos para decidir a melhor forma de lançamento de acordo com o público e país, mas também livres do processo tradicional de distribuição onde uma empresa terceirizada ganha a maior parte dos lucros.

Para Marcondes, assim como para os demais profissionais envolvidos, a Nossa Distribuidora será mais uma ferramenta à disposição dos produtores e contribuirá para o crescimento do percentual de filmes brasileiros no circuito de telas. Na entrevista realizada com a empresa ficou claro que ela não vem para substituir um modelo de distribuição já existente, vêm para se agregar a ele, construir uma indústria cinematográfica mais sólida e sustentável. Entretanto, este aperfeiçoamento do meio industrial somente será possível com auxílio dos programas já existentes e fundamentais ao mercado que se construiu até hoje, as políticas públicas de apoio ao setor exercidas

²⁴ Booking: compreende as atividades de negociação com os circuitos exibidores, determinar as salas de exibição que irão passar o filme, o tempo que o filme ficará em cartaz e o aluguel do mesmo para estas salas.

²⁵ Back room: armazenagem de cópias, cartazes, trailers etc.

pela Ancine, BNDES, FINEP e Minc, como foi colocado anteriormente nesse estudo. A Nossa Distribuidora vê no estado um parceiro essencial ao cinema brasileiro e um fomentador de crescimento econômico, desenvolvimento sociocultural.

Foi informado através da entrevista que uma nova distribuidora independente está entrando no mercado, a Diamond Films que, sob direção de Marcondes lançará seu primeiro filme (*O Quarteto*, de Dustin Hoffman) com estreia para 1º de março. Na distribuição dos filmes nacionais a Diamonds Films terá como parceira a empresa Nossa Distribuidora da qual Marcondes também é fundador. Primeiramente a Diamond Films era em parte constituída pela Telefilms e tinha seus filmes lançados através da Paris Filmes. A empresa decidiu lançar seus filmes de forma direta a partir de 2010 e implantou a Diamonds na Argentina e no Chile, trazendo-a agora Brasil. Tais informações foram cedidas por Mariana Lopes, gerente de informações da Diamonds Films.

Mariana Lopes ²⁶colocou que hoje a Nossa Distribuidora está passando por um momento de reformulações, já que “o modelo vai continuar, mas ela vai ser encontrada uma outra empresa de distribuição. Porque hoje no mercado a Nossa, eu não posso dizer que ela está operando, ela está por enquanto no “limbo”.” Marco Aurélio se mantém enquanto diretor geral, mas hoje a Nossa Distribuidora já não conta mais com a participação de todos os membros do grupo de fundadores primordiais.

As empresas Vinny Filmes, Lereby Produções, Morena Filmes e O2 Filmes não integram mais o grupo, restando a Nossa Distribuidora a Zazen e a Conspiração Filmes como colaboradoras. “A operação entre as duas empresas, sem que se mude a essência que levou a criação da Nossa, é uma oportunidade única para se avançar no modelo que pressupõe a efetiva independência dos produtores”, diz Marco Aurélio.

²⁶ Informação oral e particular fornecida através de entrevista.

Conclusão

De acordo com os autores que guiam este estudo, Barone (2008) e Silva (2010), existem hoje no Brasil três modelos básicos de distribuição: filmes distribuídos por *majors*, filmes distribuídos por empresas nacionais e filmes distribuídos independentemente. Segundo a Ancine, até o lançamento de *Tropa de Elite II*, acreditava-se que a distribuição independente funcionava apenas para filmes de pequeno porte e gerava participações baixas na bilheteria nacional.

Foi visto nos capítulos deste estudo que *Tropa de Elite II* teve seu processo de distribuição alterado com a intenção de aumentar os ganhos dos produtores com o filme, já que a partir do momento em que os produtores passam a ser também distribuidores há acúmulo de funções o que resulta em acúmulo de capital. Este acúmulo de trabalho não prejudica os produtores e diretores porque o filme é deles, a essência, a história e todos os componentes da obra partem deles, são eles os maiores conhecedores sobre o filme. Desta forma, distribuir torna-se apenas mais uma etapa a ser realizada e pelo fato dos produtores e diretores distribuírem o próprio filme tem-se a realização desta etapa com extrema eficiência.

Constatou-se neste artigo que a alteração do processo de distribuição do filme *Tropa de Elite II* teve relação com as experiências vividas pelos produtores no primeiro longa-metragem (*Tropa de Elite I*). Por este motivo foi realizado um estudo, detalhado nos capítulos anteriores, das modificações ocorridas entre os dois filmes. A Tabela 2 (Consultar Anexo 2) ilustra as modificações no processo de distribuição de *Tropa de Elite II* em comparação ao *Tropa de Elite I*.

Tropa de Elite II alcançou público cerca de cinco vezes maior do que *Tropa de Elite I* utilizando o dobro de cópias do filme e impedindo que fosse perdido público e renda para a pirataria. Como foi colocado nos capítulos deste artigo, este aumento de público se dá não somente pelo maior número de cópias, mas também por ser um filme de grande escala que como define Silva são filmes que atraem grande público através da divulgação massiva, atores conhecidos e temáticas de fácil alcance intelectual. Silva também coloca em seus estudos que um filme que é sequência de outro filme de sucesso atrai o público através das experiências vividas pelos espectadores com as obras anteriores a esta recém-lançada. O formato independente de distribuição possibilitou

que o filme chegasse a um número grande de salas porque as negociações com o mercado exibidor eram diretas, sem intermédio de outra empresa. Ao arcar somente com os gastos das cópias do filme, trailers, cartazes, contratos, etc. os produtores obtiveram maior lucro com a distribuição em *Tropa de Elite II* do que no primeiro filme, pois não foi necessário destinar parte dos ganhos a uma distribuidora terceirizada.

Conclui-se que hoje o Brasil está passando por um momento de transição do processo de distribuição dos filmes nacionais. O estudo de caso dos filmes *Tropa de Elite I e II*, realizado neste artigo possibilitou perceber a distribuição independente como um formato cabível aos moldes da indústria brasileira e um modelo com perspectivas de sucesso já que vai de encontro ao que Barone afirma como ideal para a indústria cinematográfica brasileira e elimina do processo de Produção – Distribuição – Exibição as grandes empresas *majors* que detém maior parte do lucro e são descritas por Barone (2008) como empecilhos ao cinema brasileiro.

Atualmente a Nossa Distribuidora passa por reformulações, mas permanece em atividade no mercado contando apenas com as participações das empresas Zazen Produções e Conspiração Filmes. A sua atual atividade no mercado somando a recente atividade de outra distribuidora com o mesmo caráter que esta, a Diamond Films, comprova a eficiência deste novo modelo distribuidor, mas ainda é necessário consolidar a empresa, que ainda é recente no mercado, para afirmar o seu sucesso.

Referências Bibliográficas:

ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. **Cinema: desenvolvimento e mercado**. Rio de Janeiro: Primeiro Plano, 2003.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4. Ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

CANCLINI, Nestor García. **Diferentes, desiguais e Desconectados: mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.

DA SILVA, Hadija Chalupe. **O Filme nas Telas – Distribuição do Cinema Nacional**. São Paulo: Terceiro Nome, 2010.

MELEIRO, Alessandra - Organizadora. **Cinema no Mundo: indústria, política e mercado**. São Paulo: Escrituras Editora, 2007

BARONE, João Guilherme Barone. **Comunicação e indústria audiovisual: cenários tecnológicos & institucionais do cinema brasileiro na década de 1990**. Sulina: Porto Alegre, 2009.

SOUZA, Carlos Roberto. **Nossa Aventura na Tela – A trajetória fascinante do cinema brasileiro da primeira filmagem a “Central do Brasil”**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1998.

Webgrafia:

Agência Nacional do Cinema. Disponível em < www.ancine.gov.br >. Acessado em 20/02/2013

Cineclick. Disponível em < www.cineclick.com.br >. Acessado em 20/02/2013

Filme B. Disponível em < www.filmeb.com.br >. Acessado em 20/02/2013

Gazeta. Disponível em < www.gazetaonline.globo.com >. Acessado em 20/02/2013

IBGE. Disponível em < www.ibge.gov.br >. Acessado em 20/02/2013

Infoabril. Disponível em < www.info.abril.com.br >. Acessado em 20/02/2013

Ministério da Cultura. Disponível em < www.cultura.gov.br >. Acessado em 20/02/2013

Página Oficial Tropa de Elite II. Disponível em < <http://www.tropa2.com.br> >. Acessado em 20/02/2013

Zazen Produções. Disponível em < www.zazen.com.br >. Acessado em 20/02/2013

Anexo 1

Tabela 1.

TÍTULO	DISTR.	CÓPIAS	PUBLICO	RENDA	ANO
De Pernas pro Ar ²⁷	Downtown	346	3.095.894	27.528.799,59	2011
Tropa de Elite II	Zazen	610	11.023.475	102.320.114,16	2010
Se Eu Fosse Você 2 ²⁸	FOX	310	6.112.851	50.543.885,00	2009
Meu Nome Não é Johnny ²⁹	Columbia	162	2.099.294	18.092.043,00	2008
Tropa de Elite I	Universal	336	2.417.193	20.393.792,00	2007

²⁷ Sinopse: Alice era casada e bem sucedida, mas perde o emprego e o marido no mesmo dia. É quando ela passa a contar com a ajuda da vizinha Marcela sua nova amiga e sócia em um sex shop onde Alice irá descobrir os prazeres dos sex toys.

²⁸ Sinopse: Cláudio e Helena estão prestes a se separar, porém, em uma discussão trocam de corpos mais uma vez tendo que viver a vida do outro e enfrentar todos os seus problemas de relacionamento.

²⁹ João Guilherme Estrella viveu intensamente os anos 80 e 90, conheceu o universo das drogas, mesmo sem jamais pisar numa favela. Tornou-se o maior vendedor de drogas do RJ, sendo preso em 1995. A partir de então passou a viver o cotidiano do sistema carcerário brasileiro.

Anexo 2

Tabela 2.

Comparativos	Tropa de Elite I	Tropa de Elite II	Tropa de Elite II em Relação ao I.
Distribuição	Major (Universal).	Independente (Zazen) Nossa Distribuidora.	Novo formato de distribuição
Gastos com empresas de distribuição terceirizadas	Cerca de 50% do lucro total.	Arcou apenas com gastos das cópias, cartazes, trailers, contratos com os exibidores, etc.	Não houve gastos com distribuidora terceirizada.
Pirataria	Vazamento de cópias piratas em alta qualidade	Alta segurança contra a pirataria. Enquanto o filme estava nas salas de cinema só foram comercializadas cópias piratas de baixa qualidade, gravadas dentro das salas de cinema.	Impediu a pirataria.
Número de Cópias	336	610	274 cópias a mais.
Público	2.417.193 pessoas	11.023.475 pessoas	8.606.282 espectadores a mais
Renda	20.393.792,00 Reais	102.320.114,16 Reais	81.926.322,00 Reais a mais.