

## Expansão do mercado brasileiro de salas pelo controle e informação

A avaliação da real dimensão econômica do mercado brasileiro para os filmes americanos encontra-se prejudicada pela pouca credibilidade do controle exercido diretamente nas bilheterias. Tendo ~~o~~ o Governo Brasileiro se mostrado historicamente incapacitado de promover uma fiscalização eficiente abrangendo o mercado como um todo, as distribuidoras americanas vêm seu produto lançado nele com absoluta liberdade por parte do exibidor. Ainda mais que pelo extremo zelo que a produção brasileira dedica à sua reserva de mercado, a prioridade da fiscalização estatal é direcionada para o filme nacional.

O fato do ingresso padronizado e a retenção de 70% do imposto de renda sobre a remessa de lucros das distribuidoras estrangeiras, constituírem receitas da Embrafilme e alimentarem a produção de filmes brasileiros, não foi suficiente, ao longo destes vinte anos de existência do controle estatal, para que o Governo se interessasse pela realidade do mercado. O forte subsídio recebido pela produção brasileira bem como a necessidade de maquiar a relativa produtividade econômica deste investimento fizeram com que <sup>tempo</sup> ao longo deste ~~período~~ o controle do mercado e as informações correspondentes involuíssem a um ponto jamais atingido.

Neste quadro, o destino do filme estrangeiro fica praticamente entregue na mão do exibidor. O distribuidor tenta por todos os meios se ressacar nos limites do tradicional conflito de interesses com o exibidor: exige altas porcentagens, concentra seu produto na fatia mais rendosa do mercado, estabelece preços fixos e fiscaliza a frequência através de agentes particulares. Na verdade, estas providências desenvolvem uma mesma estratégia: diminuir o prejuízo causado pela evasão de rendas. O rodizio de ingressos, forma mais frequente de fraude, se apropria ~~da~~ da alta porcentagem obtida na melhor fatia do mercado. Nas praças mais afastadas, ~~o~~ o preço fixo representa implicitamente o reconhecimento desta prática.

A fiscalização privada, mal remunerada e inserida num contexto cultural onde a corrupção é um dado sistematico, produz um efeito porisso mesmo comprometido.

Acrescente-se que a exibição arca com as consequências da pobreza de dois terços da população brasileira e sua exclusão do lazer cinematografico. Assim, as dificuldades economicas não justificam mas favorecem, como medida de sobrevivencia do setor, a presença de outra instituição da corrupção brasileira: o "caixa dois", o eufemismo refere-se à apropriação dos recursos produzidos pelo mercado, por meio de uma contabilidade clandestina.

Não se trata de citar casos concretos mas referir um mecanismo econômico vicioso. ~~no~~ Como na ocupação de um quarto de hotel vendida sem registro, é difícil identificar se a iniciativa é do empregado ou do proprietário, já que a fraude não deixa registro físico nem contábil.

Uma atuação saneadora sobre o setor é obrigada a partir de um plano muito elementar, a colocação de um "olheiro" para verificar no local quantas pessoas entram na sala. Ele pode ser uma grande fonte de controle <sup>de</sup> informações, mas se sua remuneração equivale a ~~meio~~ <sup>ou pouco</sup> das entradas, é literalmente isto ou pouco mais o suficiente para fazê-lo mudar de lado ou transformá-lo em "agente duplo", fiscal "medio".

O estabelecimento de um serviço de controle de receitas com agentes <sup>razoavelmente</sup> ~~sem~~ remunerados, com interesse de defenderem sua vinculação empregaticia, bem treinados, mas sobretudo forte e permanentemente supervisionados, deveria fazer com que mais cedo ou mais tarde, tanto pela credibilidade do sistema quanto pelo acúmulo de informações sobre a performance dos filmes em cada cinema, fosse possível estabelecer a verdade do mercado.

E ~~desta~~ <sup>em</sup> ~~desta~~ verdade deverá ~~constar~~ <sup>em</sup> o mapa da fraude, os "buracos negros" em que a composição sócio-econômica da população tornam surpreendentes resultados sistematicamente medíocres. A ser estabelecido tanto pelas informações diretas colhidas no campo quanto pelo seu cruzamento com as informações fornecidas pelo mercado em geral, através da utilização do processamento de dados.

o-o-o-o-o-o-

Performance