



Jílio Uchôa passou por mestres do quilate de Daniel Filho, Neville D'Almeira e Tizuka Yamasaki no processo para criar um legado (e muito bem-sucedido) na produção



Recentemente, o longa batizado com seu bordão, “Viva a Vida!” (2025), de Cris D’Amato, foi parar no pódio dos longas brasileiros mais vistos na Netflix



Divulgação

Em ‘Querido Mundo’, Malu Galli e Du Moscovis brilham nessa fábula de Miguel Falabella



Raisa Verbitskaya/Divulgação



Divulgação

‘Viva a Vida!’, revela uma Israel à margem da guerra

‘S.O.S. Mulheres ao Mar’ (2014) bateu a fronteira do milhão

do mundo. Temos um enorme trabalho empenhado pela O2Play para a distribuição do filme. Nós acreditamos que o preto e branco comunica e vimos, na praça, em Minas, que o filme e suas imagens chegam às almas das pessoas.

**A recepção foi das mais calorosas, num sábado em que a chuva deu uma trégua ao filme. O que ajudou Miguel Falabella a levantar essa história baseada em sua própria peça?**

Mega aplausos a todo conjunto artístico que conseguimos ter neste

filme, pois tudo ajudou a seguirmos. Malu Galli e Du Moscovis brilham nessa fábula de Miguel Falabella, lindamente dirigida por ele e pelo Hsu Chien. Trabalho de produtor de filme não é só construir o filme, não é só fazer filmar. Temos que prosseguir lutando, para dar visibilidade e uma longa vida aos filmes. Buscar estar em festivais serve para expormos o filme, entender os públicos (como fizemos com Rússia, Gramado e a praça de Tiradentes, com extremo êxito) e então trabalharmos para chegarmos às janelas comerciais para o nosso filme.

**Você produziu blockbusters em sua Ananã e ajudou Daniel Filho a fazer muitos sucessos, na TV e na telona. O que mudou no cinema, na forma de se fazer sucesso, dos anos 2010 para os anos 2020?**

O cinema está sempre em constante mudança. Desde a pandemia, há um trabalho maior para conseguirmos levar os filmes às salas de cinema com resultados, e com seus respectivos investimentos de operação e mídia (aliás... tantas novas mídias) para os lançamentos. Mas a grande mudança está sendo

o crescimento, com robustez, dos streamings. Eles têm gerado novos sucessos... “de bilheteria”. Ocorreu com o nosso “Viva a Vida!”, que, no streaming, chegou a mais de 7 milhões de pessoas. Com “Ricos de Amor”, ficamos no top das comédias românticas na América Latina. Ele gerou sequência, e gerou remake na África. Novas formas de distribuição, novos caminhos e novos resultados! Sempre temos que acompanhar o dinamismo do mundo. Acho que o filme de hoje quer verdades, quer poder ser útil na emoção. Ele quer não enganar muito e ser relevante, com muita qualidade. Acho que boas histórias... boas comédias... sempre estão no ar, e podem servir ao grande público, se empoderadas de qualidades técnicas, artísticas e investimento. Sempre haverá espaço para algo bem trabalhado, bem pensado, feito com vontade de ser bem-feito, querendo dizer algo, querendo mexer, provocar, relatar... Com o streaming presente, o investimento no lançamento é fundamental para um filme chegar a muitas salas em um mundo de tantas mídias, segmentos, opções - sobretudo em um Brasil tão grande. Os P&Ns (jargão para Lucros e Perdas) que vivi 10 anos atrás eram, possivelmente, 10 ou 20 vezes superiores do que os investimentos em lançamentos aplicados aos filmes nacionais hoje. Nosso “SOS - Mulheres ao Mar” teve, há 12 anos, algo tipo R\$ 3,6 milhões para o lançamento... e éramos uma aposta).

**Que nova configuração você vê hoje?**

Temos filmes importantes hoje, com investimentos de menos de 15% desse valor (que o “SOS” teve) para colocação no mercado... e acho que, hoje, as mídias e as vias são mais difíceis que as de 10 anos atrás. Temos que melhorar e buscar ter bons filmes, mas penso que tem de se ter dinheiro para querer colocar um filme para ser visto e para conseguirmos levar público às salas de cinema em um Brasil de tantas mídias novas... e tão grande. É mais barato (leia-se: menos risco e investimento)... e menos desafiador... e menos trabalhoso pular as salas de cinema hoje - justificando-se com alguns insucessos de filmes que não deram bilheteria – e fazer o filme seguir rapidamente para os streamings. Mas temos exemplos de campanhas que construíram bem, sim, a carreira de alguns filmes, fazendo-os serem vistos, reconhecidos e rentáveis. Temos sempre que achar novas formas, novas composições para os lançamentos.

**Lançado no início de 2025, “Viva a Vida!” virou um dos maiores sucessos de audiência nacionais Das plataformas digitais**

**(Netflix) no mundo. O que o streaming revela para você hoje sobre consumo de cinema (brasileiro sobretudo) em casa?**

É sensacional ver resultado com filmes em que pensamos e trabalhamos por anos, buscando um melhor roteiro em inúmeras versões, correndo atrás de financiamentos e de parceiros. Levamos anos desejando que esse filme achasse seu público, surtisse resultado e emocionasse. Tivemos uma silenciosa abertura do filme, e acho que, honrosamente, a Netflix conseguiu dar visibilidade para “Viva a Vida!”. Acho que, graças ao conjunto artístico do filme, ele consegue ser, aos poucos, lindamente consumido. Acho que a fotografia, o elenco, a direção, a história, nossas locações, a trilha... tudo conta. Buscamos fazer e entregar com o máximo de trabalho para alcançar qualidade nos diversos itens do filme, acreditando que isso gera resultado. Registro a admiração e prazer em construir um filme com a diretora Cris D’Amato. Nós construímos filmes sempre com prazer, liberdades artísticas, bons técnicos e com profunda vontade de fazer direito e bonito, para chegarmos ao público. “Viva a Vida!” é um filme que amamos e no qual buscamos, com a direção da Cris, imprimir qualidade artística por todo o seu processo. Estão lá grandes artistas (Dante Belutti, Yurika Yamazaki, Kika Lopes...), uma parte técnica fina (como a trilha da Ultrassom, a pós da O2post...), um elenco competente e amoroso.

**Sua parceria com a Netflix vai além desse filme, não?**

A Netflix tem um incrível poder de chegar ao público. Se o produto é bom e bem-feito ele tem tudo para ser consumido. Progressivamente, novos públicos, de forma orgânica, começam a achar o filme. Tivemos, além do “Viva a Vida!”, o “Ricos de Amor” partes 1 e 2 e “Diários de Intercâmbio” entregues a Netflix. Tivemos incríveis resultados, pois acho que buscamos ao máximo exaurir nossa capacidade de realizar bem junto a equipes de artistas e técnicos que constroem um filme, com vontade de contar boas histórias e emocionar.

**O que você tem para produzir neste momento?**

Vem muita brasilidade em nossos próximos filmes. Tivemos um lindo ano com o lançamento de “Viva a Vida!”, a passagem do “Querido Mundo” por festivais e um programa da NatGeo/ Disney, “Do Not Attempt”, no qual fizemos a produção no Brasil para a série do mágico David Blaine, com apresentação especial em cinema na Rocinha junto ao lançamento.