



INGRID GUIMARÃES

DE PERNAS PRO AR 2

DIRIGIDO POR
ROBERTO SANTUCCI

Ela quer conquistar o mundo.
E vai fazer isso com muito prazer.



MARIZA LEÃO APRESENTA

UMA COPRODUÇÃO DOWNTOWN FILMES, PARIS FILMES, RIOFILME, GLOBO FILMES, TELECINE E MORENA FILMES

DE PERNAS PRO AR 2

98 minutos | Cor | Plano | Dolby 5.1

www.facebook.com/depernasproarfilme



DISTRIBUIÇÃO



PRODUÇÃO

Morena Filmes

COPRODUÇÃO



APOIO



PATROCÍNIO



SECRETARIA DE CULTURA



APRESENTAÇÃO

Depois de levar mais de 3,5 milhões de pessoas aos cinemas com **De Pernas pro Ar** – que teve a maior bilheteria de 2011 – Ingrid Guimarães está de volta no papel da *workaholic* Alice, personagem que sintetiza as dores e delícias da mulher contemporânea.

Produzido por Mariza Leão e dirigido por Roberto Santucci, com grande elenco formado por Bruno Garcia, Maria Paula, Eriberto Leão, Denise Weinberg, Cristina Pereira, Christine Fernandes, entre outros, **De Pernas pro Ar 2** foi rodado entre abril e maio de 2012, no Rio de Janeiro e em Nova York.

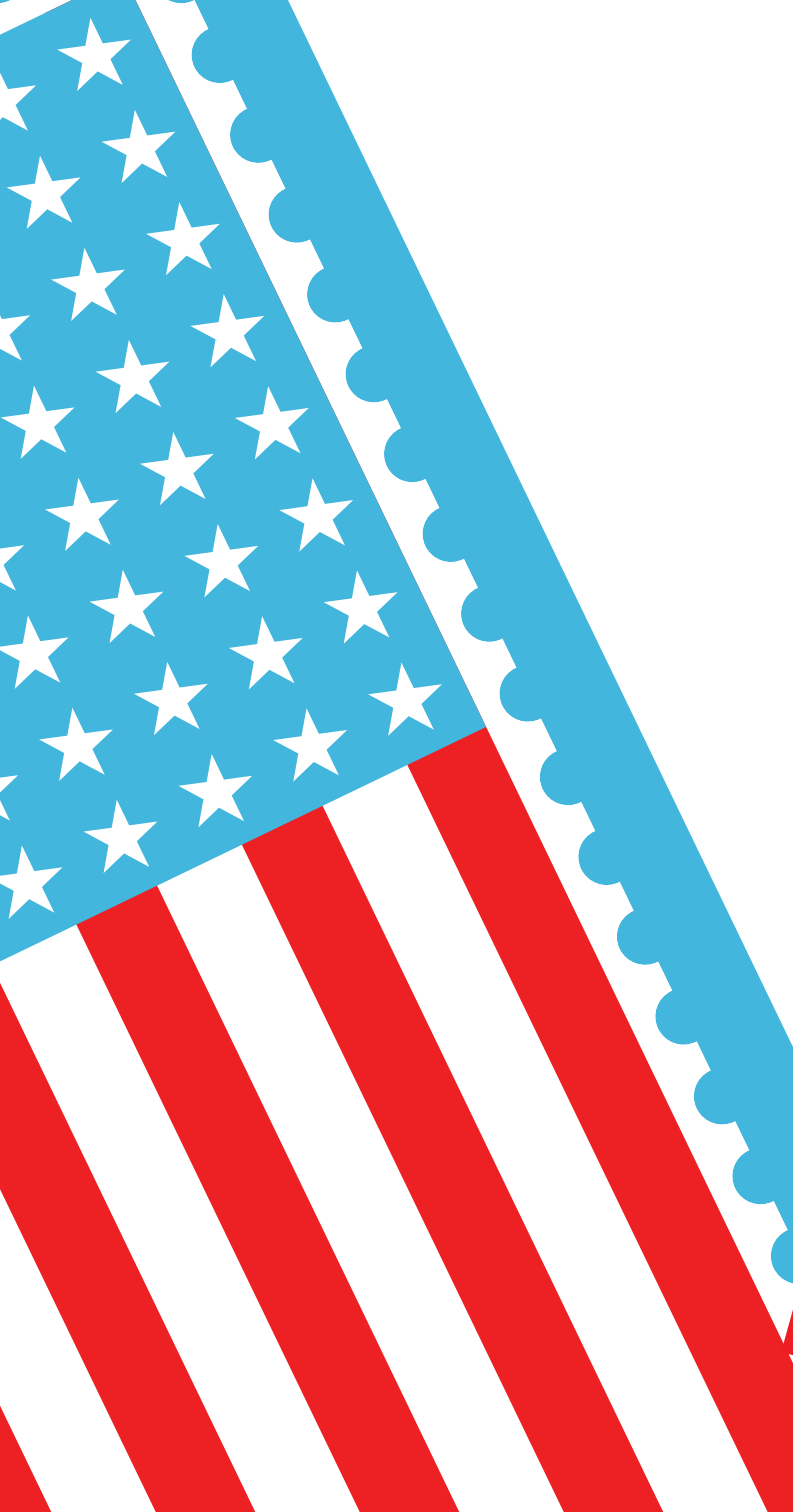
Se no primeiro filme Alice administrava a frustração profissional somada ao fato de nunca ter tido um orgasmo com o marido, João (Bruno Garcia), agora seus desafios são outros. Em **De Pernas pro Ar 2**, ela

tornou-se uma executiva super bem-sucedida, premiada e resolvida sexualmente, mas sua ambição não tem limites e vai colocá-la em situações desconcertantes.

Prestes a abrir sua primeira *sexshop* nos Estados Unidos, em sociedade com Marcela (Maria Paula), Alice tem um novo desafio: levar para a América um produto erótico inédito. Muito agitada e obsessiva, Alice tem que descobrir como equilibrar a ambição profissional e a vida pessoal. E, mais uma vez, sua felicidade e seu casamento estão em risco.

Ela é uma mulher 100% envolvida com o trabalho que sofre com a falta de tempo para a família. Ele é um cara sensível, compreensivo e que sonha com o dia em que a mulher terá mais tempo para cuidar de si e da família. Um casal unido pelas diferenças.





A situação começa a ficar fora de controle na festa de inauguração da 100ª loja SexDelícia no Brasil: Alice tem um piripaque por excesso de trabalho e é obrigada pelos médicos a passar uns dias no “Spa Desestresse”. Sob o comando da rígida Regina (Alice Borges) e sem nenhum contato com o mundo exterior, conhece Ricardo (Eriberto Leão), Mano Love (Luiz Miranda), Juliana (Tatá Werneck), Valéria (Pia Manfroni), Leozinho (Wagner Santisteban), além de outras figuras que estão lá para tratar suas compulsões e ansiedades. Responsável por cenas hilariantes, esse núcleo de humoristas convidados é um dos pontos altos do filme.

Alice consegue, claro, um jeito de escapar da clínica para encontrar a sócia nos Estados Unidos e fechar negócio com os investidores americanos para abrir sua primeira loja – SexDelight – em Nova York. Durante a viagem, que faz com o marido, o filho e a empregada sob pretexto de relaxar, ela vive as mais inusitadas situações para esconder da família que na verdade está lá a trabalho.



Ingrid Guimarães, Bruno Garcia, Maria Paula, Cristina Pereira, Eriberto Leão e Eduardo Mello (que interpreta o filho de Alice e João) filmaram em Nova York, em lugares emblemáticos da cidade. Para as locações, a produtora Mariza Leão selecionou cartões-postais como Central Park, Times Square, Broadway, carrossel do Brooklyn Bridge Park, Hotel Carlton, além de endereços como Park Avenue e Fifth Avenue.

No Rio de Janeiro, a equipe do filme no Rio de Janeiro somou 60 profissionais. O elenco completo é formado por 22 atores, além de mais de 300 figurantes.

Com roteiro de Marcelo Saback e Paulo Cursino, que repetem a parceria do primeiro filme, esta fábula realista sobre a mulher moderna é mais do que uma comédia romântica. “As mulheres contemporâneas estão vivendo exatamente isso, tentando administrar a ansiedade e dar conta de milhões de coisas ao mesmo tempo: trabalho, família e ainda têm que estar lindas”, diverte-se Mariza Leão.

Com coprodução da Paris Filmes, Globo Filmes, Downtown Filmes, RioFilme e Telecine, o longa tem orçamento geral de R\$ 6 milhões (o primeiro filme foi de R\$ 5,5 milhões). **De Pernas pro Ar 2** tem patrocínio da Eletrobras e P&G, e apoio de BBDTVM, Estúdios Quanta e Pharma. A distribuição será da Downtown Filmes, Paris Filmes e RioFilme.✪

A estreia nacional está marcada para 28 de dezembro de 2012.



SINOPSE CURTA

DE PERNAS PRO AR 2

Direção de Roberto Santucci
(Brasil, 2012)

Alice (Ingrid Guimarães) é uma executiva bem-sucedida no mercado de sex shop no Brasil. Prestes a abrir sua primeira loja em Nova York, em sociedade com Marcela (Maria Paula), ela vai descobrir que o novo negócio pode colocar em risco a sua felicidade e o casamento com João (Bruno Garcia).

Com Ingrid Guimarães, Bruno Garcia, Maria Paula, Denise Weinberg, Cristina Pereira, Eriberto Leão, Christine Fernandes, Luiz Miranda, Alice Borges, Tatá Werneck, Pia Manfroni, Wagner Santisteban, Rodrigo Sant'anna e Eduardo Mello.



SINOPSE LONGA

DE PERNAS PRO AR 2

Direção de Roberto Santucci
(Brasil, 2012)

Alice (Ingrid Guimarães) é uma executiva bem-sucedida no mercado de sex shop no Brasil. Prestes a fechar negócio com investidores americanos para abrir sua primeira loja em Nova York, em sociedade com Marcela (Maria Paula), ela tem um desafio: lançar no mercado um produto erótico exclusivo. À beira de uma crise de nervos, Alice se vê obrigada pelos médicos a passar uma temporada no "Spa Desestresse", comandado pela rígida Regina (Alice Borges). Sem contato com o mundo exterior, conhece Ricardo (Eriberto Leão), um executivo viciado em trabalho exatamente como ela.

Agora, ela vai precisar usar toda a sua criatividade para escapar da clínica, assinar o contrato em Nova York e ainda manter seu casamento com João (Bruno Garcia).



Com Ingrid Guimarães, Bruno Garcia, Maria Paula, Denise Weinberg, Cristina Pereira, Eriberto Leão, Christine Fernandes, Luiz Miranda, Alice Borges, Tatá Werneck, Pia Manfroni, Wagner Santisteban, Rodrigo Sant'anna e Eduardo Mello.

PRODUÇÃO MARIZA LEÃO

Como você define De Pernas pro Ar 2?

O filme é uma comédia romântica contada através da história do casal Alice (Ingrid Guimarães) e João (Bruno Garcia) – que tenta manter um casamento repleto de amor, mas atropelado pela ambição profissional desmedida de Alice. O roteiro explora com sensibilidade e inteligência os encontros e desencontros do homem e da mulher contemporâneos. Trata-se de uma comédia voltada para toda família, capaz de fazer rir e de emocionar. **De Pernas pro Ar 2** tem também a ambição de chegar ao público com um padrão técnico e artístico de alto nível.

O filme De Pernas pro Ar conquistou um público diverso e foi recorde de bilheteria em 2011, com mais de 3,6 milhões de espectadores. Essa sequência vai abranger o mesmo público ou pretende ampliar ainda mais o alcance?

Acredito que esta sequência pode estabelecer um diálogo tão amplo quanto o do primeiro filme. A diferença principal é que o lado romântico da história é mais acentuado, sem perder o humor que caracteriza o projeto. Como se trata de uma marca já conhecida pelo público, acho que podemos ambicionar repetir a carreira do primeiro filme.

No final do DPPA1 fica no ar que poderia existir uma continuação. A ideia do segundo filme já existia desde o primeiro?

Sim, quando no primeiro filme a personagem da Maria Paula telefona para a personagem da Ingrid dizendo que há um grupo de investidores querendo levar as lojas para os Estados Unidos. Eu troquei o texto e coloquei “levar a loja SexDelícia para Nova York”. Estávamos filmando essa cena da Marina da Glória, no Rio, e ali ficou claro para mim que a história merecia continuar.

Qual o orçamento total?

Foi maior que o primeiro filme?

- orçamento foi de R\$ 6 milhões.
- primeiro filme teve um orçamento de R\$ 5,5 milhões.

Como este investimento poderá ser percebido pelo público?

Em primeiro lugar, investimos pesado para filmar em Nova York, já que quase metade do filme se passa lá. Investimos também em muitos efeitos digitais que foram feitos na 02. Investimos em músicas como “Rehab” (Amy Winehouse), “Glad you Came” (The Wanted), “Moves Like Jagger” (Marron 5), “Can’t Smile Without You” (Barry Manilow), “She’s a Lady” (Tom Jones), além de uma surpresa brasileira muito especial. Ou seja, estamos perseguindo um padrão que nos orgulhe. O elenco traz como novidades atores como Eriberto Leão, Luiz Miranda, Tatá Werneck, Pia Manfrone e Wagner Santisteban, além da participação especial de Christine

Fernandes. Mas nada disso faria sentido sem um roteiro que consumiu quase dois anos de trabalho.

O merchandising em cinema ainda é pouco praticado no Brasil, mas vocês investiram nesse modelo de negócios no DDPA 2. Qual foi o cuidado que vocês tiveram para inserir marcas como Procter & Gamble e Telecine dentro de um contexto do filme?

Na reunião com o Nizan Guanaes, ele apresentou um novo modelo de merchandising que a agência África propunha para o cinema. Ele destacou que na tela grande não cabe reiterar a imagem dos produtos de forma artificial e que sutileza é o conceito.

Foram mais de 20 profissionais americanos envolvidos nas filmagens nos Estados Unidos, como foi produzir um set no exterior? Como foi trabalhar em

parceria com uma equipe estrangeira?

Eu já filmei na Europa e na Argentina, mas nunca tinha filmado nos Estados Unidos. Nosso princípio foi começar como deve ser: contratamos uma produtora americana e um advogado que operacionalizaram os vistos legais. Filmar nos Estados Unidos, depois do 11 de setembro, exige muita precisão jurídica. Levei seis atores brasileiros e mais seis técnicos. A adaptação com a equipe americana foi muito fácil e suave. Eles assistiram ao primeiro filme e estavam todos muito entusiasmados com as filmagens. Trabalhamos duro, mas com imenso prazer.

Em NY, vocês filmaram em locais como Central Park, Times Square, Broadway, carrossel do Brooklyn Bridge Park, hotel Carlton, além de Park Avenue e Fifth Avenue. Como foi feita a escolha dessas locais?

Eu fui a Nova York em fevereiro e fiz

a primeira escolha das locações junto com o Chris Bourgnine, nosso produtor americano. Eu já tinha muito claro o que nós precisávamos. Em março, o diretor do filme Roberto Santucci, o diretor de fotografia Nonato Estrela e a produtora executiva Camila Medina foram a Nova York para bater o martelo final. Muitas dessas locações representam um imenso desafio para filmar, mas fomos felizes e conseguimos fazer tudo que queríamos.

Como foi a experiência de filmar em alguns dos pontos mais movimentados da cidade, como a Times Square e a Quinta Avenida?

Não foi caótico. Foi hilário! Ingrid, Maria Paula, Bruno Garcia, Eriberto Leão, além da Cristina Pereira e do Eduardo Melo sabiam que *time is money* e nos ajudaram demais a cumprir nosso plano de filmagem. Muitas vezes, eles eram abordados por brasileiros nas ruas e, sempre com bom humor, davam autógrafos, tiravam fotos etc.

O filme será lançado em quantas salas de cinema?

Ainda está sendo negociado, mas acho que com algo em torno de 500 salas. 🌟



DIREÇÃO ROBERTO SANTUCCI

Quais as principais diferenças entre o primeiro filme e a sequência?

A produção de alta qualidade e o acerto entre a equipe e os atores. Isso se traduziu numa forma mais harmônica de trabalho. Pelo fato de nos conhecermos melhor tudo fluiu com mais conforto. Acho que isso se vê na tela e se sente na história.

O mercado cinematográfico brasileiro não tem a tradição de lançar franquias. Quais foram os desafios de filmar uma sequência?

O mesmo de todas as franquias. Mostrar na medida certa o que as pessoas já esperam ver, mas com frescor.

Quais foram os equipamentos e recursos tecnológicos usados nas filmagens? Qual é a importância do trabalho da O2 no processo de finalização do longa?

Duas câmeras digitais Arri Alexa e várias intervenções de roscopia e composição. Trabalhar com a O2 foi bacana, pois eles

têm muitos equipamentos sofisticados de última geração e uma mão de obra muito bem qualificada e voltada para a visão do diretor.

Como você define o humor do filme?

É humor para toda a família, com um pouco mais de sofisticação.

Como se deu a preparação do elenco?

Dessa vez contei com a ajuda de Marcelo Saback que, além de roteirista do filme, é diretor de teatro. Com muita experiência em humor, ele conduziu os ensaios. Enquanto eu o observava, ia visualizando o filme e o ajustando para minha visão.

Como você atua na direção de atores?

Nesse caso, por ter tido a experiência anterior do primeiro filme, pude deixar os atores mais livres. Entrei pontuando e adicionando intenções nos ensaios.

Como foi dirigir a nova geração de humoristas?

Eles improvisaram muito?

Foi um enorme prazer. Eles são muito criativos e divertidos. Alguns improvisam até demais, mas ficou ótimo!

Quais são as locações mais interessantes em Nova York?

Como foi filmar em ruas movimentadas da cidade?

A locação do carrossel no Brooklyn Bridge Park ficou incrível. A Ingrid e o Eriberto Leão fizeram uma cena romântica lá, com a ponte ao fundo. Foi também bacana fechar uma rua para filmar a cena do táxi em que ela sai do carro escondida, agachada. Fechar uma rua em Nova York é sempre divertido.

Os seus filhos fizeram uma participação, como os filhos da personagem da Christine Fernandes. Como foi dirigi-los? Eles já tinham atuado antes? Gostaram?

Os meus três filhos, Ricardo (13 anos), Raffaella (11 anos) e Rodrigo (sete anos) participaram de uma cena. Dirigi-los foi fácil, pois esses eu dirijo todos os dias (risos). Eles gostam e sempre participam dos meus filmes. Dessa vez, a ideia foi da minha assistente de direção, Julia Rezende. Na escola é um acontecimento. Os amigos também entram na figuração, quando é possível. 🌟



DIREÇÃO DE ARTE FABIANA EGREJAS

Como você chegou ao conceito da nova loja SexDelícia?

No segundo filme, o negócio cresceu, as donas enriqueceram e se sofisticaram um pouco. Partindo disso, decidimos por uma loja um pouco mais sofisticada que a loja do filme anterior. Uma loja menos chamativa. O conceito era uma loja onde a mulher não tivesse vergonha de entrar, onde se sentisse numa boutique.

Na inauguração da centésima loja SexDelícia, a Alice (Ingrid Guimarães) cai de cara no bolo em forma de uma mulher. Era um bolo de verdade? Como vocês produziram esse bolo gigante?

O roteiro dizia que o bolo era em forma de mulher sadô-mazô, onde a Alice (Ingrid Guimarães) deveria cair de cara e ficar numa posição de sexo em ação. A boneca que nós criamos tinha o rosto e os membros de manequim cobertos de glacé. E o corpo era um bolo de verdade recheado com glacé preto, decorado

com *strass*. Um aderecista fez a base do manequim e uma boleira especializada em bolos com formatos malucos fez dois bolos em forma de mulher, para o caso de termos que filmar mais de uma vez a cena. E cruzamos os dedos para o adereço encaixar no bolo. Deu certo! No final, o *take* acabou rolando de primeira e a equipe comeu uns dez quilos de bolo.

Como foi feita a pesquisa para escolher os objetivos eróticos que aparecem no filme? Havia algum tipo de restrição ou de orientação por parte da produção?

Nós tínhamos um fornecedor que tinha uma grande variedade de produtos. Na nossa pesquisa, percebemos que havia algumas linhas bastante diferentes de produtos para o prazer. Uma linha muito bonita, de design interessante, com formatos pouco reconhecíveis, mais futuristas e elegantes. E outra linha mais chanchada, engraçada e explícita. Dividimos o que tínhamos nestas duas vertentes e usamos na loja do

Brasil, a linha mais escurada, e na loja NY usamos a linha mais design. Assim conseguiríamos uma diferença entre as lojas.

Além do polvo, vocês criaram outros objetos exclusivos para as lojas SexDelícia? Quais?

Sim, mas todos vieram dos nomes citados no roteiro. O roteiro pedia um “abajunda” e um “tucacete”. Partimos dos nomes para inventar os objetos e procuramos colocar humor nos objetos.

O quarto do hotel de Nova York é rico em detalhes característicos da rede hoteleira da cidade. Como foi feita essa pesquisa? Você já esteve na cidade antes?

Sim, já estive em NY, mas faz muitos anos. Para o filme, pesquisei na internet e usei as minhas lembranças. Como a gente sabia que ia filmar no saguão do Hotel Carlton, a minha maior preocupação era criar um quarto que dialogasse com a

locação, para que o público acreditasse que aquelas pessoas saíam do saguão e entravam no quarto. Sendo assim, usamos alguns elementos de arquitetura existentes no saguão e as suas cores. Na verdade, o nosso quarto falso se parece mais com o saguão do que os quartos reais. Construímos móveis parecidos e outros nós adaptamos. ★



ELENCOPRINCIPAL

INGRID GUIMARÃES

Sobre Alice:

“Alice agora é um sucesso: está rica, super bem com a família e... exausta. Conseguiu transformar a SexDelícia numa holding, inaugura a centésima loja no Brasil, e está abrindo a primeira em NY. Ela resgatou o prazer, está bem com o marido, tem uma casa maior e acha que está conseguindo conciliar tudo. Mas, na verdade, Alice está viciada em trabalho. Ela toma remédios e sintetiza a era em que estamos vivendo, que é a era da ansiedade – e dos ansiolíticos. É o retrato da mulher de hoje, que tenta dar conta de tudo e não consegue. No primeiro filme ela estava descobrindo o prazer e indo atrás de um sonho de sucesso. Agora, tem que aprender a administrar o sucesso.”

Sobre Nova York:

“Nova York deu glamour ao filme. Tem uma luz linda, muito específica, e foi mais do que um cenário: interagimos com

a cidade. Teve perseguição na Quinta Avenida, uma cena em que eu ando agachada entre os carros na Madison Square Garden, outra dentro de um táxi amarelo, patinação no gelo e belas tomadas no Brooklyn. Filmamos no Central Park, na Times Square. As pessoas que passavam pelas ruas participaram muito das cenas. Na Quinta Avenida, quando fiz a cena correndo atrás do Bruno (Garcia), eu estava com uma câmera escondida e acabei fazendo um improviso com o público real, que me olhava como se eu fosse louca (risos). Também tive mais liberdade no roteiro, escrevi algumas cenas, pude improvisar bastante.”

BRUNO GARCIA

Sobre João:

“O filme mostra aquela mesma Alice e aquele mesmo João, só que em outra fase da vida. No primeiro filme, a gente fez um trabalho muito intenso para achar os personagens. Agora fizemos

outro caminho, o de recuperar aqueles personagens e transformá-los. Em **De Pernas pro Ar 2**, o problema da Alice é justamente descobrir como manter o que ela ganhou na primeira história. Fica muito claro que ela precisa tirar um pouco o pé do acelerador e João é o grande incentivador de que ela pare tudo para descansar num SPA. Mas eles vão parar em Nova York, supostamente de férias. O problema é que, na verdade, ela foi a trabalho e não contou isso pro marido!”

MARIA PAULA

Sobre Marcela:

“Marcela mudou tanto do primeiro para o segundo filme! Ela está mais sóbria, apesar de ter conservado a exuberância. Em **De Pernas pro Ar 2**, ela continua com a mesma personalidade. Ela se separou do Raul (que no primeiro filme foi interpretado por Charles Paraventi) e agora tem uma filha fofa, mas desde que

se separou não pega ninguém. Então, está subindo pelas paredes (risos). Foi muito bem-vinda a chegada do Ricardo, o novo personagem interpretado por Eriberto Leão, que veio para provocar uma rixa entre Alice e Marcela, porque antes eram as duas sempre do mesmo lado. Agora, de repente, ficou uma de cada lado com esse gato no meio. Sensacional!”

ERIBERTO LEÃO

Sobre Ricardo:

Ricardo é um personagem muito carismático, que chega para movimentar a história e causa um monte de confusão, principalmente no coração da Alice. Foi muito divertido fazer esse papel e foi ótimo trabalhar com a Ingrid porque somos amigos há mais de 20 anos. É a segunda vez que trabalhamos juntos - eu fiz uma participação no programa Sob Nova Direção (da TV Globo) e já existia uma química entre nós dois. Ricardo é um

workaholic, assim como a Alice. Eles se conhecem em um spa para dependentes de diversas coisas, como sexo, tecnologia, e os dois são os únicos que estão lá por serem viciados em trabalho. Ele vai para essa clínica procurar pessoas como a Alice, para contratá-las ou para fazer negócios. E acaba fazendo a ponte entre a Alice e a sócia, Marcela, com os investidores americanos interessados em abrir uma franquia da sexshop em Nova York. Ricardo, Alice e Marcela se envolvem e formam uma espécie de triângulo amoroso.” ★



ELENCO

Ingrid Guimarães (Alice)
Bruno Garcia (João)
Maria Paula (Marcela)
Denise Weinberg (Marion)
Cristina Pereira (Rosa)
Eriberto Leão (Ricardo)
Christine Fernandes (Vitória)
Luiz Miranda (Mano Love)
Alice Borges (Regina)
Tatá Werneck (Juliana)
Pia Manfroni (Valéria)
Wagner Santisteban (Léozinho)
Rodrigo Sant'anna (Garçom Geraldo)
Eduardo Mello (Paulinho)



FICHA TÉCNICA

Direção: Roberto Santucci

Produção: Mariza Leão

Direção de Fotografia: Nonato Estrela

Direção de Arte: Fabiana Egrejas

Roteiro: Marcelo Saback e Paulo Cursino

Figurinos: Reka Koves

Montagem: Marcelo Moraes

Som Direto: Leandro Lima

Produção executiva: Camila Medina

Direção de produção: Cacala Carvana

1º Assistente de direção: Hsu Chien

2º Assistente de direção: Julia Rezende e
Fernanda Nakamura

Distribuição: Downtown Filmes, Paris Filmes
e RioFilme

Coprodução: Paris Filmes, Globo Filmes,
Downtown Filmes, RioFilme e Telecine



A Morena Filmes opera ao lado da Atitude Produções na produção de filmes de longa-metragem, séries para TV, espetáculos e documentários, sob o comando de Mariza Leão. Suas produções mais recentes conquistaram o público: “Meu Nome Não é Johnny”, filme brasileiro de maior bilheteria em 2008 e “De Pernas pro Ar”, comédia de sucesso em 2010 com Ingrid Guimarães, somaram juntos, mais de 5,7 milhões de ingressos. Em 2012, lançou em parceria com a produtora Iafa Britz, o longa “Totalmente Inocentes”, de Rodrigo Bittencourt, que alcançou um público de mais de 500 mil pessoas.

Juntas, as duas empresas produziram gêneros diversos, entre eles o longa-metragem “Apenas o Fim” e o documentário “Waldick, Sempre no Meu Coração”, de Patrícia Pillar. Para televisão, realizou duas temporadas da série “Procurando Quem” (Canal Brasil) e “Cara Metade” no Multishow além dos shows “Irmãos Aniceto e Orquestra

Eleazer de Carvalho” e “Waldick ao vivo”. Atualmente está em plena produção da série de TV “Meu Passado me Condena” (Multishow), com direção de Júlia Rezende e em finalização do projeto “Vendo ou Alugo”, uma coprodução com Betse de Paula, comédia com Marieta Severo, Nathalia Timberg e Marcos Palmeira, com estreia prevista para o maio de 2013.

Seus próximos projetos são os longas “Meu Passado me Condena – O Filme”, de Julia Rezende; “Em Nome da Lei”, de Sergio Rezende; “O Jardim Secreto Mariana”, de Sergio Rezende, e “Descontroladas”, de José Joffily, em nova parceria com a produtora Iafa Britz.

GLOBOFILMES

Desde 1998, quando foi criada, a Globo Filmes produziu e/ou coproduziu mais de 120 filmes, levando para as salas de exibição mais de 135 milhões de pessoas.

Com a missão de contribuir para o fortalecimento da indústria audiovisual nacional, apostando em obras de qualidade e valorizando a cultura brasileira, participou dos dez maiores sucessos de bilheteria da retomada: Tropa de Elite 2 lidera a lista com público de mais de 11 milhões de espectadores. O filme bateu recorde de bilheteria e foi o mais visto na história do cinema brasileiro. Em seguida, Se Eu Fosse Você 2, que conquistou mais de 6 milhões de pessoas. O longa-metragem 2 Filhos de Francisco alcançou um público de 5 milhões, pouco mais que Carandiru e Nosso Lar, produções que chegaram à casa dos 4 milhões. Outros sucessos como Se Eu Fosse Você, De Pernas pro Ar, Chico Xavier, Cidade de Deus – com

quatro indicações ao Oscar - e Lisbela e o Prisioneiro atingiram mais de 3 milhões de espectadores cada um.

A Globo Filmes também tem por objetivo promover a sinergia entre o cinema e a televisão, sempre atenta ao reconhecido padrão Globo de qualidade. Sua filmografia contempla vários gêneros, como comédias, infantis, romances, dramas e aventuras. Suas atividades se baseiam nas parcerias com produtores independentes e distribuidores nacionais e internacionais, em uma associação de excelência para levar ao público o que há de melhor no cinema brasileiro.

TELECINE

Em 2012, a Rede Telecine completou 21 anos de sucesso levando o melhor do cinema mundial para os brasileiros. Joint-venture entre a Globosat e os quatro maiores estúdios de Hollywood – Paramount, MGM, Universal e Fox –, também exibe com exclusividade as produções da Disney e da DreamWorks, além de sucessos do mercado independente.

Visando investir cada vez mais na produção cinematográfica nacional, a Rede Telecine lançou em 2008 o Telecine Productions. O selo garante a coprodução de títulos em parceria com grandes produtoras brasileiras, estimulando a criação de novos filmes e garantindo sua exibição com exclusividade nos canais da Rede.

A Rede Telecine é líder absoluta entre os canais de filmes da TV por assinatura. Em 2012, pelo sexto ano consecutivo, exibiu o filme mais assistido na TV paga brasileira.

Com o menor índice de repetição e os maiores e mais recentes longas do mercado brasileiro, o Telecine reúne em sua grade 17 das 20 maiores bilheterias do cinema em 2011. Nos últimos 20 anos, estreou com exclusividade 13 vencedores do Oscar de Melhor Filme.

DOWNTOWN FILMES

A Downtown Filmes é uma distribuidora dedicada exclusivamente ao lançamento de filmes brasileiros. Fundada em 2006, sua estratégia de atuação é distribuir o melhor do cinema nacional, em parceria com os principais produtores e diretores brasileiros. Isso garantiu à Downtown Filmes, a partir de 2008, a distribuição de grandes sucessos de bilheteria, como “Meu Nome Não é Johnny”, “Divã” e “Chico Xavier”.

Em 2011 foi responsável pela distribuição dos dois maiores sucessos do ano: as comédias “De Pernas pro Ar” e “Cilada.com”, que juntos venderam mais de 6,6 milhões de ingressos. Outro lançamento importante foi documentário “Lixo Extraordinário”, indicado ao Oscar® de melhor documentário em 2011.

A empresa é dirigida por Bruno Wainer, que tem no seu currículo a distribuição de alguns dos

maiores sucessos do cinema brasileiro, entre os quais se destacam “Olga”, “Os Normais”, “Central do Brasil” e “Cidade de Deus”.

A Paris Filmes é uma empresa brasileira que atua no mercado de distribuição e exibição de filmes. A empresa está alicerçada em uma estrutura independente, onde a qualidade de seus produtos, a credibilidade e o respeito com que se trabalha são ingredientes indispensáveis para o resultado de grandes conquistas.

Unidos, esses fatores fizeram e fazem da Paris Filmes uma das mais respeitadas e tradicionais distribuidoras do país.

Desde 2004, a Paris Filmes vem com força total, trazendo grandes sucessos de público como “Presságio”, “Jogos Mortais”, “O Clã das Adagas Voadoras”, “P.S. Eu Te Amo”, além de filmes premiados como “Boa Noite e Boa Sorte”, “No Vale das Sombras”, “A Partida” e o maior fenômeno da atualidade “A Saga Crepúsculo”.

No ano de 2009 foi líder de mercado dentre as distribuidoras nacionais, trazendo para o público brasileiro grandes sucessos

mundiais como o segundo filme da “Saga Crepúsculo”, “Lua Nova”. Em 2010, bate um novo recorde com “Eclipse”. Em 2011, fechou o ano como a maior distribuidora independente e a terceira maior em participação de *market share*. Todos esses resultados refletem a enorme lista de filmes bem-sucedidos lançados durante o ano de 2011 entre eles, “Meia-Noite em Paris”, do aclamado diretor Woody Allen, “O Discurso do Rei”, vencedor de estatuetas no Oscar incluindo Melhor Filme, e de *blockbusters* como “Sem Saída” e “A Saga Crepúsculo Amanhecer – Parte 1”.

No ano de 2012, a Paris Filmes lançou a mais nova franquia cinematográfica ‘Jogos Vorazes’ e se destacou como a distribuidora com maior número de prêmios no ano com oito estatuetas do Oscar®: cinco para “O Artista”, incluindo melhor ator, melhor diretor e melhor filme; dois para “A Dama de Ferro”, incluindo o prêmio de melhor atriz para Meryl Streep; e um para melhor roteiro original por “Meia-Noite em Paris”.

RIOFILME

A RioFilme é uma empresa da Prefeitura do Rio de Janeiro vinculada à Secretaria Municipal de Cultura e atua nas áreas de distribuição, apoio à expansão do mercado exibidor, estímulo à formação de público e fomento à produção audiovisual, visando o efetivo desenvolvimento da indústria audiovisual carioca.

Fundada em 1992, a RioFilme desempenhou papel fundamental na revitalização do cinema brasileiro, e tem mantido sua importância, tendo lançado mais de 200 filmes nacionais no mercado - sucessos de público e crítica, como “Baile Perfumado”, de Paulo Caldas e Lírio Ferreira, “Central do Brasil”, de Walter Salles, “Lavoura Arcaica”, de Luiz Fernando Carvalho, “Terra Estrangeira”, de Walter Salles e Daniela Thomas, distribuição em vídeo, “Amarelo Manga”, de Claudio Assis, entre vários outros.

Em 2009, “Divã”, de José Alvarenga Jr., que fez mais de 2 milhões de

espectadores, e “Simonal: ninguém sabe o duro que dei”, de Calvito Leal, Cláudio Manoel e Micael Langer, documentário com mais de 70 mil pagantes, obtiveram retorno muito superior ao valor investido.

Além da distribuição de filmes, a RioFilme apoia eventos, como festivais, mostras e feiras ligadas ao mercado audiovisual. Exemplos de eventos apoiados pela empresa são o Festival do Rio, o Curta Cinema e a mostra de documentários É Tudo Verdade, além de premiações e pré-estreias. A RioFilme tem longo histórico de fomento à produção independente: entre 1995 e 2008, foram produzidos 91 curtas com verba do Edital para Filmes de Curta-Metragem.

Em 2009, sob nova gestão, a RioFilme passou a atuar como uma agência de desenvolvimento, voltada para o mercado carioca e para o investimento em projetos capazes de combinar valor comercial e artístico.

A nova administração da RioFilme abriu novas frentes de trabalho e criou projetos estratégicos para promover o desenvolvimento econômico da cidade, por meio de investimentos no setor audiovisual. Firmou parcerias com o Governo do Estado, a partir da Secretaria Estadual de Cultura, e lançou o 'Rio Audiovisual', uma plataforma criada para abrigar as diversas ações voltadas para a promoção do Rio de Janeiro em outros estados e no exterior, e para a atratividade de produções de fora da cidade.

Além do investimento direto em produção e lançamento de filmes, o plano de investimento 2009/2012 da RioFilme prevê a criação de um Funcine (Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica), o apoio a projetos por meio de editais e o estímulo a iniciativas de democratização do acesso, de promoção da cidade e de melhoria do ambiente de negócios.

Este conjunto de ações, em sintonia com as políticas da Secretaria Municipal de Cultura, visa estabelecer a cidade como pólo latino-americano de cinema, televisão e novas mídias. As metas previstas no contrato de gestão são de dois tipos: eficiência (desempenho gerencial da empresa); e eficácia (impacto no mercado e na sociedade). ✪

PALAVRA
ASSESSORIA EM
COMUNICAÇÃO

(21) 3204 3124

Cristina Rio Branco

cristina@palavraonline.com
(21) 8486 7947

André De Biase

andredebiase@palavraonline.com

Paula Catunda

paula@palavraonline.com
(21) 8795 6583

Tatiana Garritano

tatiana@palavraonline.com
(21) 8283 5039

palavra!
assessoria em comunicação ● ● ●

www.facebook.com/depernasproarfilme