

# REVISTA FILME B

www.filmeb.com.br

MAIO DE 2018



## QUEM TEM MEDO DO STREAMING?

Expansão das plataformas digitais cria novas demandas e impasses para o mercado audiovisual

### **ALTAS APOSTAS**

Conheça os filmes que devem sacudir as férias

### **ESPAÇO RENOVADO**

Circuito de Adhemar Oliveira volta às origens

### **É TUDO VERDADE**

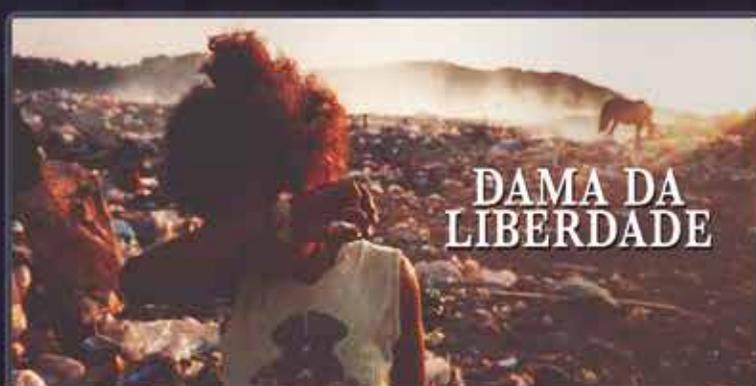
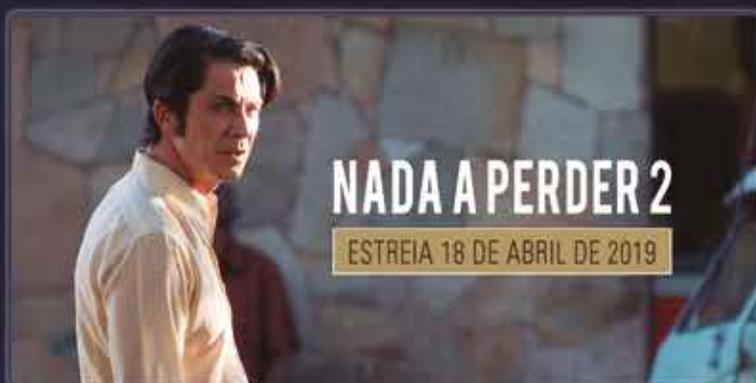
Biografias são a nova arma da produção nacional

### **DIRETO DE LAS VEGAS**

Saiba o que rolou nos bastidores da CinemaCon

# VEJA OS LANÇAMENTOS DA PARIS ENTRETENIMENTO

O CINEMA BRASILEIRO PROMETE GRANDES BILHETERIAS!



PARA SABER MAIS ACESSSE [WWW.PARISENTEENIMENTO.COM](http://WWW.PARISENTEENIMENTO.COM)



Jurassic World - Reino ameaçado: aposta alta para o mês de junho

# ÍNDICE

## É SÓ SUCESSO

Heróis, filmes de ação, animações e longas para público adolescente chegam para aquecer o circuito a partir de junho

6

## NOVOS TEMPOS

No aniversário de 25 anos, Espaço, de Adhemar Oliveira, enxuga circuito e recupera vocação do conceito arteplex

22

## CAPA

Streaming cresce no Brasil e abre o debate de temas como cotas, janelas de exibição e cobrança de tributos

30

## VIDAS BRASILEIRAS

Produção nacional aposta forte nas cinebiografias de nomes conhecidos das artes, do esporte e da política em nova safra

38

## RAPIDINHAS CINEMA CON

Um giro pelos assuntos mais quentes dos bastidores da edição deste ano da maior conferência do mercado de cinema

44

## TABELAS

Confira um panorama do mercado brasileiro de cinema nos primeiros meses do ano, segundo desempenho dos principais exibidores

46

### FILME B

[www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br)

#### Diretor:

Paulo Sérgio Almeida

O Filme B é um portal especializado no mercado audiovisual no Brasil. Toda segunda e terça-feira, o boletim Filme B apresenta os resultados das bilheterias nos cinemas e reúne as principais notícias da indústria no Brasil e no mundo. O portal traz ainda as seções Calendário de Estreias, Quem é Quem no Cinema no Brasil e Database Brasil. A revista Filme B, com reportagens mais aprofundadas dos assuntos de mercado, é publicada em encontros de mercado como o Show de Inverno de Campos do Jordão e ShowBúzios, no Festival de Búzios.

### REVISTA FILME B

**Editor:** Gustavo Leitão

**Repórteres:** Bernardo Siaines, Samuel Costa, Thayz Guimarães

**Comunicação e marketing:** Cristiane Denik

**Revisão:** Cristina Siaines

**Projeto gráfico e**

**diagramação:**

Raquel Cordeiro

**Pesquisa:** Elizabeth Ribeiro

**Gráfica:** Walprint

**Capa:** Foto Pexels.com

CC0 License

### PORTAL FILME B

**Editora:** Thayz Guimarães

**Repórter:** Bernardo Siaines, Samuel Costa

**Estagiária:** Dayane dos Anjos

# UM ANO DIFÍCIL, MAS OS VENTOS COMEÇAM A MUDAR



PAULO SÉRGIO ALMEIDA

Antes de começar, 2018 dava sinais de preocupação, mas ninguém poderia imaginar que teríamos um primeiro trimestre tão ruim, com quedas generalizadas. E que logo em abril começaria a melhorar, com o nacional *Nada a perder*, que acumulava mais de R\$ 120 milhões até o fechamento desta edição, e em seguida com *Vingadores*, que só em seu primeiro fim de semana rendeu R\$ 65 milhões.

A grande surpresa do ano até agora foi o sucesso estrondoso de *Pantera Negra*, que provou como a Marvel não tem limites para lidar com heróis e mexer com preconceitos. Também no primeiro trimestre, o sucesso de *Fala sério, mãe!* (lançado em dezembro de 2017), que teve mais de 80% de sua bilheteria em 2018, foi acompanhado de números expressivos de *Os farofeiros*, que já ultrapassou 2,5 milhões de espectadores. Isto sem falar no fenômeno, inclusive de logística, que foi *Nada a perder*. O conjunto de filme nacionais trouxe cerca de 15 milhões de espectadores, o que foi uma importante contribuição.

Mas faltaram *blockbusters* estrangeiros no primeiro trimestre.

Em anos anteriores, alguns filmes médios preencheram bem essas ausências, como foi o caso de *A culpa é das estrelas*, *Como eu era antes de você*, *A cabana* e *Extraordinário*, entre outros. Será que teremos novas surpresas como essas?

O mercado começou a mudar a partir dos lançamentos de *Vingadores - Guerra Infinita*, *Deadpool 2* e *Han Solo - Uma história Star Wars*, quando foi aberta a temporada de sucessos do ano, que vão equilibrar as fracas bilheterias do primeiro trimestre e movimentar as bombonnières, o que é fundamental para os exibidores. Agora vem por aí uma safra de sucessos inquestionáveis, como *Jurassic World - Reino ameaçado*, *Os incríveis 2*, *Homem-Formiga e a Vespa*, *Hotel Transilvânia 3* e *Missão Impossível - Efeito Fallout*, entre outros, que estão em destaque nesta edição.

E depois? Os distribuidores estão apostando nos nacionais *Tudo por um popstar*, *Crô em família*, *O candidato honesto 2 - O 'impitchment'*, *Chacrinha* e *Turma da Mônica - Laços*. Além dos candidatos a *blockbusters* *Venom*, o *remake Nasce uma estrela* – que pode ser a grande surpresa do ano – *Animais*

*fantásticos 2* e *Aquaman*. Tudo indica que o Natal estará recheado de lançamentos, inclusive de dois nacionais – *Minha vida em Marte* e *De pernas pro ar 3* –, comédias que já mostraram sua força. No difícil tabuleiro de previsões cinematográficas, 2018 ainda tem por aqui o agravante das eleições caóticas que se anunciam.

Quem esteve na CinemaCon já viu e sentiu que, se 2018 não atingir números recordes, pelo menos não será um ano fraco, como se anunciava em seu início. Outro fato importante que Las Vegas nos trouxe foi a consolidação da Global Cinema Federation – associação que reúne exibidores de todo o mundo –, que deu mais segurança ao setor nas negociações em geral, e, mais especificamente, em relação à manutenção das janelas para exibição em relação a outras mídias, uma preocupação constante do mercado exibidor.

Até Búzios tudo isso estará confirmado ou desmentido, com margem para as surpresas de sempre. E também teremos lá os anúncios das distribuidoras para o *line-up* de 2019, que, segundo o que vimos na CinemaCon, promete.

ORGULHO DE SER BRASILEIRO



DISTRIBUIDORA

Desde  2006

**DOWNTOWN**

FILMES

100% NACIONAL

# FÉRIAS DO BARULHO

GUSTAVO LEITÃO, LIA BAHIA E SAMUEL COSTA

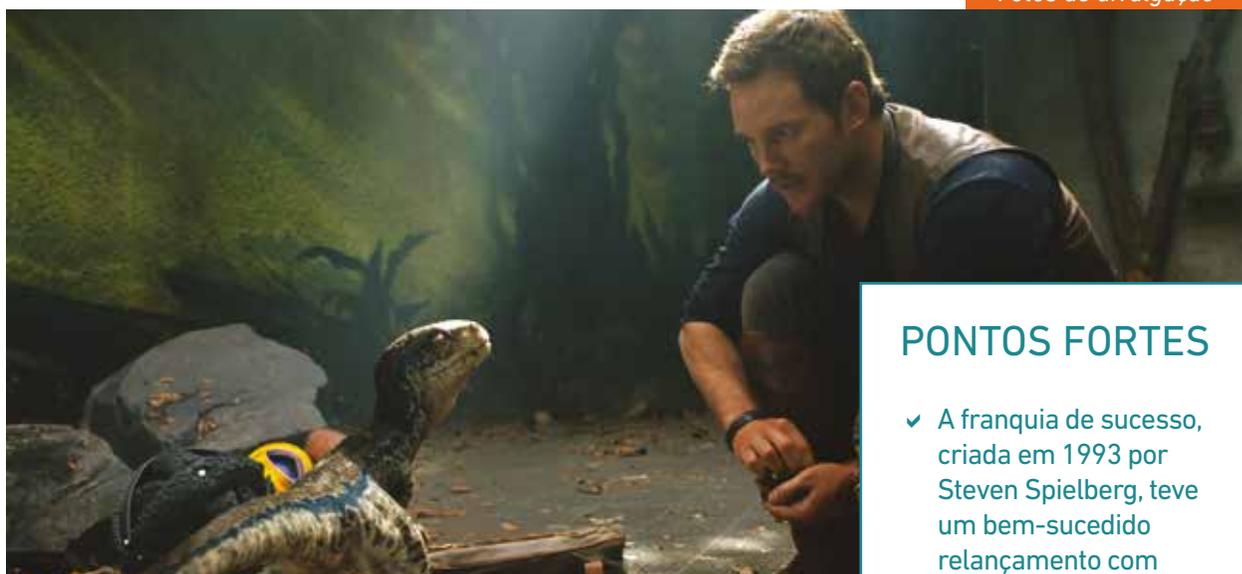
Mais uma temporada de cinemas aquecidos vem aí, para alegria dos exibidores. É tempo de férias escolares de meio de ano e, com elas, vêm os usuais filmes para crianças e adolescentes. Na safra deste ano, tem animação que já se provou nas bilheteiras (*Os incríveis 2*, *Hotel Transilvânia 3*) e o ado-

lescente *Tudo por um popstar*, com altas expectativas. A leva que segue até novembro também conta com outras armas, como super-heróis, muita ação e o retorno de franquias consagradas. As apostas, com seus atrativos e riscos, você lê a seguir. As datas estão sujeitas a alteração. Confira as atualizações no **Calendário de Estreias** ([www.filmebr.com.br/calendario-de-estreias](http://www.filmebr.com.br/calendario-de-estreias)).

## LEGENDAS

<b>ANI</b>	Animação
<b>FRA</b>	Franquia
<b>BLO</b>	Blockbuster
<b>3D</b>	3D
<b>HQ</b>	Quadrinhos
<b>NAC</b>	Nacional

Fotos de divulgação



## PONTOS FORTES

- ✓ A franquia de sucesso, criada em 1993 por Steven Spielberg, teve um bem-sucedido relançamento com Chris Pratt à frente
- ✓ Mantém o elenco do filme anterior e o personagem Ian Malcolm, vivido por Jeff Goldblum, retorna à história
- ✓ Distribuidora promete campanha maciça
- ✓ A confiança do mercado, já que é uma das apostas mais fortes de número um do ano

## Jurassic World - Mundo ameaçado

**FRA**  
**BLO**  
**3D**

*Jurassic World - Fallen kingdom*  
(Universal)  
21 de junho

### HISTÓRICO

**Jurassic World - O mundo dos dinossauros (2015)**

6,3 milhões de espectadores  
R\$ 90,7 milhões

## PONTOS FRACOS

- ✗ A Copa do Mundo, que disputa a atenção de um público semelhante, fortemente masculino e fã de ação

FRA BLO 3D ANI

## Os incríveis 2

*The incredibles 2* (Disney)  
28 de junho

### HISTÓRICO

#### Os incríveis (2004):

- 🎫 4,2 milhões de espectadores
- 💰 R\$ 27,8 milhões



### PONTOS FRACOS

- ✗ Distanciamento de 14 anos do último lançamento da franquia, portanto o público que o assistiu agora é adulto
- ✗ Época de concorrência forte nos cinemas

### PONTOS FORTES

- ✓ Mantém o diretor do original, Brad Bird, premiado com um Oscar por *Ratatouille*, além de *Os incríveis*
- ✓ Carrega a marca Disney/Pixar, que é sinônimo de qualidade e atrai o público família
- ✓ O trailer agradou, com mais de 113 milhões de visualizações apenas em sua primeira semana de circulação na internet
- ✓ Será a única opção forte para as crianças até a entrada no circuito de *Hotel Transilvânia 3*



## Homem-Formiga e a Vespa

HQ FRA BLO 3D

*Ant-Man and the Wasp* (Disney)  
5 de julho

### HISTÓRICO

#### Homem-Formiga (2015)

-  2,9 milhões de espectadores
-  R\$ 41,7 milhões

### PONTOS FRACOS

- ✗ Ainda não se estabeleceu como uma grande marca
- ✗ Filme anterior não foi das maiores bilheterias desse universo
- ✗ Elenco pouco conhecido, tendo Michael Douglas como nome mais famoso

### PONTOS FORTES

- ✓ É o mesmo diretor do original, Peyton Reed
- ✓ Dos mesmos roteiristas que assinaram sucessos como *Homem-Aranha - De volta ao lar* e *Jumanji - Bem-vindo à selva*
- ✓ Lançamento da dobradinha Disney/Marvel
- ✓ Promete injetar novo fôlego à história

# LILIA SORRAH

# DOMINGOS CARVANA

# TAÍS MOTTA

GRANDES TALENTOS INSPIRAM  
GRANDES TALENTOS.  
E INSPIRAM CADA UM DE NÓS.



CORRENDO ATRÁS



AS BOAS MANEIRAS



CRÔ EM FAMÍLIA



CHACRINHA



DEZ SEGUNDOS



O GRANDE CIRCO MÍSTICO

UMA HOMENAGEM

DA  
GLOBO FILMES

AOS ATORES E ATRIZES  
DO CINEMA BRASILEIRO



**GLOBO FILMES**



BLO 3D

## Arranha-céu - Coragem sem limite

*Skyscraper* (Universal)  
12 de julho

### HISTÓRICO

Revelado na franquia de ação *Velozes e furiosos*, Dwayne Johnson (ex-The Rock) virou uma marca poderosa, sinônimo de filmes com adrenalina na veia, como *Terremoto - A Falha de San Andreas*

### PONTOS FORTES

- ✓ Dwayne Johnson tem público cativo no Brasil; seu *Velozes 8* foi líder em 2017 e emplacou outro sucesso com *Jumanji - Bem-vindos à selva*
- ✓ O trailer promete, com cenas de ação de tirar o fôlego

### PONTOS FRACOS

- ✗ Filme tenta emplacar nova franquia
- ✗ Estreia marcada para finais da Copa
- ✗ O diretor, Rawson M. Thurber, ainda não é um nome consagrado





## Hotel Transilvânia 3 - Férias monstruosas

FRA BLO ANI 3D

*Hotel Transylvania 3 - Summer vacation*  
12 de julho

### HISTÓRICO

#### Hotel Transilvânia (2012):

- 🎫 2,4 milhões de espectadores
- 💰 R\$ 30,9 milhões.

#### Hotel Transilvânia 2 (2015):

- 🎫 3,2 milhões de espectadores
- 💰 R\$ 41,8 milhões

### PONTOS FRACOS

- ✗ A concorrência infantil estará forte neste período, com *Os Incríveis 2* provavelmente ainda potente no circuito
- ✗ Franquia em evolução, não alcançou ainda o patamar de público de outras séries de animação do gênero

### PONTOS FORTES

- ✓ É a grande aposta de longa infantil da Sony para 2018
- ✓ Tem visual atraente
- ✓ Tema de terror, que sempre faz sucesso, com personagens conhecidos, como o Conde Drácula e o Frankenstein

NAC

## Tudo por um popstar

(Downtown/Paris)  
19 de julho

### HISTÓRICO

Thalita Rebouças é a autora que mais vende livros para o segmento adolescente no país. Ela mostrou que tem potencial também no cinema em 2016, com *É fada*, que atraiu 1,7 milhão de espectadores



### PONTOS FORTES

- ✓ Baseado em um *best-seller* de Thalita Rebouças, que emplacou o êxito *Fala sério, mãe* (3 milhões de espectadores)
- ✓ Conta com Maísa Silva no elenco e a participação do *youtuber* Felipe Neto, popular nessa faixa de idade
- ✓ O público-alvo certo, de meninas adolescentes

### PONTOS FRACOS

- ✗ O diretor Bruno Garotti (*Eu fico loko*) ainda não tem nome consolidado



FRA BLO

## Missão: impossível - Efeito Fallout

*Mission: impossible - Fallout*  
(Paramount)  
26 de julho

### HISTÓRICO

A franquia iniciada em 1996 é uma das mais duradouras e lucrativas do cinema. No mundo, seus cinco filmes arrecadaram mais de US\$ 2,7 bilhões e a série continua em curva ascendente. No Brasil, o longa mais recente, de 2015, atraiu 2,7 milhões de espectadores

### PONTOS FRACOS

- ✗ Depois de cinco filmes, seria natural que a franquia demonstrasse cansaço
- ✗ Cruise não foi suficiente para levantar as bilheteria de *A múmia*

### PONTOS FORTES

- ✓ A série é uma marca consolidada
- ✓ Tom Cruise ainda tem fator de atração de público e suas filmagens sempre repercutem; desta vez, ele quebrou o tornozelo fazendo uma cena e o episódio viralizou na internet
- ✓ Henry Cavill, o Superman, interpreta o vilão do filme



NAC

## Chacrinha

(Downtown/Paris)  
23 de agosto

### HISTÓRICO

Superprodução de R\$ 12 milhões, a montagem teatral foi enorme sucesso no Rio e em São Paulo. Andrucha Waddington dirigia Stepan Nercessian no papel. O comunicador também é referência para várias gerações por conta de seus programas de TV, entre as décadas de 1950 e 1980

### PONTOS FRACOS

- ✗ Tema de bastidores de TV tem alcance limitado
- ✗ Gerações mais jovens não cresceram com a referência de Chacrinha

### PONTOS FORTES

- ✓ Mesmos diretor e ator do sucesso dos palcos
- ✓ Grande produção, com recriação de época
- ✓ Aposta forte da Globo Filmes, com exposição de mídia
- ✓ Participação de cantores conhecidos, como Luan Santana

NAC HQ

## O doutrinador

(Downtown/Paris)  
6 de setembro

### HISTÓRICO

Criado pelo designer Luciano Cunha, o quadrinho sobre um justiceiro de políticos corruptos foi publicado no Facebook e ganhou projeção na esteira dos protestos de 2013. Depois foi lançado de forma impressa em edição independente e, finalmente, distribuída comercialmente por uma editora

### PONTOS FORTES

- ✓ Linguagem jovem e original
- ✓ Raro super-herói brasileiro
- ✓ Aposta forte da Paris, que também produz o longa
- ✓ Diretor em ascensão, Gustavo Bonafé, que assina *Chocante* e *Legalize já*

### PONTOS FRACOS

- ✗ Excesso de violência pode afastar parte do público
- ✗ HQ foi um sucesso restrito
- ✗ Comparação com filmes de super-heróis americanos pode ser um parâmetro difícil

FRA

## A freira

*The nun* (Warner)  
6 de setembro

### HISTÓRICO

O longa é parte do universo de *Invocação do mal*, que já rendeu quatro capítulos e acumulou US\$ 1,2 bilhão no mundo. Por aqui, houve uma pequena queda de público entre *Invocação do mal 2* (3,6 milhões), de 2016, e *Annabelle - A criação do mal* (2,9 milhões), de 2017

### PONTOS FRACOS

- ✗ Diretor Corin Hardy é desconhecido e ainda não emplacou resultados significativos
- ✗ *Annabelle* teve uma trajetória de queda, tendo levado 3,7 milhões no filme original e 2,9 milhões no último lançamento

### PONTOS FORTES

- ✓ Assim como a série *Annabelle*, é um spin-off de *Invocação do mal*, cujos dois capítulos venderam mais de cinco milhões de ingressos no Brasil
- ✓ Warner teve bons resultados recentes no universo do terror, tendo levado 4,4 milhões de pessoas aos cinemas para assistir *It - A coisa* e 2,9 milhões para ver *Annabelle 2*
- ✓ O produtor James Wan virou uma marca de sucesso





## QUEM VAI AO CINEMA...

1. *Vai ao Velho Oeste,*
2. *vai ao passado,*
3. *vai à Lua,*
4. *vai ao*
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_

10. \_\_\_\_\_
11. \_\_\_\_\_
12. \_\_\_\_\_
13. \_\_\_\_\_
14. \_\_\_\_\_
15. \_\_\_\_\_
16. \_\_\_\_\_
17. \_\_\_\_\_
18. \_\_\_\_\_
19. \_\_\_\_\_
20. \_\_\_\_\_
21. \_\_\_\_\_
22. \_\_\_\_\_
23. \_\_\_\_\_
24. \_\_\_\_\_
25. \_\_\_\_\_

**TELE**  
**CINE**

VÁ AO CINEMA

3D BLO ANI

## Pé pequeno

*Smallfoot* (Warner)  
27 de setembro

### HISTÓRICO

A história é baseada em lendas antigas do yeti (ou Abominável Homem das Neves), uma criatura parecida com os gorilas que habitaria o Himalaia. É uma figura popular nos EUA e já apareceu como personagem em *Monstros S.A.*



### PONTOS FORTES

- ✓ Os diretores e roteiristas são experientes, com um currículo de produções como *Shrek*, *Rio* e *Meu malvado favorito*
- ✓ A história lúdica, com monstros fofos, pode ser um chamariz para o público infantil

### PONTOS FRACOS

- ✗ A lenda da criatura das neves não é popular no Brasil
- ✗ A Warner Animation é uma divisão nova e ainda não teve êxitos fora da franquia Lego



3D BLO FRA HQ

## Venom

(Sony)  
4 de outubro

### HISTÓRICO

#### Homem-Aranha - De volta ao lar (2017):

- 6,7 milhões de espectadores
- R\$ 102,6 milhões

### PONTOS FORTES

- ✓ Chega em um momento com Homem-Aranha em alta depois do reboot da série e sua assimilação pela Marvel/Disney
- ✓ Primeiro *spin-off* da série, sobre um vilão que é popular para os fãs de quadrinhos

### PONTOS FRACOS

- ✗ Há muita especulação sobre a possível aparição de Tom Holland, o Homem-Aranha, mas é garantido que sua participação não será importante
- ✗ Diretor desconhecido e com experiência apenas em TV



## Animais fantásticos - Os crimes de Grindelwald

FRA BLO 3D

*Fantastic beasts - The crimes of Grindelwald* (Warner)  
15 de novembro

### HISTÓRICO

**Animais fantásticos e onde habitam (2016):**

 4,3 milhões de espectadores

 R\$ 66,2 milhões.

### PONTOS FRACOS

✗ Presença no elenco de Johnny Depp, acusado de agredir ex-mulher, pode afetar o lançamento

### PONTOS FORTES

- ✓ Franquia derivada da cultuada série *Harry Potter*, com base de fãs fiel e cultivada ao longo de muitos filmes e livros
- ✓ O primeiro filme ficou entre os dez mais de 2016
- ✓ O diretor David Yates é um veterano do universo de J.K. Rowling
- ✓ Dumbledore, amado personagem da série, aparece pela primeira vez no *spin-off*

## OUTROS DESTAQUES

■ **OITO MULHERES E UM SEGREDO** (Warner, 7 de junho) - Ação com Sandra Bullock, Cate Blanchett e Anne Hathaway

■ **MULHERES ALTERADAS** (Downtown/Paris, 21 de junho) - Comédia como Deborah Secco baseada no livro de Maitena

■ **UMA QUASE DUPLA** (Downtown/Paris, 12 de julho) - Comédia com Tatá Werneck e Cauã Reymond e direção de Marcus Baldini (*Bruna Surfistinha*)

■ **CRÔ EM FAMÍLIA** (Imagem, 19 de julho) - Comédia, dirigida por Cininha de Paula, baseada no personagem gay de novela

■ **ILHA DOS CACHORROS** (Fox, 19 de julho) - Animação *stop motion* que deu o Urso de Prata para o diretor Wes Anderson

■ **O CANDIDATO HONESTO 2 - O 'IMPITCHMENT'** (Downtown/Paris, 2 de agosto) - Comédia de Roberto Santucci com Leandro Hassum sobre o

cenário político brasileiro

■ **COMO É CRUEL VIVER ASSIM** (H2O, 16 de agosto) - Julia Rezende dirige a comédia sobre um casal suburbano que planeja um sequestro

■ **TURMA DA MÔNICA - LAÇOS** (Downtown/Paris, 11 de outubro) - Dirigido por Daniel Rezende, o infantil é o primeiro *live-action* do universo de Maurício de Sousa

COMO VOCÊ SE  
**SENTE** QUANDO  
VÊ 35 TRILHÕES DE CORES?



**SINTA A**



**XPERIÊNCIA!**

**CINEMARK**



# DE VOLTA ÀS ORIGENS

THAYZ GUIMARÃES

Prestes a completar 25 anos, grupo Espaço, de Adhemar Oliveira, enxuga seu circuito de salas para concentrar programação no conceito arteplex

Há cerca de dois anos, Adhemar Oliveira deu início a um processo de encolhimento do grupo Espaço, que chegou a ter quase 130 salas pelo Brasil e hoje conta com cerca de 70. Segundo ele, esse movimento, que é contrário ao padrão das exibidoras no país, vem em resposta não a uma possível queda de bilheteria, mas como uma espécie de resgate das origens da rede. Foi nela que, pioneiramente, o ex-cineclubista aplicou e difundiu o conceito de arteplex, conjugando uma programação mais aberta com produções ditas “de arte” ou de “de autor”.

Esse processo de enxugamento fez com que o grupo Espaço, antes composto por três empresas, ficasse apenas com os cinemas do Espaço Itaú (57 salas) e do Circuito Cinearte (12 salas). A Cinespaço, mais popular, teve suas últimas 19 salas vendidas para a Cinemark este ano.

As mudanças vêm num momento emblemático para o grupo, que

em 2018 comemora 25 anos de atividade, iniciados com o Espaço Unibanco em São Paulo. Mas, se a palavra de ordem é transformação, Adhemar também já começa a falar em dar lugar para a “garotada” trazer suas novidades. “Já fiz muitas loucuras, abri cinema sem capital, toquei cinco obras ao mesmo tempo... Isso eu não quero mais”, conta, rindo, o exibidor, que foi um dos fundadores do Estação Botafogo, no Rio, nos anos 1980.

A prática, porém, parece estar ainda distante da teoria, já que ele não se furta de pensar o futuro do cinema, como arte e também em potencial de mercado. “Me interessa saber como vai ser a programação e o funcionamento das redes daqui a 20 anos”, diz. E se o assunto é o presente das novas dinâmicas do audiovisual, Adhemar também tem opinião formada. Para ele, mesmo que tudo mude e velhas estruturas deixem de existir, “o pensamento, isso você não aposenta”.

Com a palavra, o exibidor.



### O que mudou no conceito de arteplex desde que você o fundou em 1999?

Foi a facilidade de acesso do consumidor ao produto. Antes, a sala de arte tinha um mercado preservado, porque nelas eram exibidos filmes que raramente eram encontrados em outro lugar, e isso fazia com que você se sentisse na obrigação de assistir àquele filme quando ele entrava em cartaz. Hoje, há um crescimento expressivo da oferta de espaços de exibição para esse tipo de filme, a exemplo das plataformas de *streaming*. Isso impacta diretamente nos hábitos do público, e a gente precisa se adaptar a esse novo modelo.

### O que o filme de arte representa hoje no seu circuito?

Dentro do conceito de arteplex, o filme de arte continua significando um elemento de grande importância para o alargamento das plateias. O que a gente fez quando pensou nesse conceito foi acabar com as ilhas de produtos separados e começar a ofertar, lado a lado, conteúdos diferentes. E mostrar que não há mal nenhum nisso.

### De lá para cá, mudou o mix de programação que vocês fazem?

Acho que mudou, mas, em parte, porque nós estamos perdendo um pouco mais da plateia pensante. Não é pelo simples abandono. Tem toda uma questão da comodidade que é assistir a um filme em casa, ainda que esse conforto seja um concorrente para o cinema só até um certo ponto, já que ninguém gosta de ficar isolado o tempo todo. Mas, se você pensar direito, tirando a questão da experiência da sala escura, de forma geral o filme de arte não precisa necessariamente ser visto em tela grande, porque ele é baseado em diálogos, não em grandes cenas de ação.



Adhemar: pioneiro na combinação de filmes de arte e blockbusters

“  
*Antes, a sala de arte tinha um mercado preservado, porque nela eram exibidos filmes que raramente eram encontrados em outro lugar.*”

Mas há filmes como *Dunkirk*, por exemplo, que foram pensados para a tela grande, mesmo não sendo grandes blockbusters...

Sim, mas são projetos que só aparecem esporadicamente. Eu só temo que a influência dessas maquininhas [os *smartphones*] esteja alterando o DNA das pessoas aos poucos [risos]. O cinema tem por costume ficar sempre na defensiva, quando deveria partir para a ofensiva. A gente precisa responder a essas mudanças. O cinema digitalizou as máquinas, mas não a cabeça, que permaneceu com a mesma estrutura, e isso é uma contradição.

#### Como vocês estão enfrentando essas mudanças de hábito dos espectadores?

Nós ainda estamos tentando descobrir o que tudo isso significa [risos]. Estamos num processo muito grande de mudanças, que afetam muito além do setor de entretenimento. São também comportamentais, de postura. Toda área tem seu concorrente digital: os bancos, as TVs, os jornais, o cinema... E o digital é meio arrogante, como se a filosofia dele fosse a única. É tanta rapidez que nós não estamos sabendo responder. No cinema mesmo, a resposta que temos é defensiva (“Vamos defender as janelas; vamos defender não sei o quê...”).

#### E como seria essa ‘resposta ofensiva’?

Eu acho que um caminho possível, no futuro, é as redes de cinema terem suas próprias plataformas. Daria mais dinâmica ao setor. Eu, como exibidor, poderia ter uma cartela de filmes maior do que a que consigo exibir no circuito de salas de cinema. Faria somente a pré-estreia em *theatrical* de determinados títulos e depois os levaria direto para a plataforma, conjugando o lançamento.

A popularização do *streaming* é algo que preocupa você? Como você vê a regulamentação do VoD no Brasil?

Eu sou favorável, acho que ela precisa ser feita, porque isso protege o mercado da depredação. Os poderes econômicos (sindicatos etc) que propõem a janela como defesa estão certos, no sentido de tentar encaminhar a pauta. A partir do momento em que mudam os mecanismos de exibição, você precisa repensar as questões contratuais também. Mas essa questão da regulamentação é muito dinâmica. E é justamente isso o que nós estamos discutindo no Conselho [Superior de Cinema], como regular o mercado de VoD mas sem impedir o surgimento de novas empresas ou frentes de atuação.

#### Atualmente, o grupo Espaço está em processo de reformulação do circuito.

Estou diminuindo, vendendo alguns cinemas. Atualmente, estou com quase 70 salas e a minha intenção é permanecer assim, trabalhando as novas tecnologias como forma complementar às salas. De forma geral, o circuito de arte está regredindo no mundo todo, e isso porque existe uma divergência entre a proposta do marketing, de ‘gourmetização’ das salas, e a formação de senso crítico das plateias.

#### Esse enxugamento do circuito é uma resposta à queda do público?

Não, não. Há alguns anos, eu decidi aumentar o circuito apostando em salas populares, mas para continuar nesse setor, eu teria que aumentar muito o fluxo de capital da empresa, que estava insuficiente. E isso para uma área distinta da que eu trabalho. O que eu estou fazendo é um reposicionamento em apenas um eixo, voltando à proposta original, em que a base é o conceito de *arteplex*, mas conjugando com

“

*Estamos discutindo no Conselho Superior de Cinema como regular o mercado de VoD mas sem impedir o surgimento de novas empresas ou frentes de atuação*

”

a modernização da programação. Quem roda pelos festivais sabe que tem muita coisa nova pra fazer, o que falta são “ajetadores de cardápio” [programadores].

#### Quando você percebeu que era preciso fazer esse movimento?

A mudança para o digital gerou uma necessidade de capital mais intensivo para os cinemas, que, como todo varejo, precisam crescer, crescer e crescer. Se o Brasil tem cerca de 5 mil cidades e mais de 4 mil delas não têm salas de cinema, você tem mais é que construir. Só que você também precisa entender qual é a sua vocação nesse setor, e eu acho que já tem um punhado de gente fazendo, e fazendo bem, salas populares. O nosso trabalho é outro, é mais de base, de formação e alargamento de plateias.

#### A origem do grupo está ligada ao patrocínio de bancos. Hoje, quem é seu parceiro mais vital, eles ou os shoppings?

Na verdade, essa é uma combinação bastante interessante. O cine-



Espaço Augusta: um dos principais cinemas da rede, serve de modelo para o perfil de público do grupo

ma não é o melhor negócio para o shopping, mas eles precisam mutuamente um do outro, em grande parte devido ao pré-investimento envolvido na instalação das salas. E, para um grupo ou empresa que não é uma multinacional, como a gente, a existência do mecanismo de patrocínio complementou esse interesse e possibilitou que alcançássemos um patamar mais acima no prazo de 15 anos.

#### Há alguma previsão de inaugurações ou seu novo planejamento não permite?

Não, o que a gente tem em mente agora, e é um pensamento que estamos gestando faz tempo, é uma formatação da informação. Nossas pesquisas estão indo nesse sentido, para descobrirmos quem é o novo espectador de cinema. Se eu não sei quem ele é, não consigo trabalhar. Acho que a gente entrou um pouco em crise nessa [falta de] definição do espectador. Isso, claro, ainda não tem resposta, é um processo, que inclui até mesmo as diferentes realidades urbanas.

#### Que tipos de pesquisas vocês têm feito?

A gente tem olhado os números de retorno de bilheteria, mas o que fala mais claramente é ir às salas dos cinemas e observar, perceber as renovações de público de determinados filmes. Sentar no saguão do cinema em um dia de movimento é um excelente exercício. A gente também tem feito algumas pesquisas de acompanhamento de público, mas nada ainda no sentido de qualificação etária. A pesquisa mais ampla que a gente fez na rede, e isso já tem uns quatro anos, foi no Espaço Augusta (SP), com 120 mil pessoas, qualificando origem, idade e ocupação dos espectadores.

#### E vocês chegaram a alguma conclusão sobre que novo público é esse?

Eu diria que estamos num momento de encruzilhada, em que ainda não é possível ver direito o que está acontecendo, mas a economia não pode parar de rodar, então é preciso ir se ajustando aos tempos.

“  
O que fala mais claramente é ir às salas e observar, perceber as reações. Sentar no saguão do cinema em um dia de movimento é um excelente exercício”

CONHEÇA OS  
**LANÇAMENTOS**  
QUE VÃO DEIXAR  
O SEU ANO AINDA  
**#MAISINCRÍVEL**

MARVEL STUDIOS  
**HOMEM-FORMIGA**  
**VESPA**

Disney  
**Christopher  
Robin**  
Um Reencontro  
Inesquecível

Disney  
**O  
QUEBRA-NOZES**  
E OS  
QUATRO REINOS



Disney · PIXAR  
**OS INCRÍVEIS 2**  
28 DE JUNHO NOS CINEMAS

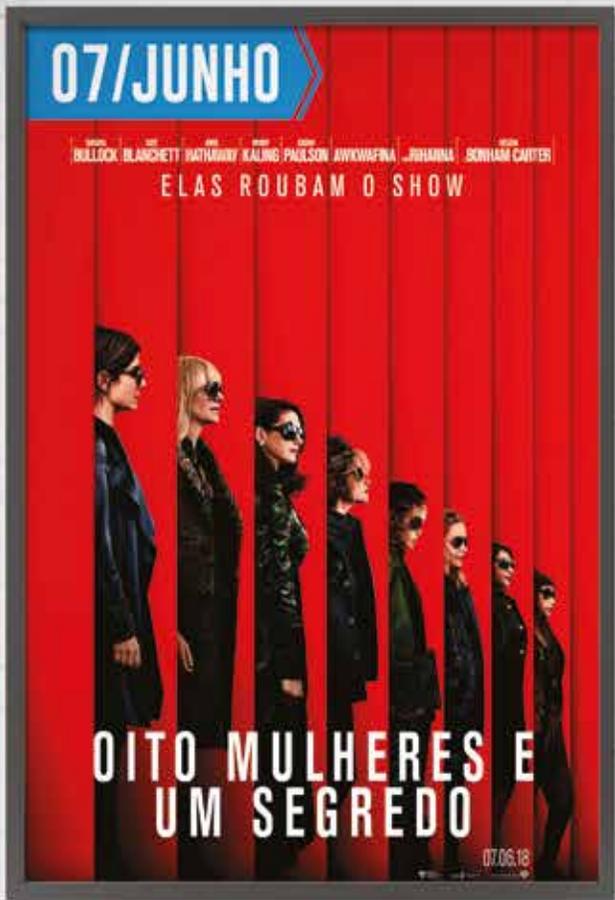
© Disney © Disney/Pixar © 2018 MARVEL

Disney  
O RETORNO  
DE MARY  
POPPINS



Disney  
**Exibidor**

Conveniência e agilidade para baixar os pôsteres, conteúdos digitais e as campanhas completas dos lançamentos. **BAIXE O APLICATIVO E CONFIRA!**



A WARNER BROS. PICTURES TEM OS GRANDES  
FILMES PARA ENCHER OS CINEMAS.



[f](#) /WARNERBROSPICTURESBRASIL

[yt](#) /WARNERBROSPICTURESBR

[t](#) [i](#) [s](#) /WBPICTURES\_BR

# ENCRUZILHADA DIGITAL

ANA PAULA SOUSA



MAIO 2018



REVISTA FILME B

30

*Video on demand* avança no mercado, expõe impasses regulatórios e acelera as discussões de janelas no audiovisual

**A**té pouco tempo atrás, o negócio do cinema tinha um script redondinho. Uma produtora criava seu filme, que chegava aos cinemas com toda a pompa e depois — a palavra chave aqui é “depois” — desaguava na televisão já sem tanta expectativa. Isso foi antes dos *home theaters* gigantes, da internet e, principalmente, de as plataformas de vídeo on demand (VoD) borrarem as fronteiras entre o mundo do entretenimento e da tecnologia, entre o evento e a diversão caseira. Agora, estamos em pleno ponto de virada, com todas as incertezas de quem atravessa uma zona cinzenta.

A transformação radical que surgiu nos últimos anos na distribuição de conteúdo tem nome e sobrenome: “conteúdo não linear”. Essa expressão foi criada em contraponto ao linear, no qual o poder de decisão sobre a programação recai sobre as mãos do programador. Hoje, o consumidor pode selecionar o filme ou a série que quer assistir, no momento em que desejar, na plataforma digital de sua preferência.

É nessa novidade que mora, ao mesmo tempo, o estímulo e a ameaça. Porque, para além da mudança na forma de consumo, o VoD (ou vídeo por demanda) implica uma nova configuração para o mercado, nem sempre harmoniosa. As empresas de tecnologia foram incorporadas ao ecossistema audiovisual e os embates regulatórios e comerciais agora envolvem cada vez mais e maiores *players*.

### AMBIENTE SUPERPOVOADO

A arena do audiovisual está em expansão constante. Quando a Ancine foi criada, em 2001, os interesses conflitantes diziam respeito, basicamente, aos três elos da cadeia cine-



Christian de Castro, da Ancine: Condecine é prioridade para o VoD

“*Quando a Condecine do VoD começar a alimentar o fundo, ele passa a poder investir também em projetos*”

### CHRISTIAN DE CASTRO

matográfica — produção, distribuição e exibição — e à televisão. Dez anos depois, quando surgiu a Lei da TV Paga (12.485/11), as empresas de telecomunicação tinham sido incorporadas a essa disputa.

Agora, com o VoD, há três segmentos em atuação: o de entretenimento (Disney, Netflix, Time Warner, Globo), o de tecnologia (Google, Apple, Amazon, Microsoft, Sony) e o de telecomunicações (Claro, Net, AT&T, Vivo Telefônica, Vivendi). Sem falar no complicador das fusões constantes, como a da AT&T e Time Warner, que aguarda autorização das autoridades dos EUA.

Há um amplo leque de atividades, *players* e infraestruturas inteiramente novo e, em alguns aspectos, pouco conhecido. No Brasil, existiam, em 2017, 46 provedores de VoD registrados na Ancine. Dada a diferença de porte de cada

um desses negócios e o rápido surgimento de empresas, fica difícil mapear com precisão o mercado e entender suas nuances.

Além disso, qualquer discussão sobre o VoD tem de levar em conta os diferentes modelos de comercialização dos conteúdos, que podem operar por assinatura, venda de títulos avulsos e outros (ver box na página 32). Essas modalidades são, muitas vezes, apresentadas de forma combinada, de acordo com o nicho de mercado que miram.

### EM QUALQUER LUGAR

Um aspecto que diferencia o *streaming* das formas tradicionais de distribuição é sua extraterritorialidade - ou seja, o serviço pode ser prestado a partir de qualquer lugar. Isso faz com que haja uma diferença entre as obrigações a serem cumpridas por quem atua no exterior ou no próprio país. O con-

teúdo pode chegar ao usuário tanto através das redes das operadoras de TV por assinatura, via modem, quanto pelos serviços conhecidos como OTT (over-the-top), que se utilizam da internet.

Vem daí outra diferença fundamental entre o VoD e a televisão. No caso da TV, os agentes econômicos mais poderosos são os que detêm o controle sobre as estruturas de radiodifusão e distribuição. Com a convergência tecnológica, as barreiras físicas de armazenamento e transmissão de conteúdo são reduzidas e a infraestrutura

deixa de ser uma vantagem competitiva tão grande. O que mais vale, nessa competição, é o conteúdo - tanto que a Netflix promete investir US\$ 8 bilhões em cerca de 700 programas originais este ano.

### COTAS EM DISCUSSÃO

Não por acaso, o conteúdo está no centro dos debates sobre a regulação do VoD. Em 2015, o Conselho Superior de Cinema apresentou três instrumentos para a normatização: a obrigação de oferecer um mínimo de títulos nacionais no catálogo; o investimento do provedor

na produção ou licenciamento de obras brasileiras; e o destaque visual dessas obras nas plataformas. Para a Ancine, é preciso enfatizar a “cultura nacional” e o “talento brasileiro”.

Destas propostas, a primeira é vista como a pior das ameaças pelos novos *players*. Eles querem evitar que se faça um “copiar/colar” da Lei da TV Paga, com a dobradinha cota-Condecine na regulação do VoD. No fim de março, essa discussão dominou a reunião da recém criada Associação Brasileira Over-the-top (Abbots). “A própria lei 12.485 já está defasada em relação à tecnologia e não dá para comparar o OTT com o serviço de acesso condicionado [*a TV por assinatura*], no qual o poder de distribuição está nas mãos de algumas operadoras. No OTT, a facilidade na distribuição de conteúdo é enorme”, diz Alexandre Britto, presidente da entidade, que reúne plataformas e produtores.

### VERSÃO DA VIDEOLOCADORA

No time dos que não veem com bons olhos as propostas de regulação, há quem defenda que, apesar da complexidade tecnológica, o VoD não passaria da velha e boa videolocadora em nova apresentação. “Não se trata de um novo segmento de mercado, mas de uma nova tecnologia”, defende Fábio Lima, criador da Sofá Digital, empresa agregadora de VoD, que faz o meio de campo entre as distribuidoras e as plataformas.

Para Lima, não deveria haver, agora, sequer um tratamento específico para VoD. “O agente regulador não tem dados suficientes para propor algo que realmente beneficie o mercado. Além disso, a legislação atual dá cobertura para os *players* e a única insegurança ju-

## PEQUENO DICIONÁRIO DO VOD

- **AVOD** (advertising VoD): O modelo de acesso gratuito, no qual a receita é obtida, majoritariamente, por meio de publicidade, em diversos formatos. Ou seja, não são os assinantes que pagam pelo acesso; são os anunciantes que remuneram o negócio, como acontece na televisão aberta. Quanto maior a audiência, maior o número de anunciantes. Exemplos: YouTube e Vimeo.
- **SVOD** (subscription VoD): O modelo de assinatura. Nesse caso, o espectador faz um contrato e, a partir de um pagamento periódico, pode ter acesso a todo conteúdo do catálogo, que vai sendo renovado constantemente. É um serviço semelhante à TV por assinatura. Exemplos: Netflix e a Amazon.
- **CATCH-UP TV**: É oferecido pelas televisões por assinatura. Aqui, os canais ofertam, via streaming, programas que já foram exibidos na programação normal em modelo linear - em geral, sem a necessidade de um pagamento extra. Exemplos: Watch ESPN, HBO Go, TeleCine Play, Cartoon Network Go.
- **TVOD** (transactional VoD): Forma de aluguel ou venda avulsa. Essa janela adjacente não inclui uma assinatura, mas sim um pagamento por compra ou aluguel de um título específico. É a versão século 21 do homevideo. Exemplos: iTunes e Google Play

rídica que deveria ser vista é a frágil IN 104 [porque cria sobreposição tributária]”.

Enquanto alguns argumentam que não faz sentido impor obrigações a um negócio ainda novo, outros dizem que, sem cota, o produto brasileiro estará comprometido. “O nosso conteúdo sempre sobreviveu com a ajuda delas. Por que o VoD, que vai ser o grande mercado auxiliar, não teria?”, indaga Jorge Peregrino, ex-Paramount no Brasil e hoje à frente da Arpoador Audiovisual.

Apesar das recomendações iniciais do Conselho, Christian de Castro, o novo diretor-presidente da Agência Nacional do Cinema (Ancine), diz que a cota está, por ora, fora da pauta.

### O NOVELO DA CONDECINE

A principal discussão diz respeito à cobrança da Condecine, contribuição que alimenta o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). A dúvida é se a taxa será cobrada por título ou com base na receita líquida da plataforma. “A Condecine Título atua de maneira inversamente proporcional ao interesse do consumidor, porque diminui a oferta, e, além disso, prejudica os pequenos”, avalia o advogado Fábio de Sá Cesnik. “No caso da cobrança por faturamento ou por base de assinantes, o problema é econômico: as empresas teriam de abrir seus números”. No momento, está sobre a mesa a cobrança por pacote de títulos.

Só com essa questão sanada, pontua Christian, o VoD pode ser incorporado à política audiovisual. Cogita-se oferecer descontos na taxa para empresas que invistam em produções nacionais e até mesmo acesso

ao FSA. “A partir do momento em que a Condecine do VoD alimenta o fundo, ele passa a poder investir em projetos”, diz.

Para complicar, há dois projetos de lei em tramitação sobre o VoD, do senador Humberto Costa (PT-PE) e do deputado Paulo Teixeira (PT-SP). Mas, segundo fontes do mercado, eles têm pouca chance de ser aprovados.

### JANELAS EM MUTAÇÃO

Outro personagem dessa novela é a exibição, que espera desvendar

“  
Para um produto  
ser prime, ser um  
blockbuster, não vejo  
outra forma que não  
conseguir ter sucesso  
nos cinemas”

LUIZ GONZAGA DE LUCA

Divulgação



Luiz Gonzaga de Luca: mudança de hábitos criou novos desafios



Roberto Olla, da Eurimages: plataformas têm excesso de oferta que prejudica a visibilidade dos produtos

o impacto das novas tecnologias a tempo de proteger seus modelos de negócio. Em jogo, está a estabelecida lógica do intervalo entre as diversas etapas de veiculação do produto audiovisual, como o cinema, a TV aberta e por assinatura. “A janela é nossa última defesa contra as formas alternativas de consumo”, diz Adhemar Oliveira, da rede Itaú de Cinemas (*confira entrevista na página 22*). “Minha atividade, que já foi o coração da indústria, hoje está na rabeira. Mesmo assim, continua sendo tratada como se fosse a principal”, completa.

Luiz Gonzaga de Luca, presidente da Cinépolis no Brasil, aponta para a possibilidade de um novo modelo que não destrua o circuito tradicional: “A janela está nas mãos dos estúdios. Acho que a tendência é ser reduzida, mas, para o produto ser *prime*, ser um *blockbuster*, não vejo outra forma que não ter o sucesso no cinema”.

As mudanças, sublinham os dois, são inevitáveis diante de novos hábitos. “A ida ao cinema era um programa gregário. Hoje, o consumo audiovisual se tornou individualista. Se isso vai vigorar

## *Buraco negro da saturação cria filmes que não mais repercutem no circuito e em festivais, diz Roberto Olla*

ou não, a história dirá”, pontua Oliveira. “Hoje, 20 filmes respondem por 60%, 70% da arrecadação anual. Quase todos são franquias, um produto formatado pelas pesquisas. E as empresas que atuam no cinema não têm a ver com a velha magia dos estúdios”, frisa Gonzaga.

Peregrino, por sua vez, lembra que mudou não só a forma de se produzir conteúdo, mas o próprio conteúdo e a vida. “Ninguém sabe ainda que impacto as novas formas de consumo terão. O VoD é só um pedaço. No Rio, por exemplo, você não pode desconsiderar nem a violência. Quem quer sair de um cinema às 11 da noite?”, pergunta.

### MANTO DA INVISIBILIDADE

Esse quadro explica, em parte, por que, no mundo todo, centenas de filmes de qualidade vêm se tornando invisíveis. A avalanche de

lançamentos e o excesso de oferta fazem com que muitos títulos não consigam se conectar com o público. Numa entrevista recente para a “Variety”, Roberto Olla, diretor-executivo do Eurimages, fundo mantido pelo Conselho Europeu, falou sobre o quanto o VoD pode sufocar a produção.

Olla afirma que a Netflix, ao adquirir os filmes, acaba por destiná-los ao esquecimento quando os lança sem destaque no seu vasto catálogo. E essas produções, assim que caem no buraco negro da saturação, morrem para o circuito de salas e para os festivais, espaço que gera o boca a boca e as possíveis críticas que dão a elas visibilidade.

Esse fenômeno é o que Fábio Lima chama de comoditização do conteúdo. “A superoferta fará com que o valor de consumo do conteúdo diminua. É uma questão de

oferta, demanda, precificação. O que tem menos é mais caro; o que é abundante é mais barato”, diz. “Mas o aluguel e a venda avulsa de títulos ou as plataformas de acesso gratuito são, justamente, o modelo que serve para esse cenário. O cinema continuará a ser concorrido: afinal, uma sala pode fazer apenas 1.360 sessões por ano. No YouTube, um vídeo pode ter um bilhão de views”, completa.

Na esteira desse pensamento, Márcio Fraccaroli, da Paris Filmes, diz que o mercado brasileiro ainda está muito apegado à ideia de exclusividade. “Nosso produto tem que circular. O filme não pode mais ficar dez anos parado num lugar”, afirma. Na distribuidora, a despeito da importância dos novos mercados, a sala de cinema ainda responde por 60% de um sucesso.

### A TV PAGA NA BERLINDA

Se no caso do cinema a experiência única da sala escura ainda serve de chamariz, para a TV por assinatura o VoD constitui uma ameaça mais concreta. De acordo com a empresa de pesquisas eMarketer, os consumidores americanos estão cancelando a televisão por assinatura numa velocidade muito maior que a esperada. No ano passado, 22 milhões de pessoas cortaram a TV paga de suas vidas. São os chamados *cord-cutters*. Estima-se que, até 2021, três quartos dos usuários de internet terão aderido a alguma plataforma de *streaming*.

Hoje, no mercado norte-americano, a despeito do crescimento dos serviços pagos, como Amazon Video, Netflix e Hulu, o YouTube ainda é o líder disparado. De toda forma, de acordo com o eMarketer, 76% da população pagou por algum serviço de *streaming* pelo menos uma vez por mês em 2017. No

futuro, de acordo com os analistas, toda a TV paga terá virado VoD.

O processo de migração fica evidente também no estudo publicado pelo Mashable: em 2017, pela primeira vez, os anunciantes colocaram mais dinheiro de publicidade na internet do que na TV. Os dados, apurados pela PricewaterhouseCoopers, estimaram em US\$ 42,8 bilhões os gastos com anúncios online nos EUA, um crescimento de 17% em relação a 2016.

### PARCERIAS E CONCENTRAÇÃO

Em meio a tantas rupturas e rearranjos, os novos negócios têm sido anunciados à velocidade da inovação tecnológica. Apenas em março, a Sky fez um acordo com a Netflix para oferecer um serviço de VoD por assinatura para seus usuários e a Amazon Prime Video e a Lionsgate firmaram uma parceria. O pacto prevê que a Amazon se torne o canal exclusivo para transmissão de longo prazo do portfólio

da Lionsgate e de sua subsidiária Summit Entertainment, das franquias *Divergente* e *Crepúsculo*. Cabe lembrar que a Disney lançará, em 2019, dois serviços de streaming e retirará seu conteúdo da Netflix. E que, no Brasil, a Globo prepara seu serviço de VoD, capitaneado por João Mesquita, ex-Telecine.

O que tudo isso mostra é que, ao mesmo tempo em que dá chance a muitos novos participantes no mercado, a tecnologia e o fim das fronteiras territoriais tendem a aumentar ainda mais a concentração. Durante o Banff Connect LA, em fevereiro, ouviu-se, segundo a “Screen Daily”, a seguinte previsão: até 2023, os sete grandes estúdios terão sido reduzidos a três. E quem deve comandar esse movimento são as gigantes tecnológicas, apelidadas de Fang (Facebook, Apple, Netflix e Google). O futuro, à tecnologia pertence. Mas, para continuar dominando o mundo, ela precisará ter, sob suas asas, aqueles que sabem contar histórias.

## REGULAÇÃO DO VOD NO MUNDO

Na Europa, as discussões de uma legislação específica para o VoD já avançaram. As medidas mais comuns são a exigência de cotas para conteúdo local e um imposto específico, revertido para um fundo de audiovisual. As cotas existem em nove países: Áustria, Eslováquia, Espanha, França, Hungria, Itália, Lituânia, Polônia e República Tcheca.

Na Itália e na República Tcheca, o provedor pode escolher se quer investir em produções locais ou cumprir a cota. Na Alemanha, não há cotas, mas há obrigação de investimento. Na Espanha, existe cota de 30% para obras nacionais e investimento de

5% das receitas na produção ou licenciamento de obras locais.

Considerado um dos mercados mais avançados para o audiovisual, a França aprovou, em 2017, a cobrança de uma taxa de 2% sobre o faturamento do YouTube e da Netflix. Até então, o único serviço de *streaming* que pagava no país era a Amazon. O dinheiro vai para o CNC, a agência reguladora do audiovisual francesa, e deve ser aplicado em produções locais. França e Itália criaram ainda faixas de isenção tributária com base na receita líquida anual das empresas. A ideia é permitir a manutenção e o ingresso de novos *players*.





É BOM  
SABER  
QUE  
PODEMOS  
CONTAR  
COM  
VOCÊ!

ESPA  
ÇO/Z  
UMA AGENCIA  
VARIOS SOTAQUES

A ESPAÇO/Z LEVA  
MUITO TRABALHO  
NA BAGAGEM E GRANDES  
PARCERIAS NO CORAÇÃO!  
OBRIGADO AOS  
PATROCINADORES,  
APOIADORES  
E PARTICIPANTES  
DO SHOW DE INVERNO  
POR MAIS UM ANO  
DE ESTRADA.



Chacrinha: longa baseado em peça de sucesso tem orçamento de R\$ 15 milhões e produção Media Bridge

# SAFRA DE OURO DAS BIOGRAFIAS

SAMUEL COSTA

Depois do sucesso *Nada a perder*, outros sete filmes sobre a vida de figuras conhecidas da cultura brasileira chegam aos cinemas até o fim deste ano

**G**ênero curinga do cinema brasileiro, a biografia está em um ciclo de alta este ano. Até outubro, serão nada menos que oito novas produções do gênero. A primeira já fez a sua abertura batendo recordes: *Nada a perder*, sobre o bispo Edir Macedo, fundador da Igreja Universal e dono do Grupo Record. Agora, a nova safra promete atrair fãs de figuras populares como Chacrinha e Erasmo Carlos.

Este ano ainda, chegam à tela grande, além dos três longas mencionados, as biografias do ex-presidente

Tancredo Neves, do rapper Marcelo D2, do boxeador Éder Jofre e dos músicos Pixinguinha e Simonal (este o único que ainda não teve previsão de mês de estreia nem detalhes da produção divulgados). Para 2019, está programado o esperado filme sobre a vida do guerrilheiro Carlos Marighella, dirigido por Wagner Moura e estrelado por Seu Jorge.

As novas produções vêm se somar a um filão já consolidado no mercado brasileiro, que ganhou força a partir da Retomada, com *Carlota Joaquina - A princesa do Brasil*, lançado em 1995 com 1,2



Éder Jofre (acima), Marcelo D2 (alto, à direita) e Tancredos nas versão das telas



milhão de espectadores, um marco na época. Até hoje, o campeão de público entre os longas biográficos é *Nada a perder*, da dobradinha Downtown/Paris, seguido por *2 filhos de Francisco* (2005), sobre a dupla Zezé di Camargo e Luciano, que vendeu 5,8 milhões de ingressos (ver quadro na página 40).

A lista de biografados que emplacaram bons resultados nas telas é variada, mas chama atenção a forte presença de músicos. Eles representam quatro das dez produções mais bem-sucedidas até hoje. As figuras históricas e políticas do país também estão entre as favoritas do público, com dois longas nesse top. Religiosos ocupam outras duas posições.

Confira os próximos retratados:

### TANCREDO NEVES

A Morena Filmes, em parceria com a Downtown/Paris, vai re-

viver o período anterior à morte de Tancredo Neves, que teve sua posse como presidente, em 1985, suspensa pela tragédia. O *thriller* médico *O paciente* é dirigido por Sergio Rezende, cineasta que acumula cerca de 1,8 milhão de espectadores em filmes do gênero, como *O homem da capa preta* (1986), sobre o deputado federal Tenório Cavalcanti, e *Zuzu Angel* (2006), no qual Patrícia Pillar interpreta a estilista brasileira.

O novo filme, que começou a ser desenvolvido em 2016, está em fase de finalização e deve chegar aos cinemas em 14 de junho. Segundo a produtora Mariza Leão, o longa foi todo rodado em estúdio. “Ele se passa basicamente dentro dos hospitais e começa dois dias antes do falecimento de Tancredo”, afirma.

Com orçamento de R\$ 7,5 milhões, a produção foi financiada por meio de investimentos privados,

como da Globo Filmes e do Telecine, além de linhas de fomento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). A intenção é que o longa chegue às salas de cinema antes das eleições. Mariza avalia que o momento polarizado pode ajudar a estreia. “O cenário político pode atrair o público, já que o filme trabalha muito com a emoção da transição que o país vivia na época e que reflete na nossa história atual”, disse.

### MARCELO D2

“É um filme sobre amor, amizade e música”, resume o produtor Paulo Roberto Schmidt, da Academia de Filmes, sobre *Legalize já!*. O filme narra a história do início da carreira do rapper Marcelo D2. A cinebiografia foi idealizada há cerca de oito anos, passou por três tratamentos de roteiro, com contribuições de profissionais experientes como Patrícia Andrade (*Entre irmãs*), Luiz Bolognesi (*História de amor e fúria*) e L.G.

CINEBIOGRAFIAS NACIONAIS

TOP 15

	TÍTULO	DISTRIB.	LANÇAM.	MAIOR Nº DE SALAS	RENDA TOTAL (R\$)	PÚBLICO TOTAL
1	Nada a perder *	DTF/Paris	2018	1.175	107.179.153	<b>10.450.985</b>
2	Dois filhos de Francisco	Sony	2005	329	36.728.278	<b>5.319.677</b>
3	Chico Xavier	DTF/Sony	2010	388	30.300.000	<b>3.414.900</b>
4	Cazuza - O tempo não para	Sony	2004	292	21.230.606	<b>3.082.522</b>
5	Olga	Lumière	2004	339	20.375.397	<b>3.078.030</b>
6	Bruna Surfistinha	Imagem	2011	342	19.958.683	<b>2.167.189</b>
7	Meu nome não é Johnny	DTF/Sony	2008	171	18.365.978	<b>2.115.331</b>
8	Somos tão jovens	Imagem/Fox	2013	550	18.283.134	<b>1.723.923</b>
9	Gonzaga: de pai pra filho	DTF/Paris	2012	375	14.740.485	<b>1.469.488</b>
10	Carlota Joaquina, Princesa do Brasil	Elimar	1995	133	6.430.000	<b>1.286.000</b>
11	Lula - O filho do Brasil	DTF/Europa	2010	354	7.082.879	<b>852.212</b>
12	Tim Maia	Downtown	2014	548	10.341.218	<b>821.972</b>
13	Zuzu Angel	Warner	2006	173	5.789.238	<b>774.318</b>
14	Vips - O filme	Universal	2011	175	5.870.175	<b>597.905</b>
15	Elis	DTF/Paris	2016	283	8.499.592	<b>568.506</b>

\* em exibição, atualizado até 29/4

Fonte: Distribuidoras / Filme B Box Office

Bayão (*Motorrad*). O texto final é de Felipe Braga (*O homem do ano*).

O longa foi rodado em 2016, no Rio e em São Paulo, com Renato Góes no papel do protagonista. A expectativa é que a produção entre em circuito no dia 14 de junho, com a chancela de ter recebido um prêmio do público na 40ª Mostra de São Paulo. De acordo com Schmidt, o lançamento será em cerca de 200 salas. A distribuição será da RioFilme/Imagem.

Segundo o produtor, o foco do longa é o público jovem. Orçado entre R\$ 6 milhões e R\$ 7 milhões, o filme contou com recursos do Prodecine 02, via proposição da RioFilme, além de ser coproduzido pelo Telecine.

CHACRINHA

Previsto para o dia 23 de agosto, *Chacrinha* (DTF/Paris) é a principal aposta da produtora Media

Bridge para a safra 2018. O longa, orçado em cerca de R\$ 15 milhões, chega para encerrar a celebração do centenário do Velho Guerreiro.

A cinebiografia tem direção de Andrucha Waddington e é estrelada por Stepan Nercessian, que viveu o comunicador no teatro. Coprodução com a Globo Filmes, o que deve garantir boa exposição na TV na divulgação, foi financiada através da Lei do Audiovisual e do capital privado das duas produtoras. A expectativa da Media Bridge é de uma largada em um circuito de mais de 500 salas.

O objetivo é atingir um público amplo, incluindo aqueles que não viram o apresentador nas tardes de domingo. Para isso, o marketing tem sido forte nas redes sociais. “Estamos conversando com alguns *youtubers* e pretendemos fazer concursos e prêmios”, diz o produtor Angelo Salvetti. A campanha deve começar após a Copa do Mundo.

ÉDER JOFRE

“É bom que o Brasil comece a fazer cinebiografias de pessoas que estão sendo esquecidas”, defende Flávio Ramos Tambellini, sobre o próximo lançamento de sua produtora, *10 segundos* (Imagem). O longa lembra a carreira de Éder Jofre, boxeador duas vezes campeão mundial. “É a história de um vencedor. Mais do que falar sobre ele, o filme trata de uma época em que o Brasil se projetava no mundo”, afirma.

Orçado em R\$ 8,5 milhões, o longa foi financiado pelos artigos 1º e 1ºA, Prodecine 01 e 02, via Imagem, e capital privado. Foram sete semanas de gravação, com locações no Rio e em São Paulo, onde o boxeador vive. A pós-produção durou cinco meses, já que o filme conta com muitos efeitos especiais e inserção de material de arquivo. A intenção é fazer o lançamento em agosto, no Festival de Gramado, e a estreia comercial em 13 de setembro.



Pixinguinha: elenco com Taís Araújo e Seu Jorge é um dos atrativos

De acordo com Tambellini, a intenção de sua parceira Globo Filmes é fazer uma campanha grande, com foco no público família. O produtor revelou ainda que há a possibilidade de o projeto se desdobrar numa série, a ser exibida na TV Globo. “Não filmamos pensando nisso, mas pode ser que acrescentemos algum material não utilizado”, afirma.

### ERASMO CARLOS

“Um filme para quem gosta de cantar”, define Lui Farias, da Lat-toller LMC Filmes, produtor do musical *Minha fama de mau* (DTF/Paris), sobre o cantor e compositor Erasmo Carlos, previsto para o dia 25 de outubro. O projeto surgiu de uma conversa informal entre ele e o biografado, que na época escrevia suas memórias. O livro homônimo, então, passou por 14 tratamentos.

Chay Suede vive o Tremendão no longa. “Não queríamos que a

interpretação fosse muito presa a trejeitos, porque temíamos que ficasse caricato. A naturalidade faz os atores se aproximarem da realidade”, diz Farias, que escalou também Gabriel Leone como o rei Roberto Carlos e Malu Rodrigues para o papel de Wanderléa.

O produtor destaca ainda o papel da música para dar o tom orgânico da produção, que custou aproximadamente R\$ 7 milhões. “Optamos por repaginar as músicas, para que elas fizessem sentido pro espectador de hoje”, explica. A trilha foi criada com a Universal, que pretende lançá-la nas principais plataformas de *streaming*.

A campanha começa com o lançamento do trailer e cartaz, de acordo com Marco Altberg, da Indiana Produções. Além das produtoras, o longa ainda conta com investimentos de diversas fontes, como artigo 3º A; artigo 1º; Lei Rouanet e Prodecine 03.

### PIXINGUINHA

Previsto para o final do ano, *Pixinguinha - Um homem carinhoso* (DTF/Paris) é uma coprodução da Ypeartes com a Globo Filmes. De acordo com o produtor Carlos Moletta, um dos grandes atrativos do longa é seu elenco, que conta com nomes conhecidos, como Seu Jorge, Taís Araújo e Milton Gonçalves.

A biografia do maestro que ajudou a dar forma ao choro começou a ser desenvolvida em 2012, passou por uma reformulação e foi filmada entre janeiro e fevereiro de 2017. Agora, busca recursos para o corte final. “Queremos tentar o Prodecine 04. Esperamos entrar em um edital de pontuação, porque nós precisamos ser rápidos”, disse Moletta.

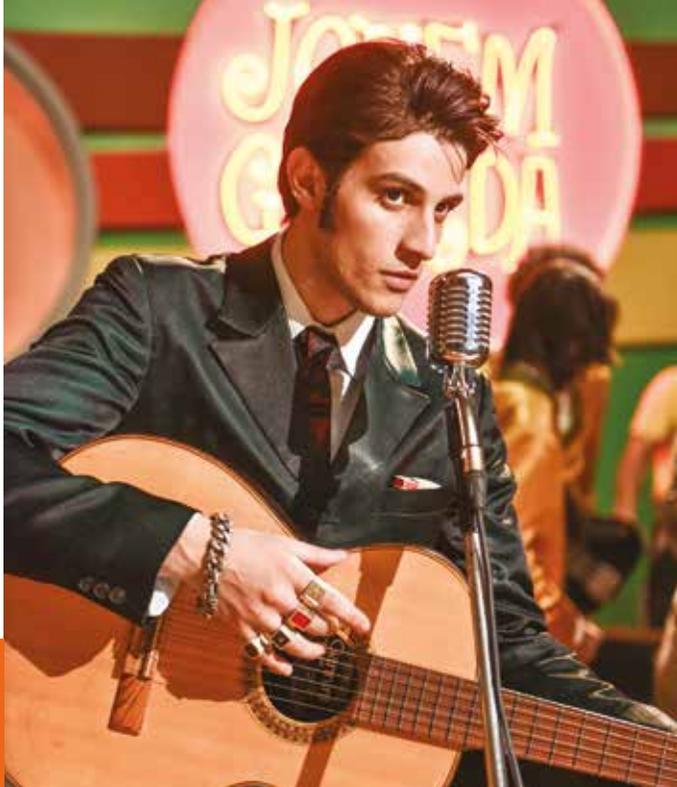
No total, já foram investidos cerca de R\$ 13 milhões, via leis de incentivo, além de recursos do FSA, via Prodecine 02. A Globo Filmes e o Canal Brasil também entraram com capital próprio na produção. Segundo Moletta, uma série com três episódios pode surgir da cinebiografia: “Ainda estamos conversando sobre isso”, adianta.

### MARIGHELLA

Para abril do ano que vem, a O2 Filmes prepara o longa *Marighella*, sobre o ex-deputado e guerrilheiro Carlos Marighella, morto na época da ditadura militar. Quem assina a direção do longa é o ator Wagner Moura, que faz sua estreia na função. O elenco também conta com a presença de Seu Jorge, que interpreta o protagonista.

Com um orçamento de R\$ 10 milhões, o longa está em fase de pós-produção e foi financiado via Lei do Audiovisual e capital próprio. Segundo a produtora Bel Berlinck, a ideia é que ele rode em

Chay Suede, como Erasmo



festivais antes de sua entrada em circuito comercial, via distribuição da Downtown/Paris.

Há ainda dez produções que estão em fase de desenvolvimento, que devem ser rodadas e lançadas entre 2019 e 2020. Os músicos Roberto Carlos, Zeca Pagodinho, Rita Lee e Leandro e Leonardo, além de Mussum, Gretchen, Nelson Rodrigues, Eike Batista, a verdadeira executada Marielle Franco e o ex-jogador Casa Grande também serão vistos no cinema. Confira algumas apostas para os próximos anos no quadro abaixo.

QUADRO PRÓXIMAS PRODUÇÕES

TÍTULO	PRODUTORA	ORÇAM.	DISTRIB.	LANÇAM.	PRINCIPAL ATRATIVO
<b>Mussum</b>	Camisa Listrada e Panorama Filmes	R\$ 10 milhões	DTF/Paris	2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Personagem popular no país</li> <li>■ Tem potencial de impacto nas classes C e D</li> <li>■ Elenco conta com Ailton Graça (<i>Até que a sorte nos separe</i>) e Cacau Protázio (<i>Os farofeiros</i>)</li> </ul>
<b>Leandro e Leonardo</b>		R\$ 10 milhões	DTF/Paris	Sem previsão	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ História da dupla sertaneja, muito popular no país</li> </ul>
<b>Nelson Rodrigues</b>	Media Bridge	Sem estimativa	Não foi fechada		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Baseado no livro <i>O anjo pornográfico</i></li> </ul>
<b>Casagrande</b>		R\$ 7 milhões	Não foi fechada	Sem previsão	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Baseado no livro <i>Casagrande</i></li> <li>■ História de superação</li> </ul>
<b>Eike Batista</b>	Morena Filmes	Sem estimativa	DTF/Paris	Final de 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Baseado no livro <i>Tudo ou nada</i></li> <li>■ Roteiro com contribuição de Nelson Motta</li> </ul>
<b>Rita Lee</b>	Biônica Filmes	Sem estimativa	Não foi fechada	Final de 2019/ início 2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Baseado na biografia de Rita Lee, entre os mais vendidos de 2017</li> <li>■ Roteiro com contribuição de Nelson Motta</li> </ul>
<b>Marielle Franco</b>	LC Barreto	Sem estimativa	Não foi fechada	Final de 2019/ início 2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ História que gerou comoção nacional</li> </ul>
<b>Zeca Pagodinho</b>	Casa Amarela e Indiana Produções	R\$ 12 milhões	DTF/Paris	Segundo semestre de 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Grande potencial de impacto nas classes C e D</li> <li>■ Personagem carismático</li> </ul>
<b>Gretchen</b>	Fontenelle Produções	Sem estimativa	Não foi fechada	Primeiro semestre de 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Figura popular na internet</li> <li>■ Tem potencial para atrair jovens e adultos</li> <li>■ História de superação</li> </ul>



RioFilme

CULTURA+  
DIVERSIDADE

RIO  
PREFEITURA

LADO A LADO COM O  
CINEMA BRASILEIRO

[www.riofilme.com.br](http://www.riofilme.com.br)



# RAPIDINHAS CINEMACON

BERNARDO SIAINES E  
PAULO SÉRGIO ALMEIDA,  
DE LAS VEGAS

Brasil marcou presença no evento, representado por exibidores como Valmir Fernandes, Marcelo Bertini e Ricardo Szperling, da Cinemark; Luiz Gonzaga de Luca, Paulo Pereira e Eduardo Chang, da Cinépolis; Luiz Severiano Ribeiro, Elizabeth Tinoco e Miguel Fontanet, da Kinoplex; Marcos Araújo, do Grupo Araújo; Marcos Barros, da Cinesystem; Carlos Marín, Luiz Antônio e Mônica Portela, da UCI; Rubem Souza, da Cinemagic. Também estiveram lá o presidente da Ancine, Christian de Castro, acompanhado pelo assessor internacional Gustavo Rolla e o secretário executivo Ricardo Martins.



A **Ingresso.com** promoveu um happy hour para exibidores e imprensa. O CEO Mauro Gonzalez informou, durante uma conversa informal, as novidades da empresa: agora, o consumidor não precisa mais fazer cadastro no site antes de comprar seu ingresso. Basta escolher o cinema, o filme desejado e o assento e a compra poderá ser finalizada apenas preenchendo o campo de e-mail e forma de pagamento.

Celebridades classe A de Hollywood fizeram a alegria dos exibidores no Caesar's Palace. Participaram das apresentações divulgando seus filmes: **Leonardo DiCaprio** e Tarantino (foto), Bradley Cooper, Sandra Bullock, Anne Hathaway, Cate Blanchett, Jane Fonda, Diane Keaton, Benedict Cumberbatch, Ryan Gosling, Samuel L. Jackson, M. Night Shyamalan, Saoirse Ronan, Tom Cruise, Steve Carell, entre muitos outros.



Outra notícia que circulou no Trade Show foi que a **Dolby** tem planos de propor a algum exibidor brasileiro o seu projeto ambicioso de inaugurar no país o Dolby Cinema (foto), um conceito de tela grande desenvolvido pela empresa para competir com o IMAX. A empresa garante que, nos EUA, esse modelo opera com grande sucesso. Em Las Vegas, alguns exibidores visitaram um dos cinemas do gênero.



A Cinépolis lançou no México uma nova marca própria de cinema: a **Cinépolis VR** (foto), que, como o nome diz, conta com equipamento de realidade virtual, uma tendência crescente. Na “Variety” que circulou durante o evento, há um anúncio de duas páginas elogiando a novidade. A empresa ainda não tem planos de exportar a tecnologia para o Brasil.

Segundo **Luiz Gonzaga de Luca**, presidente da Cinépolis no Brasil, a rede virá com força total em 2018. Até o final do ano, a exibidora abrirá 40 salas no país, começando por Olinda, seguida por Cuiabá. Nos próximos 12 meses, serão 52 novas salas por aqui no total. Há outras novidades, por enquanto sigilosas.



Além de receber a NATO Marquee Award, **Alejandro Ramirez** (foto), CEO da Cinépolis, participou de uma conferência via satélite em que deu detalhes sobre o cargo recente que assumiu, o de presidente da Federação Global de Exibidores. A entidade reúne donos de cinema de todo o mundo. Ele citou questões da exibição brasileira, como o pagamento (considerado alto) de 2,5% da bilheteria bruta ao ECAD e a obrigatoriedade de tradução dos filmes em LIBRAS, a linguagem de sinais.

Mercados menores que até recentemente possuíam apenas salas convencionais receberam investimentos da Cinemark e da Cinépolis em modernos multiplex, com resultados extremamente positivos. Costa Rica, por exemplo, cresceu 3,14%; Paraguai, 37,2%; Honduras, 8,93%; Guatemala, 6,9% e Panamá, 12,3%. A **América Central**, como se pode notar, teve um significativo crescimento.



No Trade Show, a área de equipamentos e serviços, os novos sistemas de exibição foram os grandes destaques. Entre eles, o Crystal LED e o projetor 4K a laser da Sony, e a tela Onyx da **Samsung** (foto), que dispensa projeção.

Segundo a “Variety”, **James Cameron** revelou estar com *Avatar 2* e *3* (Fox) filmados e montados, faltando apenas som e efeitos. E já desenhou o projeto das partes 4 e 5. Segundo ele, a compra da Fox pela Disney não atrapalhou os planos. Jon Landau, produtor da franquia, adiantou na conferência que os novos episódios vão trazer criaturas de outras raças, nunca vistas no primeiro filme. Parte das filmagens foi subaquática.

Nas próximas páginas, publicamos o ranking dos 30 maiores exibidores do quadrimestre no mercado brasileiro, ordenado por renda e público. É um instantâneo do período entre janeiro e fim de abril, que não foi dos mais fáceis para a indústria como um todo. Os números refletem as quedas de bilheteria em relação ao mesmo recorte do ano passado - de 16,2% em renda e 12,4% em público. Porém, como em todo instantâneo, as tabelas também retratam uma realidade em mutação. O cenário sofreu o impacto positivo do sucesso nacional *Nada a perder*, que levantou principalmente as diferenças de público, e já dava sinais de mais uma guinada com o novo *Vingadores*, uma estreia do dia 26 de abril (foram computadas as bilheterias só até o dia 29). Resta esperar até o meio do ano, quando está prevista uma enxurrada de franquias, *blockbusters* e nacionais (confira nos destaques desta edição).

## EXIBIÇÃO - RENDA | QUADRIMESTRE\*

TOP 30	EXIBIDOR	RENDA 2017 (EM R\$)	RENDA 2018 (EM R\$)	DIF
1	Cinemark	305.271.975	248.152.774	-18,7%
2	Cinépolis	149.501.907	123.916.379	-17,1%
3	Kinoplex	102.975.313	84.666.981	-17,8%
4	Araujo	61.480.774	54.842.247	-10,8%
5	UCI	51.326.180	43.104.767	-16,0%
6	Cinesystem	48.469.942	38.289.931	-21,0%
7	UCI / GSR	34.251.139	29.137.997	-14,9%
8	Moviecom	32.480.628	25.816.147	-20,5%
9	Cineart	22.696.396	20.014.137	-11,8%
10	Espaço Itaú de Cinema	22.466.109	19.087.459	-15,0%
11	GNC	22.844.962	17.996.567	-21,2%
12	Arcoplex	20.154.973	16.249.121	-19,4%
13	Cineflix	20.489.719	15.974.426	-22,0%
14	Playarte	17.210.805	13.044.489	-24,2%
15	Centerplex Cinemas	8.995.473	12.596.547	40,0%
16	UCI/Orient	13.089.589	11.602.587	-11,4%
17	Cine Show	9.159.610	9.695.899	5,9%
18	Sercla	8.686.022	7.989.980	-8,0%
19	Cinemais	8.337.011	6.534.661	-21,6%
20	Grupo Cine	5.112.064	5.252.170	2,7%
21	Grupo Estação	5.770.897	5.002.845	-13,3%
22	Circuito Cinespaço	10.111.521	4.977.403	-50,8%
23	Lumiere	4.762.451	4.958.638	4,1%
24	Roxy Cinemas	6.413.710	4.641.146	-27,6%
25	AFA	4.288.999	4.535.783	5,8%
26	Orient	5.799.909	4.498.818	-22,4%
27	Cineplus	4.952.945	3.922.207	-20,8%
28	Multicine Cinemas	4.097.501	3.757.192	-8,3%
29	Reserva Cultural	2.578.765	3.084.991	19,6%
30	Cine A	2.785.849	2.599.196	-6,7%

\*Números fechados até 29/4, sujeitos a alteração  
Fonte: Filme B Box Office

  
VITRINE  
FILMES  
APRESENTA

# GALERIA

DISTRIBUIDORA



## PRÓXIMOS LANÇAMENTOS



**E MUITO MAIS!**

## EXIBIÇÃO - PÚBLICO | QUADRIMESTRE\*

TOP 30	EXIBIDOR	PÚBLICO 2017	PUBLICO 2018	DIF
1	Cinemark	16.542.901	<b>14.632.321</b>	<b>-11,5%</b>
2	Cinépolis	9.069.062	<b>7.780.515</b>	<b>-14,2%</b>
3	Kinoplex Severiano Ribeiro	6.075.814	<b>5.156.828</b>	<b>-15,1%</b>
4	Araujo	5.715.627	<b>4.844.737</b>	<b>-15,2%</b>
5	UCI	3.190.563	<b>2.696.815</b>	<b>-15,5%</b>
6	Cinesystem	2.982.057	<b>2.641.400</b>	<b>-11,4%</b>
7	Moviecom	2.680.521	<b>2.139.077</b>	<b>-20,2%</b>
8	UCI / GSR	2.186.150	<b>1.874.407</b>	<b>-14,3%</b>
9	Cineart	1.616.717	<b>1.509.092</b>	<b>-6,7%</b>
10	Cineflix	1.522.463	<b>1.310.394</b>	<b>-13,9%</b>
11	Arcoplex	1.466.212	<b>1.226.701</b>	<b>-16,3%</b>
12	Centerplex Cinemas	779.432	<b>1.139.190</b>	<b>46,2%</b>
13	Espaço Itaú de Cinema	1.244.625	<b>1.111.849</b>	<b>-10,7%</b>
14	GNC	1.343.962	<b>1.098.684</b>	<b>-18,3%</b>
15	UCI/Orient	827.298	<b>875.237</b>	<b>5,8%</b>
16	Cine Show	734.677	<b>777.952</b>	<b>5,9%</b>
17	Playarte	1.005.415	<b>766.203</b>	<b>-23,8%</b>
18	Sercla	801.347	<b>685.916</b>	<b>-14,4%</b>
19	Cinemas	654.049	<b>541.100</b>	<b>-17,3%</b>
20	Multicine Cinemas	520.216	<b>475.221</b>	<b>-8,6%</b>
21	Lumiere	543.276	<b>443.197</b>	<b>-18,4%</b>
22	Orient	629.575	<b>431.178</b>	<b>-31,5%</b>
23	AFA	353.467	<b>410.412</b>	<b>16,1%</b>
24	Grupo Cine	349.834	<b>396.286</b>	<b>13,3%</b>
25	Roxy Cinemas	463.798	<b>378.139</b>	<b>-18,5%</b>
26	Cineplus	415.319	<b>370.981</b>	<b>-10,7%</b>
27	Circuito Cinespaço	703.935	<b>336.706</b>	<b>-52,2%</b>
28	Grupo Estação	342.572	<b>299.361</b>	<b>-12,6%</b>
29	Cine A	322.706	<b>228.447</b>	<b>-29,2%</b>
30	Circuito Cinemas	225.656	<b>209.076</b>	<b>-7,3%</b>

\*Números fechados até 29/4, sujeitos a alteração

Fonte: Filme B Box Office



**DESENVOLVIMENTO DE  
PROJETOS PARA SALAS  
DE CINEMA**

**EQUIPAMENTOS DE PROJEÇÃO  
E SOM CINEMATOGRAFICOS**

**EQUIPES DE INSTALAÇÃO  
E MANUTENÇÃO**

**SERVIÇO DE MONITORAMENTO  
REMOTO - NOC (24/7/365)**



**LÍDER EM TECNOLOGIA  
DE PROJEÇÃO E SOM**



**KELONIK**

Rua das Marrecas, nº40 - SI 208 -  
Centro - Rio de Janeiro - CEP.: 20031-120

TEL.: (21) 3178-7700  
[comercial@kelonikbr.com](mailto:comercial@kelonikbr.com)

# Imagina Juntas?

As Pioneiras em CINEMA DIGITAL e em ACESSIBILIDADE, agora JUNTAS!

**AUWE**  
DIGITAL

**steno**  
Mobi

Excelência em Masterização de Filmes com Acessibilidade, numa parceria exclusiva para o mercado de Cinema.



**AUDIODESCRIÇÃO**



**LEGENDA DESCRITIVA**



**LIBRAS**

## Projetos realizados



Contato: atendimento@auwe.com - (11) 3508-8370 / 996.701.410

# TUDO O QUE GOSTA O PÚBLICO DE VER



**VIDAS À DERIVA**  
AGOSTO NOS CINEMAS



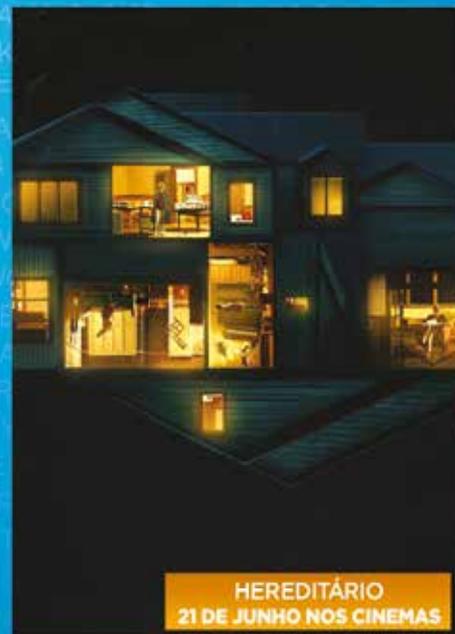
**OS ESTRANHOS - CAÇADA NOTURNA**  
31 DE MAIO NOS CINEMAS



**SOL DA MEIA-NOITE**  
14 DE JUNHO NOS CINEMAS



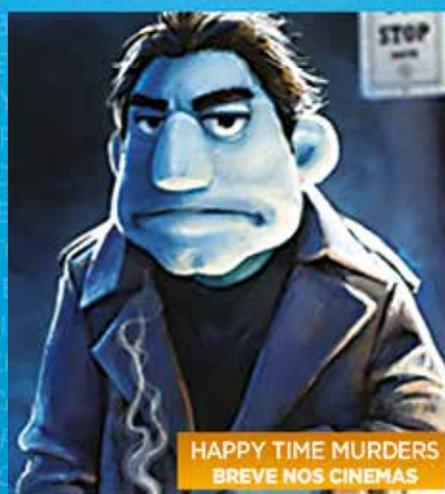
**SECOND ACT**  
BREVE NOS CINEMAS



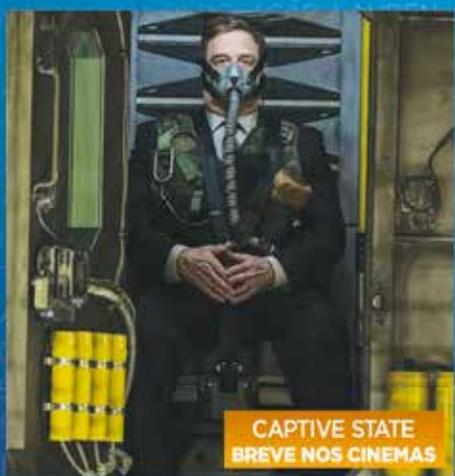
**HEREDITÁRIO**  
21 DE JUNHO NOS CINEMAS



**MILE 22**  
BREVE NOS CINEMAS



**HAPPY TIME MURDERS**  
BREVE NOS CINEMAS

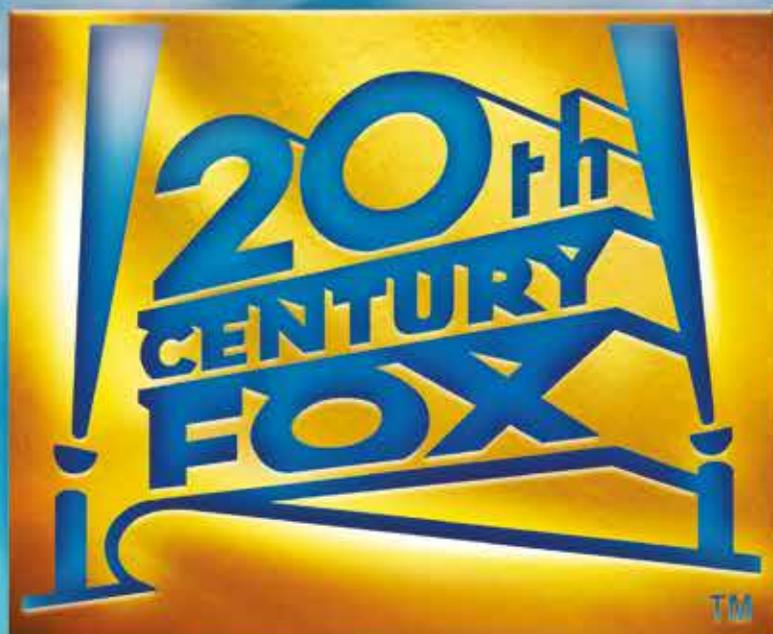


**CAPTIVE STATE**  
BREVE NOS CINEMAS



**DIAMOND  
FILMS**

[www.diamondfilmsbrasil.com.br](http://www.diamondfilmsbrasil.com.br)    DiamondFilmsBR



# WILL ROCK YOU

**ILHA DOS  
CACHORROS**  
JUN/2018

**MENTES  
SOMBRIAS**  
AGO/2018

**PREDADOR**  
SET/2018

**BAD TIMES  
AT THE  
EL ROYALE**  
OUT/2018

**WIDOWS**  
NOV/2018

**ALITA,  
ANJO DE  
COMBATE**  
JAN/2019

**X-MEN  
FÊNIX  
NEGRA**  
FEV/2019

**BOHEMIAN  
RHAPSODY**  
NOV/2018

**OS NOVOS  
MUTANTES**  
AGO/2019

**UM  
ESPIÃO  
ANIMAL**  
ABRIL/2019

Um show de filme para todos os públicos!



@foxfilmbrasil



/Foxfilmdobrasil



@foxfilmdobrasil



/Foxfilmbrasiloficial