

**Cine Argentino – por que ele é bom... será?**

**Argentinean cinema- why it is good... is it?**

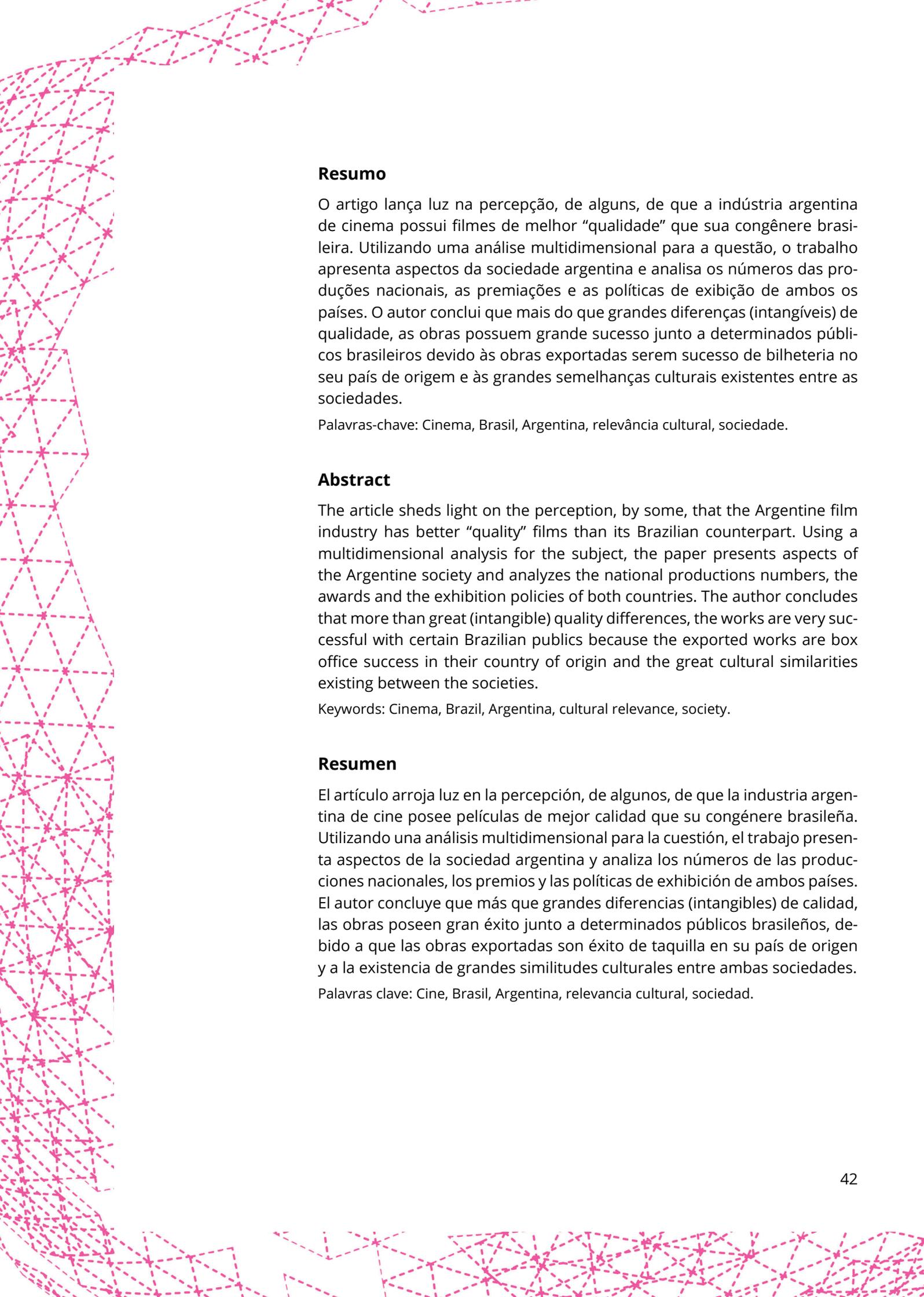
**Cine Argentino – por que es bueno,.. ¿será?**

**Claudio Nazareno**

Consultor Legislativo em CT&I, Comunicações e Informática da Câmara dos Deputados. Doutor em Estudos em Filmes e Televisão pela Universidade de Roehampton, Londres, Reino Unido

Contato: [claudio.nazareno@camara.leg.br](mailto:claudio.nazareno@camara.leg.br)

Artigo submetido em 08/06/2017 e aprovado em 25/07/2017.



## Resumo

O artigo lança luz na percepção, de alguns, de que a indústria argentina de cinema possui filmes de melhor “qualidade” que sua congênera brasileira. Utilizando uma análise multidimensional para a questão, o trabalho apresenta aspectos da sociedade argentina e analisa os números das produções nacionais, as premiações e as políticas de exibição de ambos os países. O autor conclui que mais do que grandes diferenças (intangíveis) de qualidade, as obras possuem grande sucesso junto a determinados públicos brasileiros devido às obras exportadas serem sucesso de bilheteria no seu país de origem e às grandes semelhanças culturais existentes entre as sociedades.

Palavras-chave: Cinema, Brasil, Argentina, relevância cultural, sociedade.

## Abstract

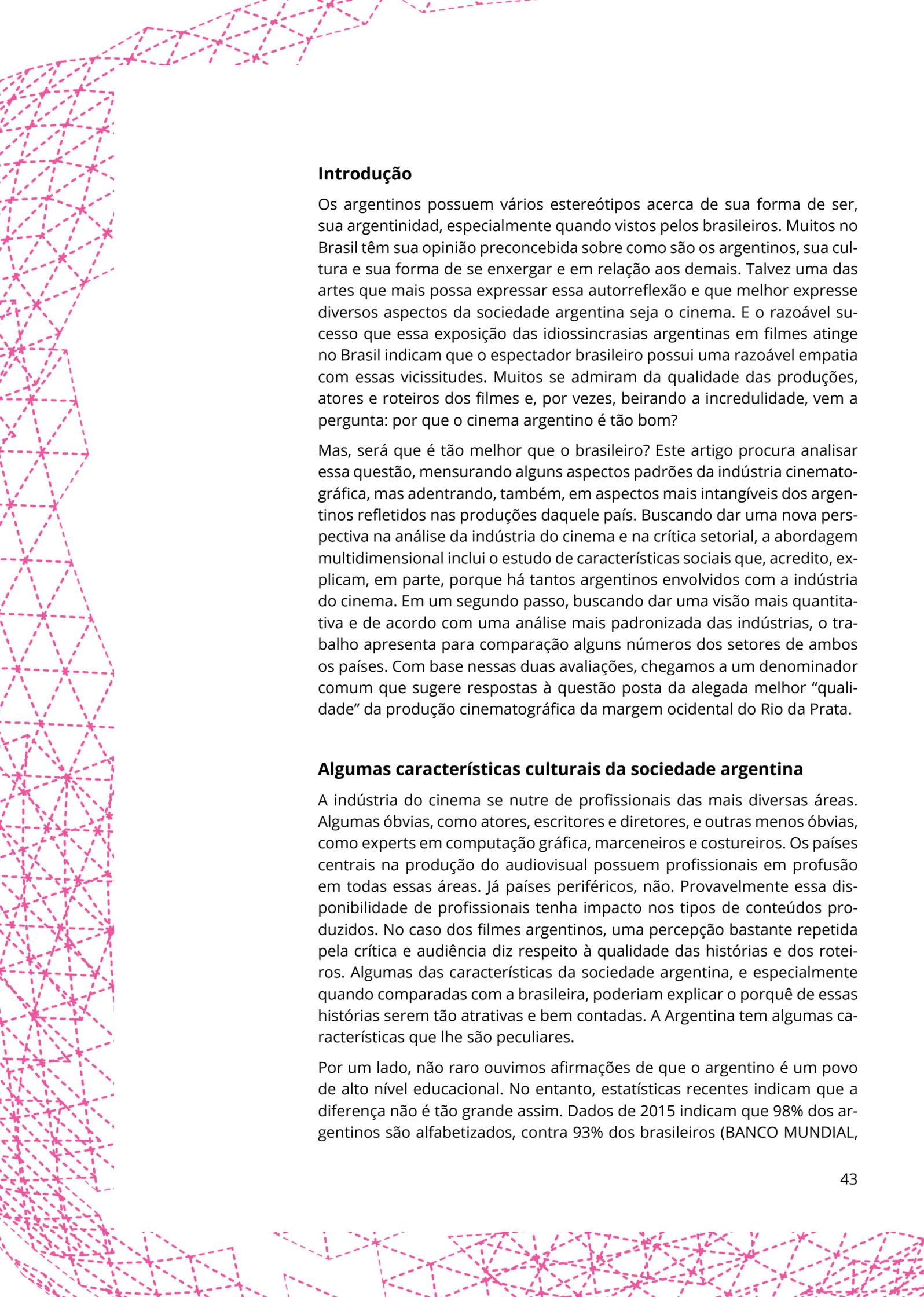
The article sheds light on the perception, by some, that the Argentine film industry has better “quality” films than its Brazilian counterpart. Using a multidimensional analysis for the subject, the paper presents aspects of the Argentine society and analyzes the national productions numbers, the awards and the exhibition policies of both countries. The author concludes that more than great (intangible) quality differences, the works are very successful with certain Brazilian publics because the exported works are box office success in their country of origin and the great cultural similarities existing between the societies.

Keywords: Cinema, Brazil, Argentina, cultural relevance, society.

## Resumen

El artículo arroja luz en la percepción, de algunos, de que la industria argentina de cine posee películas de mejor calidad que su congênera brasileña. Utilizando una análisis multidimensional para la cuestión, el trabajo presenta aspectos de la sociedad argentina y analiza los números de las producciones nacionales, los premios y las políticas de exhibición de ambos países. El autor concluye que más que grandes diferencias (intangibles) de calidad, las obras poseen gran éxito junto a determinados públicos brasileños, debido a que las obras exportadas son éxito de taquilla en su país de origen y a la existencia de grandes similitudes culturales entre ambas sociedades.

Palabras clave: Cine, Brasil, Argentina, relevancia cultural, sociedad.



## Introdução

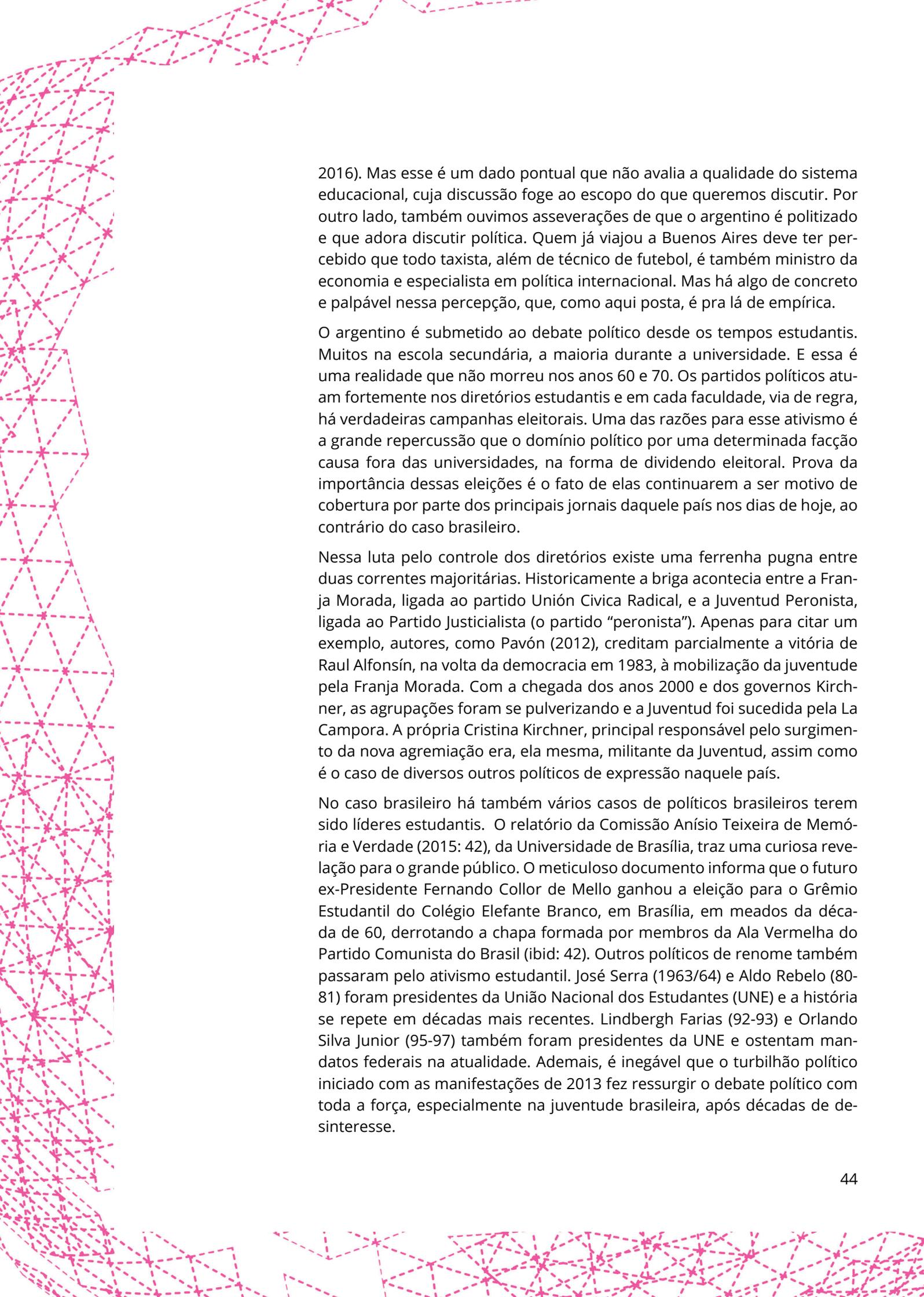
Os argentinos possuem vários estereótipos acerca de sua forma de ser, sua argentinidad, especialmente quando vistos pelos brasileiros. Muitos no Brasil têm sua opinião preconcebida sobre como são os argentinos, sua cultura e sua forma de se enxergar e em relação aos demais. Talvez uma das artes que mais possa expressar essa autorreflexão e que melhor expresse diversos aspectos da sociedade argentina seja o cinema. E o razoável sucesso que essa exposição das idiossincrasias argentinas em filmes atinge no Brasil indicam que o espectador brasileiro possui uma razoável empatia com essas vicissitudes. Muitos se admiram da qualidade das produções, atores e roteiros dos filmes e, por vezes, beirando a incredulidade, vem a pergunta: por que o cinema argentino é tão bom?

Mas, será que é tão melhor que o brasileiro? Este artigo procura analisar essa questão, mensurando alguns aspectos padrões da indústria cinematográfica, mas adentrando, também, em aspectos mais intangíveis dos argentinos refletidos nas produções daquele país. Buscando dar uma nova perspectiva na análise da indústria do cinema e na crítica setorial, a abordagem multidimensional inclui o estudo de características sociais que, acredito, explicam, em parte, porque há tantos argentinos envolvidos com a indústria do cinema. Em um segundo passo, buscando dar uma visão mais quantitativa e de acordo com uma análise mais padronizada das indústrias, o trabalho apresenta para comparação alguns números dos setores de ambos os países. Com base nessas duas avaliações, chegamos a um denominador comum que sugere respostas à questão posta da alegada melhor “qualidade” da produção cinematográfica da margem ocidental do Rio da Prata.

## Algumas características culturais da sociedade argentina

A indústria do cinema se nutre de profissionais das mais diversas áreas. Algumas óbvias, como atores, escritores e diretores, e outras menos óbvias, como experts em computação gráfica, marceneiros e costureiros. Os países centrais na produção do audiovisual possuem profissionais em profusão em todas essas áreas. Já países periféricos, não. Provavelmente essa disponibilidade de profissionais tenha impacto nos tipos de conteúdos produzidos. No caso dos filmes argentinos, uma percepção bastante repetida pela crítica e audiência diz respeito à qualidade das histórias e dos roteiros. Algumas das características da sociedade argentina, e especialmente quando comparadas com a brasileira, poderiam explicar o porquê de essas histórias serem tão atrativas e bem contadas. A Argentina tem algumas características que lhe são peculiares.

Por um lado, não raro ouvimos afirmações de que o argentino é um povo de alto nível educacional. No entanto, estatísticas recentes indicam que a diferença não é tão grande assim. Dados de 2015 indicam que 98% dos argentinos são alfabetizados, contra 93% dos brasileiros (BANCO MUNDIAL,

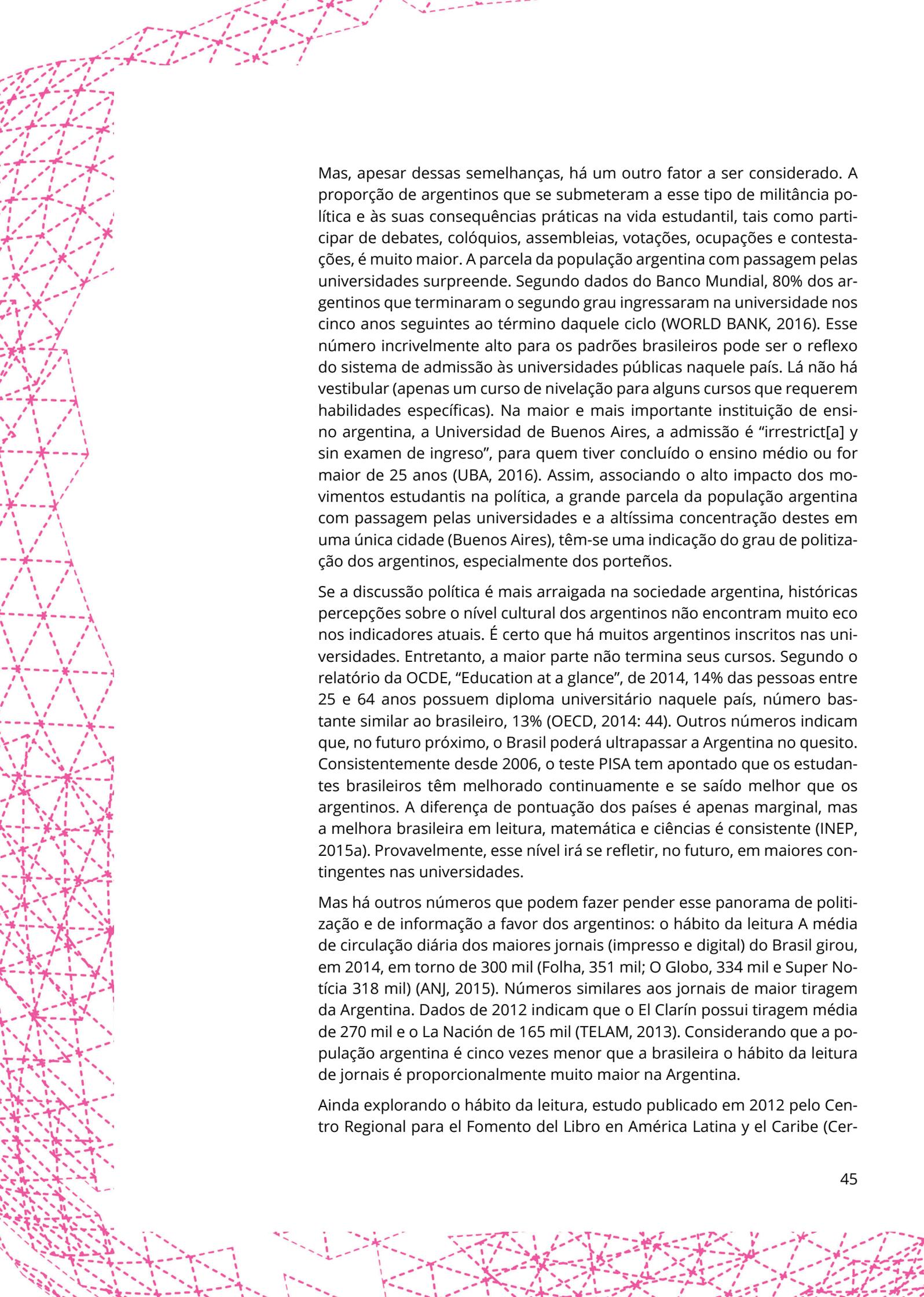


2016). Mas esse é um dado pontual que não avalia a qualidade do sistema educacional, cuja discussão foge ao escopo do que queremos discutir. Por outro lado, também ouvimos asseverações de que o argentino é politizado e que adora discutir política. Quem já viajou a Buenos Aires deve ter percebido que todo taxista, além de técnico de futebol, é também ministro da economia e especialista em política internacional. Mas há algo de concreto e palpável nessa percepção, que, como aqui posta, é pra lá de empírica.

O argentino é submetido ao debate político desde os tempos estudantis. Muitos na escola secundária, a maioria durante a universidade. E essa é uma realidade que não morreu nos anos 60 e 70. Os partidos políticos atuam fortemente nos diretórios estudantis e em cada faculdade, via de regra, há verdadeiras campanhas eleitorais. Uma das razões para esse ativismo é a grande repercussão que o domínio político por uma determinada facção causa fora das universidades, na forma de dividendo eleitoral. Prova da importância dessas eleições é o fato de elas continuarem a ser motivo de cobertura por parte dos principais jornais daquele país nos dias de hoje, ao contrário do caso brasileiro.

Nessa luta pelo controle dos diretórios existe uma ferrenha pugna entre duas correntes majoritárias. Historicamente a briga acontecia entre a Franja Morada, ligada ao partido Unión Civica Radical, e a Juventud Peronista, ligada ao Partido Justicialista (o partido "peronista"). Apenas para citar um exemplo, autores, como Pavón (2012), creditam parcialmente a vitória de Raul Alfonsín, na volta da democracia em 1983, à mobilização da juventude pela Franja Morada. Com a chegada dos anos 2000 e dos governos Kirchner, as agrupações foram se pulverizando e a Juventud foi sucedida pela La Campa. A própria Cristina Kirchner, principal responsável pelo surgimento da nova agremiação era, ela mesma, militante da Juventud, assim como é o caso de diversos outros políticos de expressão naquele país.

No caso brasileiro há também vários casos de políticos brasileiros terem sido líderes estudantis. O relatório da Comissão Anísio Teixeira de Memória e Verdade (2015: 42), da Universidade de Brasília, traz uma curiosa revelação para o grande público. O meticuloso documento informa que o futuro ex-Presidente Fernando Collor de Mello ganhou a eleição para o Grêmio Estudantil do Colégio Elefante Branco, em Brasília, em meados da década de 60, derrotando a chapa formada por membros da Ala Vermelha do Partido Comunista do Brasil (ibid: 42). Outros políticos de renome também passaram pelo ativismo estudantil. José Serra (1963/64) e Aldo Rebelo (80-81) foram presidentes da União Nacional dos Estudantes (UNE) e a história se repete em décadas mais recentes. Lindbergh Farias (92-93) e Orlando Silva Junior (95-97) também foram presidentes da UNE e ostentam mandatos federais na atualidade. Ademais, é inegável que o turbilhão político iniciado com as manifestações de 2013 fez ressurgir o debate político com toda a força, especialmente na juventude brasileira, após décadas de desinteresse.

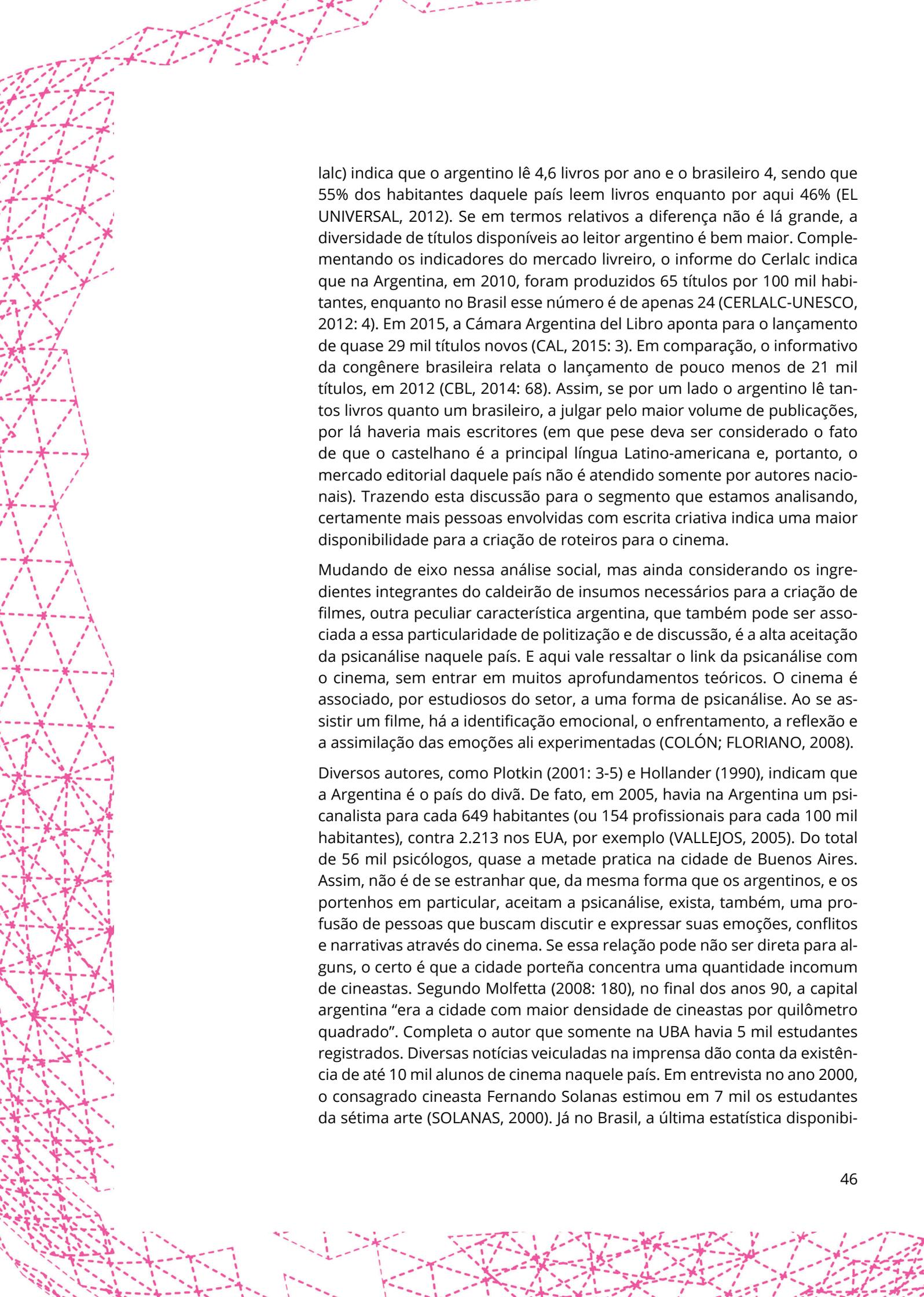


Mas, apesar dessas semelhanças, há um outro fator a ser considerado. A proporção de argentinos que se submeteram a esse tipo de militância política e às suas consequências práticas na vida estudantil, tais como participar de debates, colóquios, assembleias, votações, ocupações e contestações, é muito maior. A parcela da população argentina com passagem pelas universidades surpreende. Segundo dados do Banco Mundial, 80% dos argentinos que terminaram o segundo grau ingressaram na universidade nos cinco anos seguintes ao término daquele ciclo (WORLD BANK, 2016). Esse número incrivelmente alto para os padrões brasileiros pode ser o reflexo do sistema de admissão às universidades públicas naquele país. Lá não há vestibular (apenas um curso de nivelção para alguns cursos que requerem habilidades específicas). Na maior e mais importante instituição de ensino argentina, a Universidad de Buenos Aires, a admissão é “irrestrict[a] y sin examen de ingreso”, para quem tiver concluído o ensino médio ou for maior de 25 anos (UBA, 2016). Assim, associando o alto impacto dos movimentos estudantis na política, a grande parcela da população argentina com passagem pelas universidades e a altíssima concentração destes em uma única cidade (Buenos Aires), têm-se uma indicação do grau de politização dos argentinos, especialmente dos porteños.

Se a discussão política é mais arraigada na sociedade argentina, históricas percepções sobre o nível cultural dos argentinos não encontram muito eco nos indicadores atuais. É certo que há muitos argentinos inscritos nas universidades. Entretanto, a maior parte não termina seus cursos. Segundo o relatório da OCDE, “Education at a glance”, de 2014, 14% das pessoas entre 25 e 64 anos possuem diploma universitário naquele país, número bastante similar ao brasileiro, 13% (OECD, 2014: 44). Outros números indicam que, no futuro próximo, o Brasil poderá ultrapassar a Argentina no quesito. Consistentemente desde 2006, o teste PISA tem apontado que os estudantes brasileiros têm melhorado continuamente e se saído melhor que os argentinos. A diferença de pontuação dos países é apenas marginal, mas a melhora brasileira em leitura, matemática e ciências é consistente (INEP, 2015a). Provavelmente, esse nível irá se refletir, no futuro, em maiores contingentes nas universidades.

Mas há outros números que podem fazer pender esse panorama de politização e de informação a favor dos argentinos: o hábito da leitura. A média de circulação diária dos maiores jornais (impresso e digital) do Brasil girou, em 2014, em torno de 300 mil (Folha, 351 mil; O Globo, 334 mil e Super Notícia 318 mil) (ANJ, 2015). Números similares aos jornais de maior tiragem da Argentina. Dados de 2012 indicam que o El Clarín possui tiragem média de 270 mil e o La Nación de 165 mil (TELAM, 2013). Considerando que a população argentina é cinco vezes menor que a brasileira o hábito da leitura de jornais é proporcionalmente muito maior na Argentina.

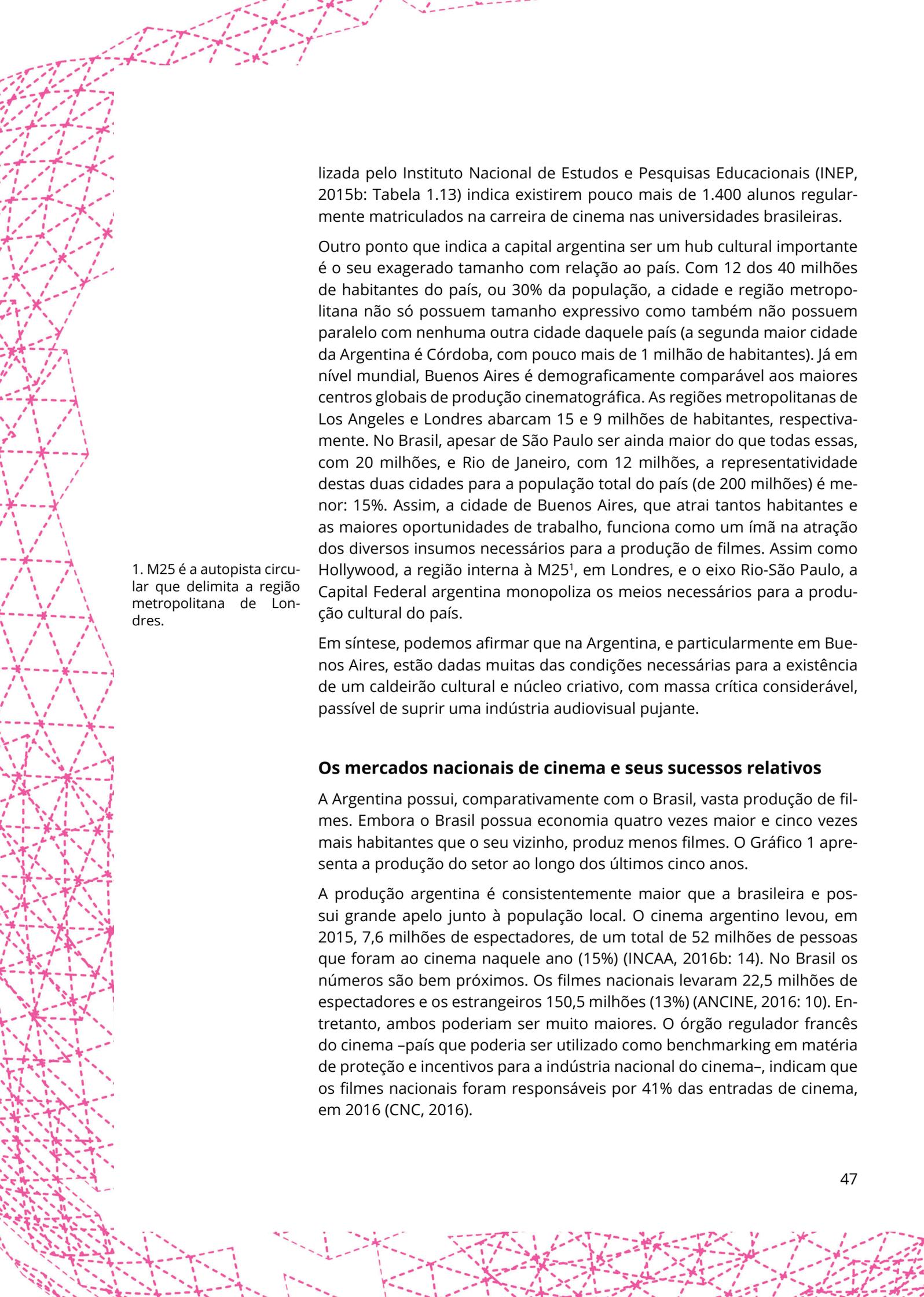
Ainda explorando o hábito da leitura, estudo publicado em 2012 pelo Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (Cer-



lalc) indica que o argentino lê 4,6 livros por ano e o brasileiro 4, sendo que 55% dos habitantes daquele país leem livros enquanto por aqui 46% (EL UNIVERSAL, 2012). Se em termos relativos a diferença não é lá grande, a diversidade de títulos disponíveis ao leitor argentino é bem maior. Complementando os indicadores do mercado livreiro, o informe do Cerlalc indica que na Argentina, em 2010, foram produzidos 65 títulos por 100 mil habitantes, enquanto no Brasil esse número é de apenas 24 (CERLALC-UNESCO, 2012: 4). Em 2015, a Cámara Argentina del Libro aponta para o lançamento de quase 29 mil títulos novos (CAL, 2015: 3). Em comparação, o informativo da congênera brasileira relata o lançamento de pouco menos de 21 mil títulos, em 2012 (CBL, 2014: 68). Assim, se por um lado o argentino lê tantos livros quanto um brasileiro, a julgar pelo maior volume de publicações, por lá haveria mais escritores (em que pese deva ser considerado o fato de que o castelhano é a principal língua Latino-americana e, portanto, o mercado editorial daquele país não é atendido somente por autores nacionais). Trazendo esta discussão para o segmento que estamos analisando, certamente mais pessoas envolvidas com escrita criativa indica uma maior disponibilidade para a criação de roteiros para o cinema.

Mudando de eixo nessa análise social, mas ainda considerando os ingredientes integrantes do caldeirão de insumos necessários para a criação de filmes, outra peculiar característica argentina, que também pode ser associada a essa particularidade de politização e de discussão, é a alta aceitação da psicanálise naquele país. E aqui vale ressaltar o link da psicanálise com o cinema, sem entrar em muitos aprofundamentos teóricos. O cinema é associado, por estudiosos do setor, a uma forma de psicanálise. Ao se assistir um filme, há a identificação emocional, o enfrentamento, a reflexão e a assimilação das emoções ali experimentadas (COLÓN; FLORIANO, 2008).

Diversos autores, como Plotkin (2001: 3-5) e Hollander (1990), indicam que a Argentina é o país do divã. De fato, em 2005, havia na Argentina um psicanalista para cada 649 habitantes (ou 154 profissionais para cada 100 mil habitantes), contra 2.213 nos EUA, por exemplo (VALLEJOS, 2005). Do total de 56 mil psicólogos, quase a metade pratica na cidade de Buenos Aires. Assim, não é de se estranhar que, da mesma forma que os argentinos, e os portenhos em particular, aceitam a psicanálise, exista, também, uma profusão de pessoas que buscam discutir e expressar suas emoções, conflitos e narrativas através do cinema. Se essa relação pode não ser direta para alguns, o certo é que a cidade porteña concentra uma quantidade incomum de cineastas. Segundo Molfetta (2008: 180), no final dos anos 90, a capital argentina “era a cidade com maior densidade de cineastas por quilômetro quadrado”. Completa o autor que somente na UBA havia 5 mil estudantes registrados. Diversas notícias veiculadas na imprensa dão conta da existência de até 10 mil alunos de cinema naquele país. Em entrevista no ano 2000, o consagrado cineasta Fernando Solanas estimou em 7 mil os estudantes da sétima arte (SOLANAS, 2000). Já no Brasil, a última estatística disponibi-



1. M25 é a autopista circular que delimita a região metropolitana de Londres.

lizada pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP, 2015b: Tabela 1.13) indica existirem pouco mais de 1.400 alunos regularmente matriculados na carreira de cinema nas universidades brasileiras.

Outro ponto que indica a capital argentina ser um hub cultural importante é o seu exagerado tamanho com relação ao país. Com 12 dos 40 milhões de habitantes do país, ou 30% da população, a cidade e região metropolitana não só possuem tamanho expressivo como também não possuem paralelo com nenhuma outra cidade daquele país (a segunda maior cidade da Argentina é Córdoba, com pouco mais de 1 milhão de habitantes). Já em nível mundial, Buenos Aires é demograficamente comparável aos maiores centros globais de produção cinematográfica. As regiões metropolitanas de Los Angeles e Londres abarcam 15 e 9 milhões de habitantes, respectivamente. No Brasil, apesar de São Paulo ser ainda maior do que todas essas, com 20 milhões, e Rio de Janeiro, com 12 milhões, a representatividade destas duas cidades para a população total do país (de 200 milhões) é menor: 15%. Assim, a cidade de Buenos Aires, que atrai tantos habitantes e as maiores oportunidades de trabalho, funciona como um ímã na atração dos diversos insumos necessários para a produção de filmes. Assim como Hollywood, a região interna à M25<sup>1</sup>, em Londres, e o eixo Rio-São Paulo, a Capital Federal argentina monopoliza os meios necessários para a produção cultural do país.

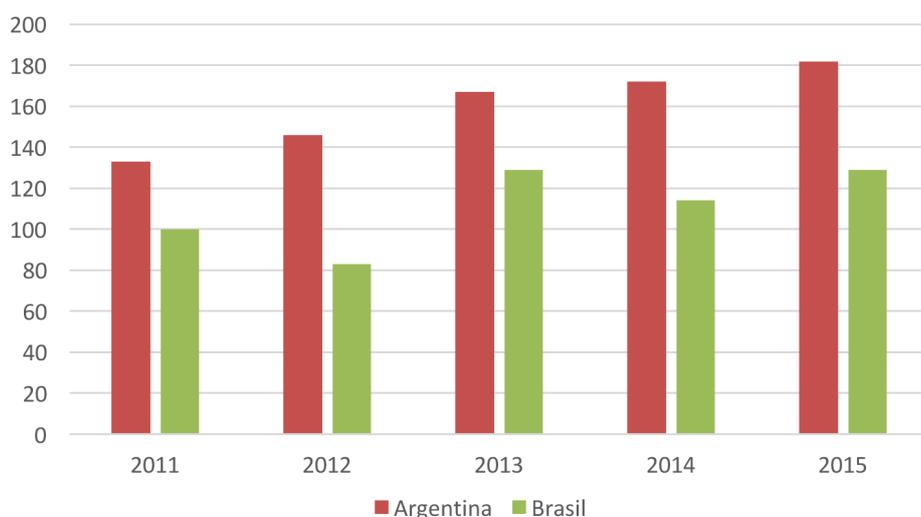
Em síntese, podemos afirmar que na Argentina, e particularmente em Buenos Aires, estão dadas muitas das condições necessárias para a existência de um caldeirão cultural e núcleo criativo, com massa crítica considerável, passível de suprir uma indústria audiovisual pujante.

### **Os mercados nacionais de cinema e seus sucessos relativos**

A Argentina possui, comparativamente com o Brasil, vasta produção de filmes. Embora o Brasil possua economia quatro vezes maior e cinco vezes mais habitantes que o seu vizinho, produz menos filmes. O Gráfico 1 apresenta a produção do setor ao longo dos últimos cinco anos.

A produção argentina é consistentemente maior que a brasileira e possui grande apelo junto à população local. O cinema argentino levou, em 2015, 7,6 milhões de espectadores, de um total de 52 milhões de pessoas que foram ao cinema naquele ano (15%) (INCAA, 2016b: 14). No Brasil os números são bem próximos. Os filmes nacionais levaram 22,5 milhões de espectadores e os estrangeiros 150,5 milhões (13%) (ANCINE, 2016: 10). Entretanto, ambos poderiam ser muito maiores. O órgão regulador francês do cinema –país que poderia ser utilizado como benchmarking em matéria de proteção e incentivos para a indústria nacional do cinema–, indicam que os filmes nacionais foram responsáveis por 41% das entradas de cinema, em 2016 (CNC, 2016).

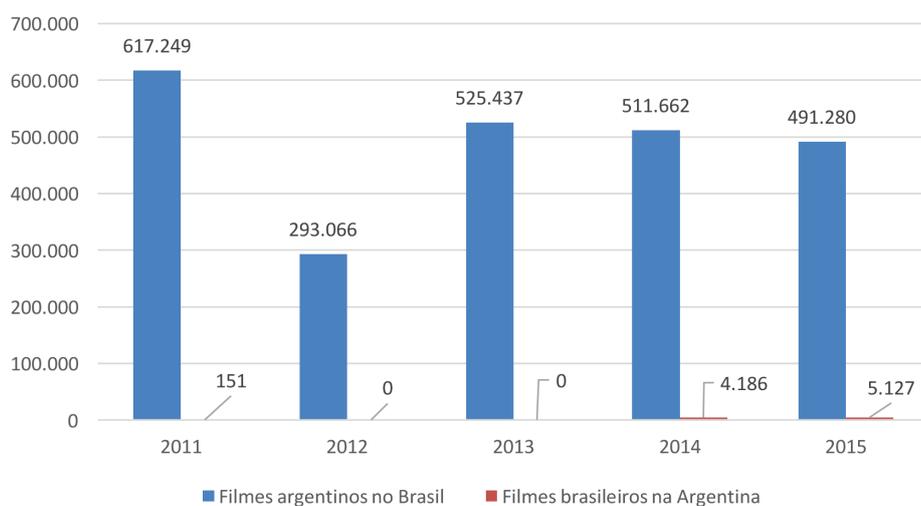
Gráfico 1: Lançamentos de filmes nacionais na Argentina e no Brasil nos anos selecionados. Fonte: ANCINE, 2016: 18; INCAA, 2016a.



Mas, o que poderia ser dito do sucesso recíproco entre o cinema argentino e o brasileiro? Será que o cinema brasileiro faz o mesmo sucesso do outro lado da fronteira? O Gráfico 2 mostra o público de cada país para filmes provenientes do país vizinho.

O Gráfico 2 indica que o cinema argentino possui um público brasileiro cativo da ordem de meio milhão de espectadores. Por outro lado, os filmes

Gráfico 2: Números de espectadores para filmes do país vizinho. Fonte: Do autor, adaptado de Ancine (2016), salvo 2012 (INCAA, 2016a). Exclui coproduções Brasil/Argentina.



brasileiros lá estreados possuem baixíssimo, ou quase nulo, apelo junto aos espectadores. Em que pese os números não deixarem margem a dúvidas, o gráfico anterior não indica o porquê dessa disparidade. Para entender as razões da assimetria analisaremos os filmes exportados. As duas próximas tabelas indicam o sucesso relativo de cada filme 'vizinho' e seu sucesso relativo em seu país de origem, tanto comparado com os filmes nacionais quanto com os internacionais.

Como se vê da Tabela 1, os filmes brasileiros lançados na Argentina não são filmes de alto apelo comercial em seu país de origem. Os que atravessaram

Tabela 1: Espectadores dos filmes brasileiros na Argentina e sua posição relativa no ranking em ambos os países - entre os filmes nacionais e geral. Nota: Posição indica posição no ranking entre os filmes nacionais e entre parênteses a posição do filme entre os mais vistos (incluindo filmes estrangeiros). Exclui co-produções Brasil/Argentina. (\*) Estreou perto do final do ano. Fonte: Do autor, com base em informações fornecidas pelo INCAA para o mercado argentino e Ancine (2016).

2011			
Filme	Espectadores	Posição	
		Argentina	Brasil Nacional / Geral
<b>Lula</b>	151	559°	6° / (n. d.)
2014			
Filme	Espectadores	Posição	
		Argentina	Brasil Nacional / Geral
<b>Tropicália</b>	1.715	392°	20° / (n. d.) (2012)
<b>Avanti Popolo</b>	1.488	416°	72° / 363°
<b>Depois da Chuva</b>	524	556°	163° / 636° (*)
<b>Casa Grande</b>	570	459°	24° / 176°
2015			
Filme	Espectadores	Posição	
		Argentina	Brasil Nacional / Geral
<b>Trash</b>	5.046	282°	15° / 99°
<b>Depois da Chuva</b>	67	810°	35° / 234°
<b>Castanha</b>	14	913°	106° / 512° (*)

a fronteira ocuparam baixíssimas posições entre os filmes mais vistos no Brasil. O filme brasileiro mais visto na Argentina foi Trash, que ocupou apenas a 15ª posição entre os filmes nacionais e a 99ª entre todos os filmes lançados no Brasil no ano de 2015. Posto em outras palavras, os poucos filmes brasileiros distribuídos na Argentina não possuíam grandes chances de sucesso junto ao grande público.

Vejamos o que ocorre com o outro lado da moeda. A Tabela 2, a seguir, faz o mesmo paralelo com os filmes Argentinos no Brasil.

Da lista de filmes apresentados na Tabela 2, verifica-se que os filmes argentinos que foram sucesso no Brasil também foram grande sucesso por lá. Vários, inclusive, figuraram no topo entre os mais vistos, nacionais e estrangeiros, em seu país de origem. Ademais a posição atingida nos rankings é diretamente proporcional entre os países. Entretanto, é importante observar que, no intervalo selecionado, nenhum filme argentino passou da nonagésima posição no Brasil. O mesmo fenômeno ocorre na Argentina, porém em posições muito mais baixas. O Incaa (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, a agência reguladora daquele país) registra que o filme brasileiro que atingiu a melhor posição na Argentina foi Trash, na posição 282.

Tabela 2: Espectadores dos filmes argentinos mais vistos no Brasil e sua posição relativa no ranking em ambos os países. Nota: Posição indica posição no ranking entre os filmes nacionais e entre parênteses a posição do filme entre os mais vistos (incluindo filmes estrangeiros). Exclui coproduções Brasil/Argentina. Fonte: (ANCINE, 2016); (INCAA, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016b).

2013			
Filme	Público	Posição	
		Brasil	Argentina Nacional / Geral
<b>Time show de bola</b>	340.526	96°	1° / 4°
<b>Tese sobre um homicídio</b>	80.956	156°	4° / 14°
<b>A sorte em suas mãos</b>	24.968	205°	6°
2014			
Filme	Público	Posição	
		Brasil	Argentina Nacional / Geral
<b>Relatos selvagens</b>	305.793	90°	1° / 1°
<b>O inventor de jogos</b>	50.969	149°	6°
<b>Sétimo</b>	51.807	154°	4° / 4°
2015			
Filme	Público	Posição (entre filmes mais vistos)	
		Brasil	Argentina Nacional (geral)
<b>Relatos selvagens</b>	157,873	105°	24° / 3°-
<b>O clã</b>	87,322	131°	1° / 22°

Essa análise indica que os filmes argentinos possuem um público de nicho considerável no Brasil. Já a recíproca com os filmes brasileiros naquele país não é verdadeira. Todavia, há de se ressaltar que os filmes brasileiros campeões de bilheteria naqueles anos não foram lançados naquele país. Os filmes nacionais mais vistos no Brasil de 2010 a 2015 foram: Tropa de Elite 2 (em 2010), De pernas pro ar (2011), Até que a Sorte nos Separe (2012); Minha mãe é uma peça (2013); Até que a sorte nos separe 2 (2014) e Loucas para casar (2015). Se esses filmes tivessem sido lançados na Argentina, o resultado poderia ter sido outro.

Três pontos cruciais saltam aos olhos na comparação. Em primeiro lugar, os filmes brasileiros mais vistos no Brasil foram todos comédias, à exceção de Tropa de Elite 2. Comédias, de acordo com especialistas como Noam (1991: 14), são gêneros que não “viajam” bem. Esse pode ser um dos motivos que explicam porque esse gênero brasileiro não é exportado. O segundo fator é que todos os filmes campeões em seus países de origem contaram com a participação de grandes grupos de comunicação. No Brasil, a Globofilmes pertence ao grupo da Rede Globo, e, na Argentina, Telefé é o principal canal de televisão aberta da Argentina. Por último, nenhum dos filmes brasileiros lançados na Argentina contou com a participação da maior coprodutora/distribuidora brasileira. Já a recíproca é diametralmente oposta. Os filmes

argentinos lançados no Brasil são das principais produtoras daquele país e todas elas são coproduzidas pela Telefé.

### **Premiação e distribuição internacional**

Além da análise do sucesso de bilheteria, a verificação das premiações internacionais fornece um bom indicativo da receptividade internacional e de crítica e são um elemento a mais na construção da percepção da “qualidade” das produções nacionais. Único país Latino-americano a ganhar o Oscar para filmes estrangeiros (La História Oficial, 1985 e El Secreto de Sus Ojos, 2009), a Argentina também é quem mais recebeu indicações no subcontinente. Foram cinco ao todo, incluindo o mais recente Relatos Salvajes, em 2015. O Brasil, por seu lado, concorreu quatro vezes, porém sem conquistar a estatueta<sup>2</sup>. Em compensação, conseguiu uma Palma de Ouro em Cannes, nos idos de 1962, com o Pagador de Promessas, sendo que o cinema argentino nunca foi agraciado nas principais categorias daquele festival.

Reduzindo a análise para este milênio apenas, no Festival de Berlim, El Abrazo Partido ganhou o Urso de Prata, em 2004, e El Otro, em 2007. Pelo lado brasileiro Tropa de Elite ganhou o prêmio maior daquele festival, o Urso de Ouro, em 2008<sup>3</sup>. Reduzindo ainda mais o intervalo para de 2009 em diante, o filme argentino El Clan ganhou o Leão de Prata do Festival de Veneza, em 2015, sendo que não houve brasileiros galardoados, no período, nessa competição<sup>4</sup>. Além do prêmio para melhor diretor do Festival Sundance de cinema independente, em 1998, compartilhado entre Central do Brasil e Sin Querer, o Brasil obteve naquela organização o prêmio de melhor documentário, em 2007, com Manda Bala e com Lixo Extraordinário, em 2010<sup>5</sup>. No prêmio britânico Bafta, desde 1998, o Brasil ganhou a estatueta de melhor filme em língua estrangeira uma única vez com Central do Brasil, naquele ano, e a Argentina, em 2015, com Relatos Salvajes. Importante ressaltar que Diários de Motocicleta, ganhadora em 2004 do Bafta, é coprodução entre vários países, incluindo Brasil e Argentina. Do ano 2000 em diante, no Festival de Cinema de Havana a Argentina obteve três títulos (La Ciénaga (2001), Tan de Repente (2002) e Iluminados por El Fuego (2005)) e, o Brasil, dois (Cidade de Deus (2002) e O céu de Suely (2006)). Também analisando os anos dois mil, no Festival de Mar del Plata, a Argentina obteve duas premiações de melhor filme (Buena Vida Delivery (2004) e Abrir Puertas y Ventanas (2011)) e o Brasil, uma (Separações (2003)).

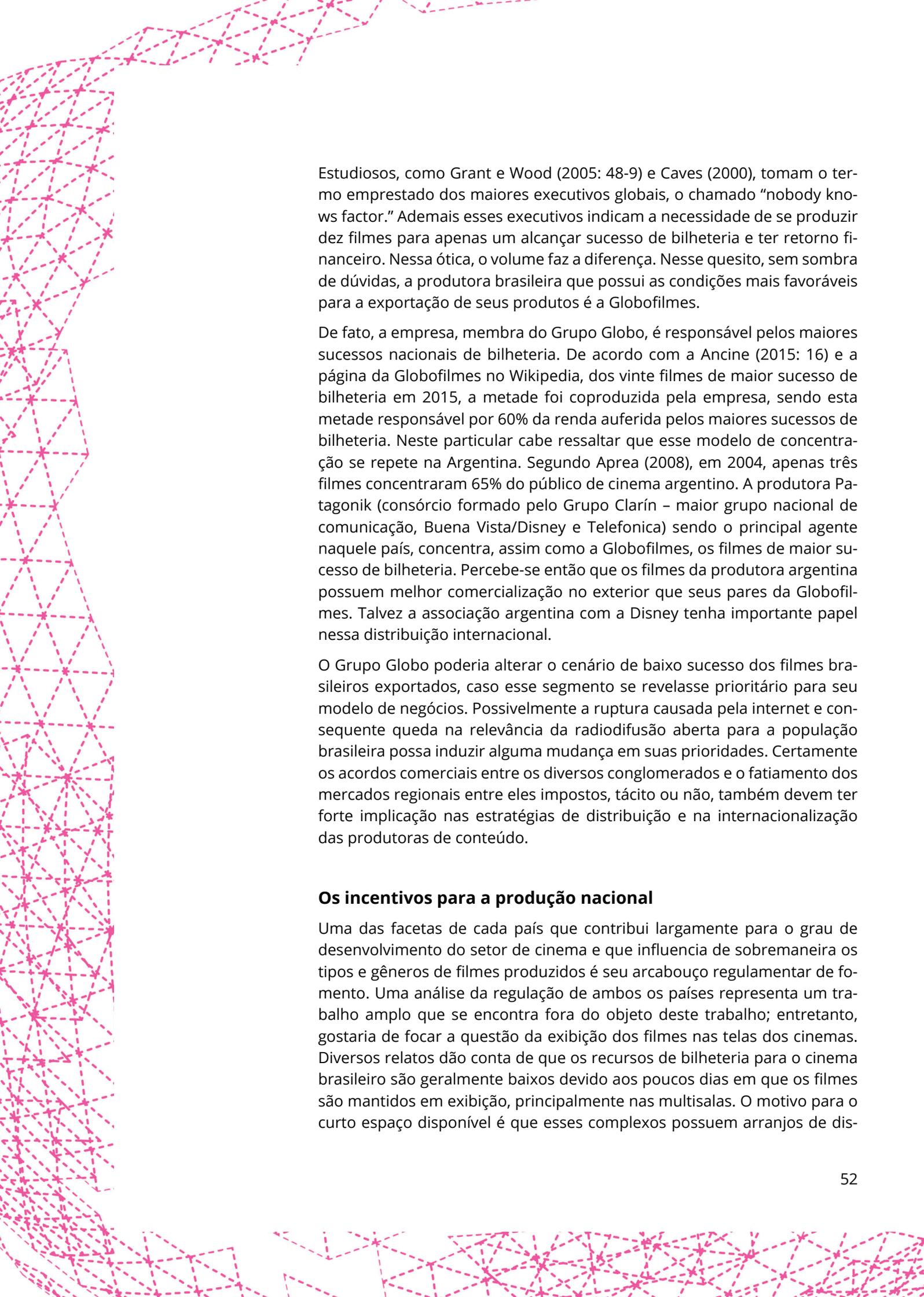
Desse histórico de premiações pode-se ver uma ligeira vantagem para o lado dos filmes produzidos na Argentina. Porém, a obtenção de prêmios não é indicação certa de sucesso de bilheteria, muito embora funcionem como chamarizes. Na verdade, os ingredientes que fazem um filme ser “bom” ou “ter sucesso” são bastante obscuros.

2. Informações disponíveis no Wikipedia “Oscar de Melhor Filme Estrangeiro”. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Oscar\\_de\\_melhor\\_filme\\_estrangeiro](https://pt.wikipedia.org/wiki/Oscar_de_melhor_filme_estrangeiro), acessado em 19/01/16.

3. A lista com todos os ganhadores do Festival de Berlim pode ser obtida em: [http://www.berlinale.de/en/archiv/jahresarchive/2015/03\\_preistraeger\\_2015/03\\_preistraeger\\_2015.html](http://www.berlinale.de/en/archiv/jahresarchive/2015/03_preistraeger_2015/03_preistraeger_2015.html), acessado em 19/01/16.

4. Os prêmios do Festival de Veneza, apenas desde 2009, estão disponíveis em: <http://www.labiennale.org/en/cinema/archive/festival/premi/>, acessado em 19/01/16.

5. Os filmes ganhadores podem ser encontrados no motor de busca da organização Sundance, disponível em: <http://history.sundance.org/>, acessado em 19/01/16.



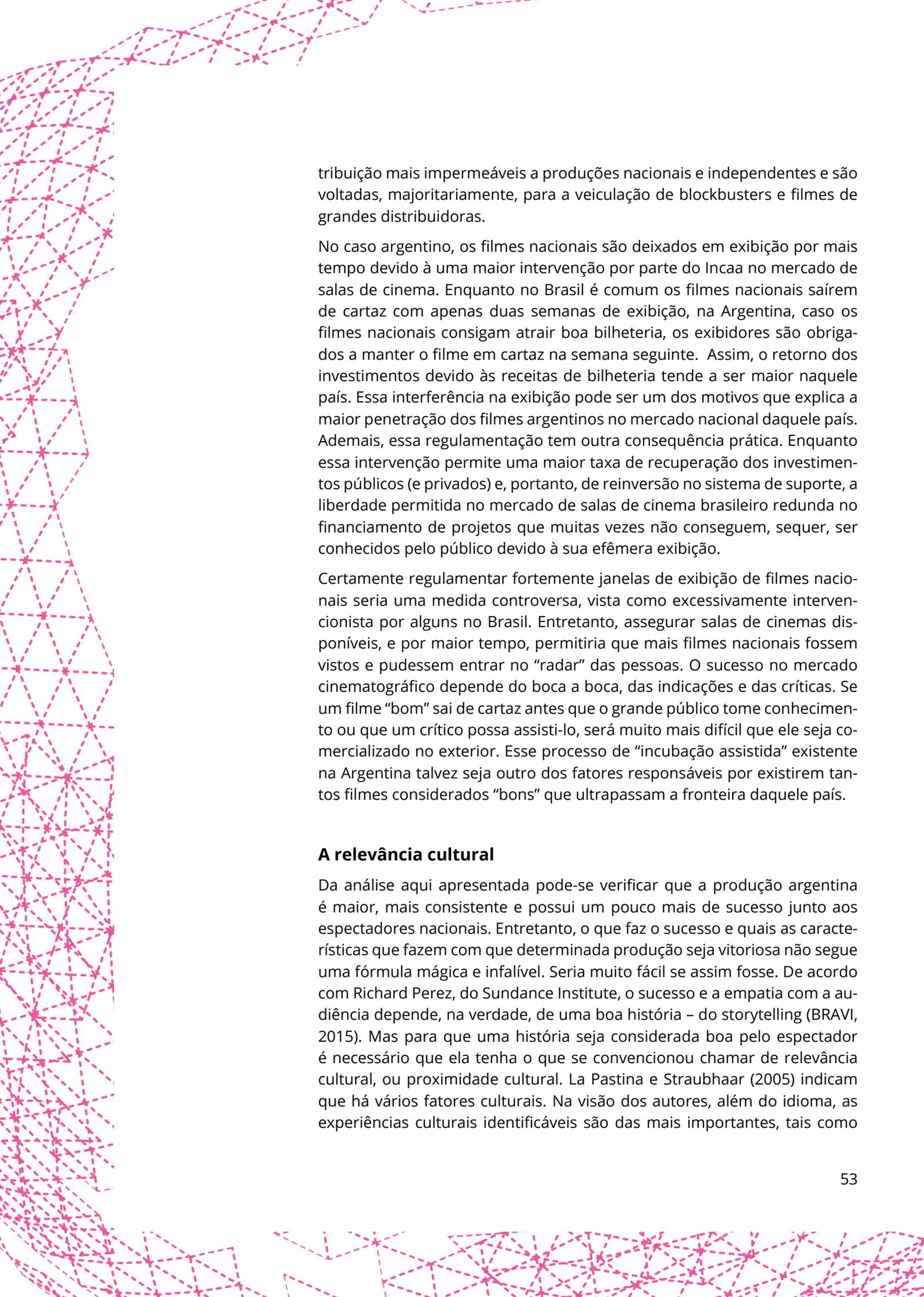
Estudiosos, como Grant e Wood (2005: 48-9) e Caves (2000), tomam o termo emprestado dos maiores executivos globais, o chamado “nobody knows factor.” Ademais esses executivos indicam a necessidade de se produzir dez filmes para apenas um alcançar sucesso de bilheteria e ter retorno financeiro. Nessa ótica, o volume faz a diferença. Nesse quesito, sem sombra de dúvidas, a produtora brasileira que possui as condições mais favoráveis para a exportação de seus produtos é a Globofilmes.

De fato, a empresa, membra do Grupo Globo, é responsável pelos maiores sucessos nacionais de bilheteria. De acordo com a Ancine (2015: 16) e a página da Globofilmes no Wikipedia, dos vinte filmes de maior sucesso de bilheteria em 2015, a metade foi coproduzida pela empresa, sendo esta metade responsável por 60% da renda auferida pelos maiores sucessos de bilheteria. Neste particular cabe ressaltar que esse modelo de concentração se repete na Argentina. Segundo Aprea (2008), em 2004, apenas três filmes concentraram 65% do público de cinema argentino. A produtora Patagonik (consórcio formado pelo Grupo Clarín – maior grupo nacional de comunicação, Buena Vista/Disney e Telefonica) sendo o principal agente naquele país, concentra, assim como a Globofilmes, os filmes de maior sucesso de bilheteria. Percebe-se então que os filmes da produtora argentina possuem melhor comercialização no exterior que seus pares da Globofilmes. Talvez a associação argentina com a Disney tenha importante papel nessa distribuição internacional.

O Grupo Globo poderia alterar o cenário de baixo sucesso dos filmes brasileiros exportados, caso esse segmento se revelasse prioritário para seu modelo de negócios. Possivelmente a ruptura causada pela internet e consequente queda na relevância da radiodifusão aberta para a população brasileira possa induzir alguma mudança em suas prioridades. Certamente os acordos comerciais entre os diversos conglomerados e o fatiamento dos mercados regionais entre eles impostos, tácito ou não, também devem ter forte implicação nas estratégias de distribuição e na internacionalização das produtoras de conteúdo.

### **Os incentivos para a produção nacional**

Uma das facetas de cada país que contribui largamente para o grau de desenvolvimento do setor de cinema e que influencia de sobremaneira os tipos e gêneros de filmes produzidos é seu arcabouço regulamentar de fomento. Uma análise da regulação de ambos os países representa um trabalho amplo que se encontra fora do objeto deste trabalho; entretanto, gostaria de focar a questão da exibição dos filmes nas telas dos cinemas. Diversos relatos dão conta de que os recursos de bilheteria para o cinema brasileiro são geralmente baixos devido aos poucos dias em que os filmes são mantidos em exibição, principalmente nas multisalas. O motivo para o curto espaço disponível é que esses complexos possuem arranjos de dis-



tribuição mais impermeáveis a produções nacionais e independentes e são voltadas, majoritariamente, para a veiculação de blockbusters e filmes de grandes distribuidoras.

No caso argentino, os filmes nacionais são deixados em exibição por mais tempo devido à uma maior intervenção por parte do Incaa no mercado de salas de cinema. Enquanto no Brasil é comum os filmes nacionais saírem de cartaz com apenas duas semanas de exibição, na Argentina, caso os filmes nacionais consigam atrair boa bilheteria, os exibidores são obrigados a manter o filme em cartaz na semana seguinte. Assim, o retorno dos investimentos devido às receitas de bilheteria tende a ser maior naquele país. Essa interferência na exibição pode ser um dos motivos que explica a maior penetração dos filmes argentinos no mercado nacional daquele país. Ademais, essa regulamentação tem outra consequência prática. Enquanto essa intervenção permite uma maior taxa de recuperação dos investimentos públicos (e privados) e, portanto, de reinversão no sistema de suporte, a liberdade permitida no mercado de salas de cinema brasileiro redundava no financiamento de projetos que muitas vezes não conseguem, sequer, ser conhecidos pelo público devido à sua efêmera exibição.

Certamente regulamentar fortemente janelas de exibição de filmes nacionais seria uma medida controversa, vista como excessivamente intervencionista por alguns no Brasil. Entretanto, assegurar salas de cinemas disponíveis, e por maior tempo, permitiria que mais filmes nacionais fossem vistos e pudessem entrar no “radar” das pessoas. O sucesso no mercado cinematográfico depende do boca a boca, das indicações e das críticas. Se um filme “bom” sai de cartaz antes que o grande público tome conhecimento ou que um crítico possa assisti-lo, será muito mais difícil que ele seja comercializado no exterior. Esse processo de “incubação assistida” existente na Argentina talvez seja outro dos fatores responsáveis por existirem tantos filmes considerados “bons” que ultrapassam a fronteira daquele país.

### **A relevância cultural**

Da análise aqui apresentada pode-se verificar que a produção argentina é maior, mais consistente e possui um pouco mais de sucesso junto aos espectadores nacionais. Entretanto, o que faz o sucesso e quais as características que fazem com que determinada produção seja vitoriosa não segue uma fórmula mágica e infalível. Seria muito fácil se assim fosse. De acordo com Richard Perez, do Sundance Institute, o sucesso e a empatia com a audiência depende, na verdade, de uma boa história – do storytelling (BRAVI, 2015). Mas para que uma história seja considerada boa pelo espectador é necessário que ela tenha o que se convencionou chamar de relevância cultural, ou proximidade cultural. La Pastina e Straubhaar (2005) indicam que há vários fatores culturais. Na visão dos autores, além do idioma, as experiências culturais identificáveis são das mais importantes, tais como

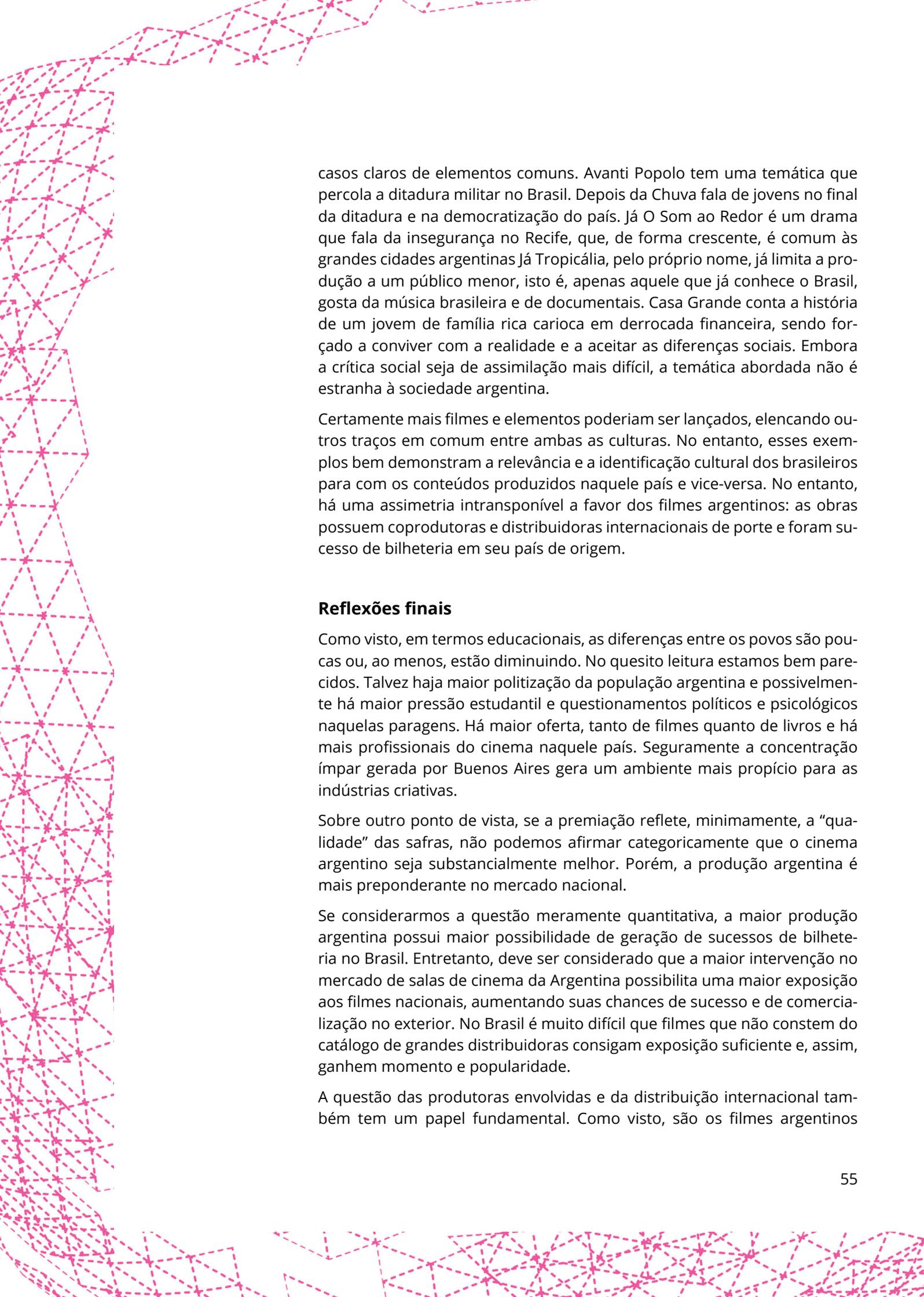


vestimentas, gestos, linguagem corporal e compatibilidades de humor. E nessa identificação talvez resida outra razão para o relativo sucesso do cinema daquele país junto aos brasileiros.

Tomemos como base os filmes de maior sucesso junto ao público brasileiro retratados na Tabela 2. Além de quase todos contarem com a onipresença do ator Ricardo Darín, os filmes possuem elementos culturais que possuem grande aceitação em ambos os países. *Time Show de Bola* é uma animação com jogadores de futebol de totó, com referências a jogadores reais conhecidos em ambos os lados da fronteira. *Tese Sobre um Homicídio*, um suspense policial, conta a história de um professor advogado, especialista em direito penal desafiado por um assassinato. Esse filme não possui traços marcantes de argentinidade, porém suspenses policiais sempre despertam nichos respeitáveis de audiência. *A Sorte em Suas Mãos* é sobre a história de um divorciado, mentiroso compulsivo que fez vasectomia e volta com a ex-namorada. Nenhum desses elementos é estranho à cultura brasileira e, na verdade, o filme é até coprodução entre os dois países e com a Espanha. *Relatos Selvagens* são seis contos que possuem elementos que navegam bem na cultura brasileira: briga de trânsito, a indústria das multas, corrupção e luta de classes e infidelidade. *O Inventor de Jogos* foi um filme criado para exportação e para o grande público. Coprodução com o Canadá, Colômbia e Itália, o filme foi gravado com diálogos em inglês e conta uma história fantástica de um menino inventor de um jogo que vai para uma escola especial temática. *Sétimo*, também coprodução com a Espanha, trata da história de um casal separado brigando pela guarda dos filhos ao mesmo tempo em que esses são sequestrados. Por último, *O Clã* é um filme em uma temática bem explorada com sucesso no cinema argentino e que diz respeito a histórias que ocorrem na ditadura. O regime militar é um elemento comum entre os países, que ocorreram, inclusive, em tempos concomitantes.

Outros exemplos podem ser encontrados em filmes premiados recentemente. Em *El Secreto de Sus Ojos*, um aposentado do poder judiciário, que trabalhava afogado em processos, decide passar a limpo um antigo caso policial não resolvido e a trama se enreda com a política e o golpe militar. Como se não bastassem esses ingredientes tão bem presentes na realidade brasileira, o filme ainda tem uma saborosa perseguição policial em plena cancha de futebol. *El Abrazo Partido* retrata um relacionamento familiar conflitivo onde o protagonista, um jovem recém-formado, luta contra o subemprego e a falta de perspectiva e vê como salvação a possibilidade de adquirir um passaporte da Comunidade Europeia. Sendo ambos os países compostos por uma grande parcela de descendentes de europeus, essa realidade encontra bastante eco deste lado da fronteira também.

Na lista de filmes brasileiros lançados na Argentina, apesar de alguns não possuírem elementos que permitam uma internacionalização tão fácil, há



casos claros de elementos comuns. *Avanti Popolo* tem uma temática que percola a ditadura militar no Brasil. Depois da *Chuva* fala de jovens no final da ditadura e na democratização do país. Já *O Som ao Redor* é um drama que fala da insegurança no Recife, que, de forma crescente, é comum às grandes cidades argentinas. Já *Tropicália*, pelo próprio nome, já limita a produção a um público menor, isto é, apenas aquele que já conhece o Brasil, gosta da música brasileira e de documentais. *Casa Grande* conta a história de um jovem de família rica carioca em derrocada financeira, sendo forçado a conviver com a realidade e a aceitar as diferenças sociais. Embora a crítica social seja de assimilação mais difícil, a temática abordada não é estranha à sociedade argentina.

Certamente mais filmes e elementos poderiam ser lançados, elencando outros traços em comum entre ambas as culturas. No entanto, esses exemplos bem demonstram a relevância e a identificação cultural dos brasileiros para com os conteúdos produzidos naquele país e vice-versa. No entanto, há uma assimetria intransponível a favor dos filmes argentinos: as obras possuem coprodutoras e distribuidoras internacionais de porte e foram sucesso de bilheteria em seu país de origem.

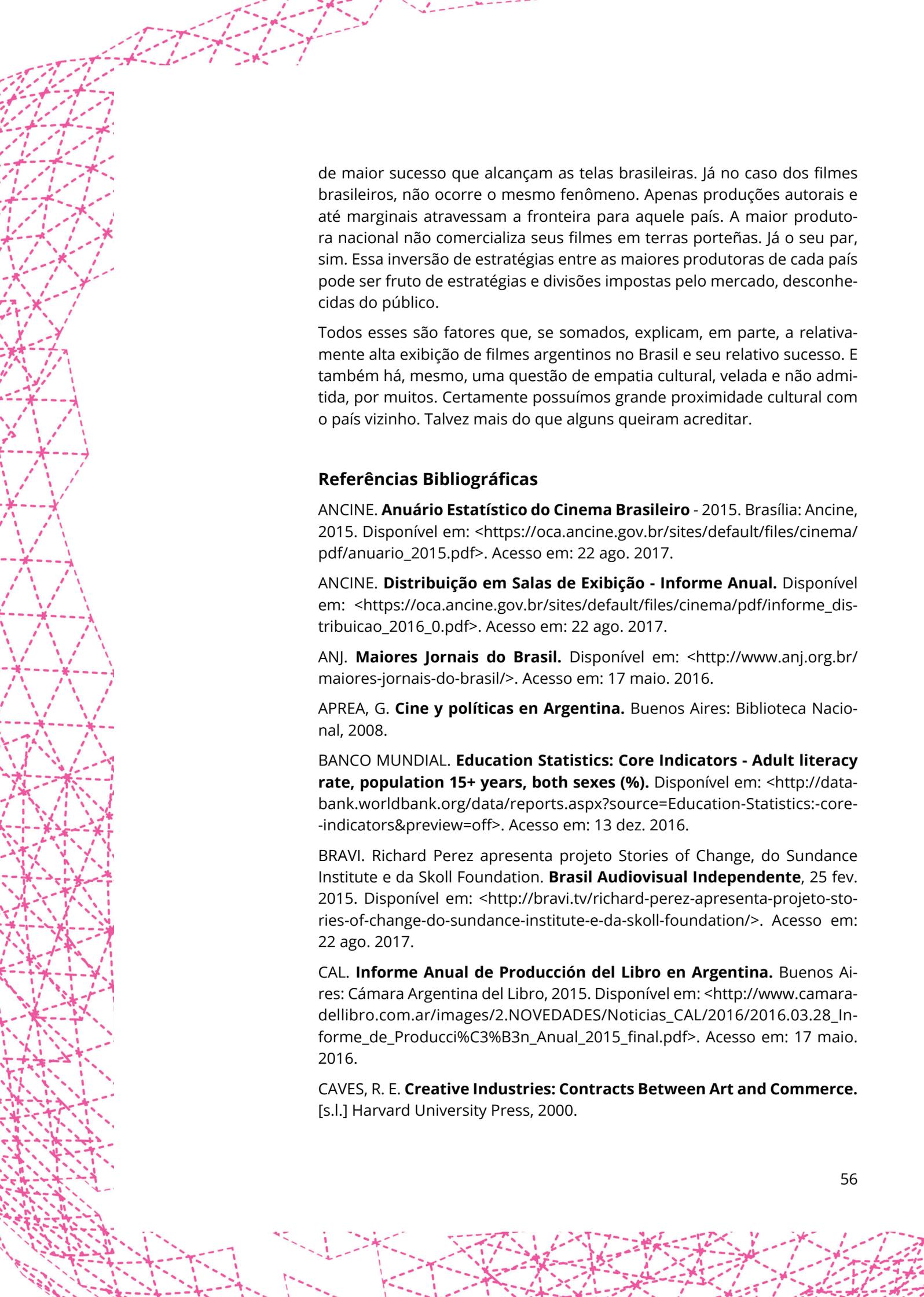
### **Reflexões finais**

Como visto, em termos educacionais, as diferenças entre os povos são poucas ou, ao menos, estão diminuindo. No quesito leitura estamos bem parecidos. Talvez haja maior politização da população argentina e possivelmente há maior pressão estudantil e questionamentos políticos e psicológicos naquelas paragens. Há maior oferta, tanto de filmes quanto de livros e há mais profissionais do cinema naquele país. Seguramente a concentração ímpar gerada por Buenos Aires gera um ambiente mais propício para as indústrias criativas.

Sobre outro ponto de vista, se a premiação reflete, minimamente, a “qualidade” das safras, não podemos afirmar categoricamente que o cinema argentino seja substancialmente melhor. Porém, a produção argentina é mais preponderante no mercado nacional.

Se considerarmos a questão meramente quantitativa, a maior produção argentina possui maior possibilidade de geração de sucessos de bilheteria no Brasil. Entretanto, deve ser considerado que a maior intervenção no mercado de salas de cinema da Argentina possibilita uma maior exposição aos filmes nacionais, aumentando suas chances de sucesso e de comercialização no exterior. No Brasil é muito difícil que filmes que não constem do catálogo de grandes distribuidoras consigam exposição suficiente e, assim, ganhem momento e popularidade.

A questão das produtoras envolvidas e da distribuição internacional também tem um papel fundamental. Como visto, são os filmes argentinos



de maior sucesso que alcançam as telas brasileiras. Já no caso dos filmes brasileiros, não ocorre o mesmo fenômeno. Apenas produções autorais e até marginais atravessam a fronteira para aquele país. A maior produtora nacional não comercializa seus filmes em terras porteñas. Já o seu par, sim. Essa inversão de estratégias entre as maiores produtoras de cada país pode ser fruto de estratégias e divisões impostas pelo mercado, desconhecidas do público.

Todos esses são fatores que, se somados, explicam, em parte, a relativamente alta exibição de filmes argentinos no Brasil e seu relativo sucesso. E também há, mesmo, uma questão de empatia cultural, velada e não admitida, por muitos. Certamente possuímos grande proximidade cultural com o país vizinho. Talvez mais do que alguns queiram acreditar.

### Referências Bibliográficas

ANCINE. **Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro** - 2015. Brasília: Ancine, 2015. Disponível em: <[https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/anuario\\_2015.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/anuario_2015.pdf)>. Acesso em: 22 ago. 2017.

ANCINE. **Distribuição em Salas de Exibição - Informe Anual**. Disponível em: <[https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/informe\\_distribicao\\_2016\\_0.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/informe_distribicao_2016_0.pdf)>. Acesso em: 22 ago. 2017.

ANJ. **Maiores Jornais do Brasil**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em: 17 maio. 2016.

APREA, G. **Cine y políticas en Argentina**. Buenos Aires: Biblioteca Nacional, 2008.

BANCO MUNDIAL. **Education Statistics: Core Indicators - Adult literacy rate, population 15+ years, both sexes (%)**. Disponível em: <<http://data-bank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=Education-Statistics:-core-indicators&preview=off>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

BRAVI. Richard Perez apresenta projeto Stories of Change, do Sundance Institute e da Skoll Foundation. **Brasil Audiovisual Independente**, 25 fev. 2015. Disponível em: <<http://bravi.tv/richard-perez-apresenta-projeto-stories-of-change-do-sundance-institute-e-da-skoll-foundation/>>. Acesso em: 22 ago. 2017.

CAL. **Informe Anual de Producción del Libro en Argentina**. Buenos Aires: Cámara Argentina del Libro, 2015. Disponível em: <[http://www.camara-dellibro.com.ar/images/2.NOVEDADES/Noticias\\_CAL/2016/2016.03.28\\_Informe\\_de\\_Producci%C3%B3n\\_Anuual\\_2015\\_final.pdf](http://www.camara-dellibro.com.ar/images/2.NOVEDADES/Noticias_CAL/2016/2016.03.28_Informe_de_Producci%C3%B3n_Anuual_2015_final.pdf)>. Acesso em: 17 maio. 2016.

CAVES, R. E. **Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce**. [s.l.] Harvard University Press, 2000.

CBL. **Câmara Brasileira do Livro - Relatório Anual 2013**. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 2014. Disponível em: <<http://cbl.org.br/site/wp-content/uploads/2016/07/Relatorio-de-Gestao-CBL-2013.pdf>>. Acesso em: 17 maio. 2016.

CERLALC-UNESCO. **El libro en cifras**. Bogotá: Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, 2012. Disponível em: <[http://www.cerlalc.org/files/tabinterno/7ad328\\_Libro\\_Cifras\\_Ago2012.pdf](http://www.cerlalc.org/files/tabinterno/7ad328_Libro_Cifras_Ago2012.pdf)>. Acesso em: 17 maio. 2016.

CLAVIJO, G. **Cuota de Pantalla y Media de Continuidad**, 6 abr. 2014. Disponível em: <<https://prezi.com/cqakgxvyejeg/cuota-de-pantalla-y-media-de-continuidad/>>. Acesso em: 24 maio. 2016.

CNC. **CNC - fréquentation cinématographique : estimations du mois d'avril 2016**. Disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/frequentation-cinematographique>>. Acesso em: 19 maio. 2016.

COLÓN, S.; FLORIANO, M. A. **Cine y psicoanálisis: la fábrica de sueños**. *Journal of medicine and movies*, v. 4, n. 1, p. 195, 2008.

EL UNIVERSAL. **Argentina y Chile, con el más alto porcentaje de lectura en Latinoamérica - Cultura - EL UNIVERSAL**. Disponível em: <<http://www.eluniversal.com/arte-y-entretenimiento/cultura/120424/argentina-y-chile-con-el-mas-alto-porcentaje-de-lectura-en-latinoameri>>. Acesso em: 17 maio. 2016.

GRANT, P. S.; WOOD, C. **Blockbusters and trade wars : popular culture in a globalized world**. 1st pbk ed. Vancouver: Douglas & McIntyre, 2005.

HOLLANDER, N. C. Buenos Aires: Latin Mecca of Psychoanalysis. **Social Research**, v. 57, n. 4, p. 889-919, 1990.

INCAA. **Anuario 2011**. Disponível em: <[http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario\\_2011.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario_2011.pdf)>. Acesso em: 21 jun. 2016.

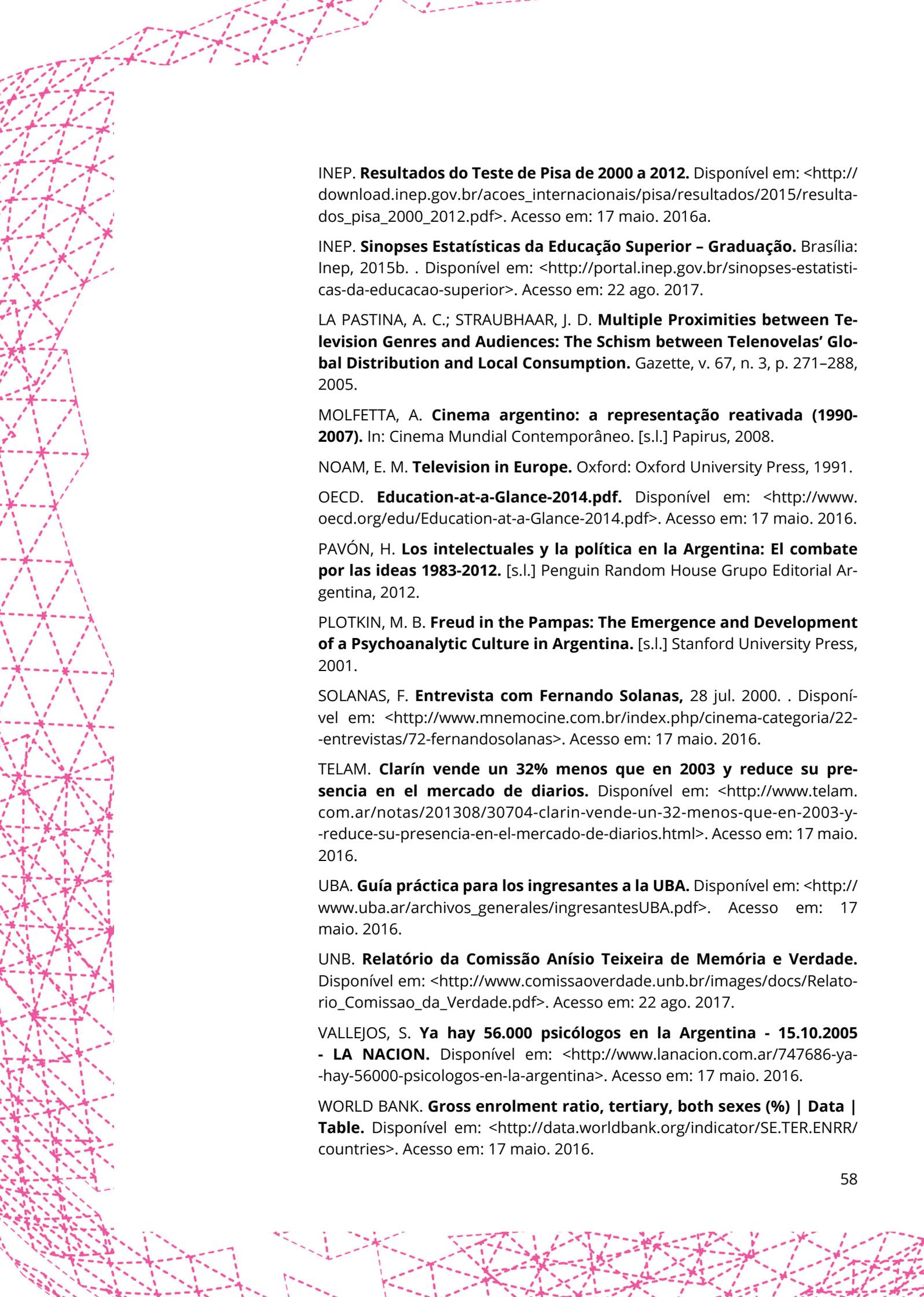
INCAA. **Anuario 2012**. Disponível em: <[http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario\\_2012.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario_2012.pdf)>. Acesso em: 21 jun. 2016.

INCAA. **Anuario 2013**. Disponível em: <[http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario\\_2013.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario_2013.pdf)>. Acesso em: 21 jun. 2016.

INCAA. **Anuario 2014**. Disponível em: <[http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario\\_2014.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario_2014.pdf)>. Acesso em: 21 jun. 2016.

INCAA. **Publicaciones Incaa: anuario, trimestral, boletin semanal**. Disponível em: <[http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/index\\_publicaciones.php](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/index_publicaciones.php)>. Acesso em: 21 jun. 2016a.

INCAA. **Anuário 2105. Buenos Aires: INCAA, 2016b**. Disponível em: <[http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario\\_2015.pdf](http://fiscalizacion.incaa.gov.ar/images/Anuarios/Anuario_2015.pdf)>. Acesso em: 9 dez. 2016.



INEP. **Resultados do Teste de Pisa de 2000 a 2012**. Disponível em: <[http://download.inep.gov.br/acoes\\_internacionais/pisa/resultados/2015/resultados\\_pisa\\_2000\\_2012.pdf](http://download.inep.gov.br/acoes_internacionais/pisa/resultados/2015/resultados_pisa_2000_2012.pdf)>. Acesso em: 17 maio. 2016a.

INEP. **Sinopses Estatísticas da Educação Superior – Graduação**. Brasília: Inep, 2015b. . Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/sinopses-estatisticas-da-educacao-superior>>. Acesso em: 22 ago. 2017.

LA PASTINA, A. C.; STRAUBHAAR, J. D. **Multiple Proximities between Television Genres and Audiences: The Schism between Telenovelas' Global Distribution and Local Consumption**. *Gazette*, v. 67, n. 3, p. 271–288, 2005.

MOLFETTA, A. **Cinema argentino: a representação reativada (1990-2007)**. In: *Cinema Mundial Contemporâneo*. [s.l.] Papyrus, 2008.

NOAM, E. M. **Television in Europe**. Oxford: Oxford University Press, 1991.

OECD. **Education-at-a-Glance-2014.pdf**. Disponível em: <<http://www.oecd.org/edu/Education-at-a-Glance-2014.pdf>>. Acesso em: 17 maio. 2016.

PAVÓN, H. **Los intelectuales y la política en la Argentina: El combate por las ideas 1983-2012**. [s.l.] Penguin Random House Grupo Editorial Argentina, 2012.

PLOTKIN, M. B. **Freud in the Pampas: The Emergence and Development of a Psychoanalytic Culture in Argentina**. [s.l.] Stanford University Press, 2001.

SOLANAS, F. **Entrevista com Fernando Solanas**, 28 jul. 2000. . Disponível em: <<http://www.mnemocine.com.br/index.php/cinema-categoria/22-entrevistas/72-fernandosolanas>>. Acesso em: 17 maio. 2016.

TELAM. **Clarín vende un 32% menos que en 2003 y reduce su presencia en el mercado de diarios**. Disponível em: <<http://www.telam.com.ar/notas/201308/30704-clarin-vende-un-32-menos-que-en-2003-y-reduce-su-presencia-en-el-mercado-de-diarios.html>>. Acesso em: 17 maio. 2016.

UBA. **Guía práctica para los ingresantes a la UBA**. Disponível em: <[http://www.uba.ar/archivos\\_generales/ingresantesUBA.pdf](http://www.uba.ar/archivos_generales/ingresantesUBA.pdf)>. Acesso em: 17 maio. 2016.

UNB. **Relatório da Comissão Anísio Teixeira de Memória e Verdade**. Disponível em: <[http://www.comissaoverdade.unb.br/images/docs/Relatorio\\_Comissao\\_da\\_Verdade.pdf](http://www.comissaoverdade.unb.br/images/docs/Relatorio_Comissao_da_Verdade.pdf)>. Acesso em: 22 ago. 2017.

VALLEJOS, S. **Ya hay 56.000 psicólogos en la Argentina - 15.10.2005 - LA NACION**. Disponível em: <<http://www.lanacion.com.ar/747686-ya-hay-56000-psicologos-en-la-argentina>>. Acesso em: 17 maio. 2016.

WORLD BANK. **Gross enrolment ratio, tertiary, both sexes (%) | Data | Table**. Disponível em: <<http://data.worldbank.org/indicator/SE.TER.ENRR/countries>>. Acesso em: 17 maio. 2016.