

REVISTA **FILME B**

www.filmeb.com.br

MAIO DE 2019

SAFRA DE OURO

Profissionais do mercado reunidos em Las Vegas antecipam ano recorde e discutem novos rumos do cinema

PRÓXIMAS APOSTAS
Confira os filmes que devem movimentar a temporada

SOB NOVA DIREÇÃO
André Sala assume Sony Brasil em cenário de mudanças

ASCENSÃO E QUEDA
Um raio-X de 2018, um ano de bilheteria no vermelho

GODZILLA II

REI DOS MONSTROS

VIDA LONGA AO REI 30 DE MAIO NOS CINEMAS

ASSISTA EM 2D ou 3D

LEGENDARY © 2014 LEGENDARY ENTERTAINMENT, INC. VISITE-NOS A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA





FILME B
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 Show Búzios, no Festival de Búzios.

ÍNDICE

SÓ SUCESSO

Confira as maiores apostas das distribuidoras para aquecer as bilheterias brasileiras entre os meses de maio e outubro

6

NOTÍCIAS DO FRONT

Companhias apresentam seus line-ups e debatem novas tecnologias, streaming e hábitos de consumo na CinemaCon

30

NOVA ERA

Depois da experiência em Los Angeles, André Sala (foto) assume a cadeira de Rodrigo Saturnino na Sony Pictures Brasil

42

'CASE' 2018

Estudo traça panorama do ano que marcou a guinada descendente no mercado nacional de cinema depois da longa bonança

48

REVISTA FILME B

Editor: Gustavo Leitão

Repórteres: Beatriz Filippo, 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 de divulgação

PORTAL FILME B

Editores: Thayz Guimarães

Repórteres: Beatriz Filippo, Bernardo Siaines, Samuel Costa



ingresso.com

Somos o principal destino para os fãs de cinema.

12,7
MILHÕES

Visitas/Mês
no site e
nos apps

166%

Crescimento
na venda de
Promocodes

6 PRÊMIOS
ÉPOCA
RECLAME AQUI

Escolha
por voto
popular

+
DE **175**
MILHÕES

Visualizações
orgânicas
no YouTube

Conheça alguns dos nossos produtos:

MovieID

Hotsite self-service para customização do conteúdo de filmes e venda de ingressos

Analytics

Inteligência de dados, comparativos de filmes e comportamento de compras

Rewards

Plataforma dedicada a programas de recompensas através de promocodes

ARENA

Software de gestão de bilheteria e bomboniere, com total transparência de dados

Fale com a gente: comercial@ingresso.com

ALTA TEMPORADA

Blockbusters, franquias, sustos e heróis: saiba o que esperar da safra promissora para as bilheterias

BEATRIZ FILIPPO, BERNARDO SIAINES E SAMUEL COSTA



Kardéc

(Sony)
16 de maio

O QUE ESPERAR

- Biografia de uma importante figura na história do espiritismo
- Brasil tem grande público espírita, que já se mostrou disposto a prestigiar longas com essa temática
- Wagner de Assis é um diretor com experiência no tema (dirigiu *Nosso*
- Grande produção para padrões brasileiros
- O protagonista Leonardo Medeiros, embora tenha vários novelas no currículo, não é um ator conhecido pelo grande público no cinema

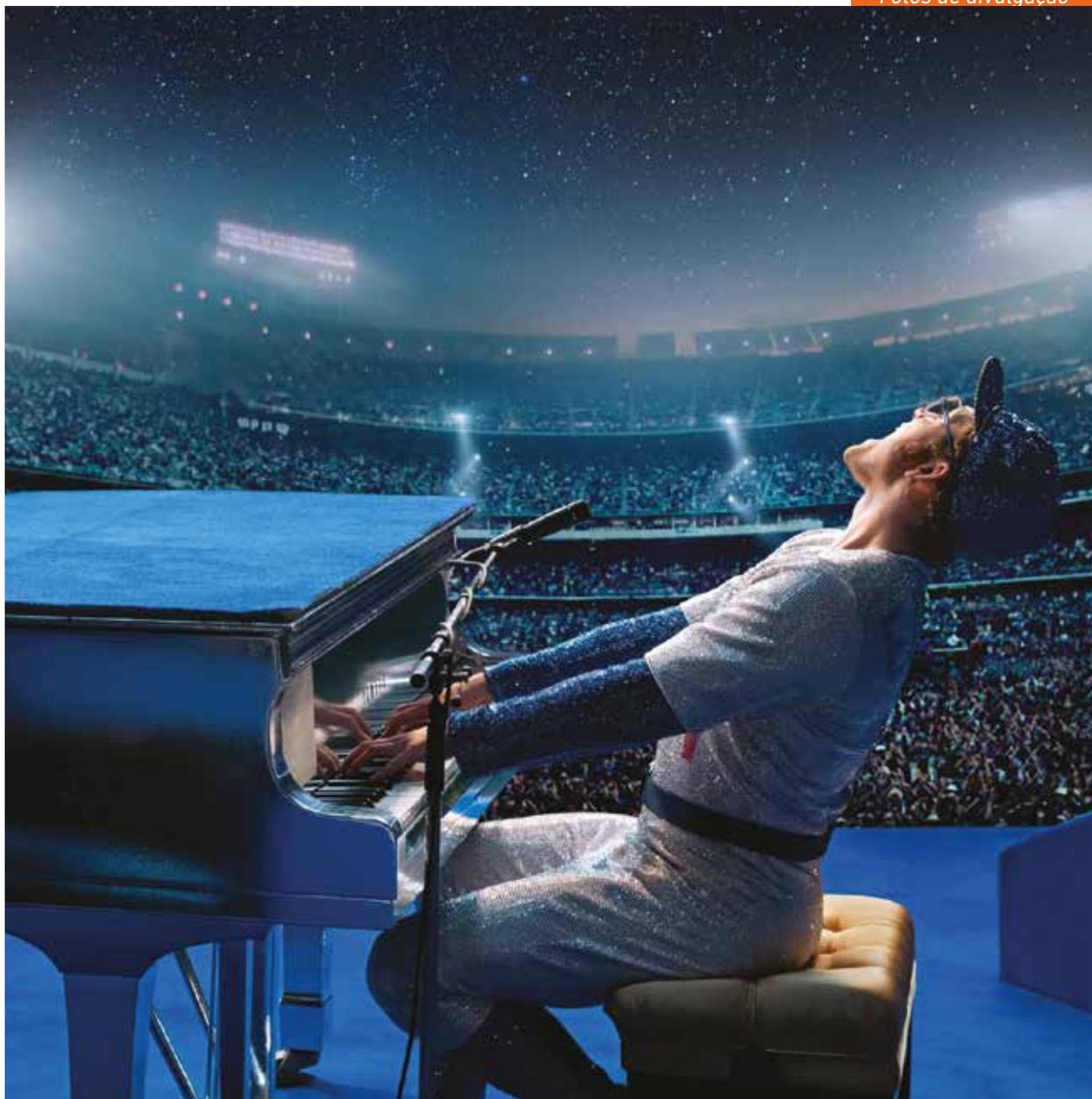


Aladdin

(Disney)
23 de maio

O QUE ESPERAR

- Desenho original de 1992 é um dos clássicos mais populares da Disney
- Will Smith, o gênio da lâmpada (papel já vivido por Robin Williams), tem público forte no Brasil
- Caracterização do ator, com a pele azul em parte da trama, causou controvérsia nas redes sociais
- Mistura bem dosada de ação, humor e musical



Rocketman

(Paramount)

30 de maio

O QUE ESPERAR

- Depois do sucesso de *Bohemian Rhapsody*, a expectativa para a cinebiografia de Elton John é alta
- O cantor/compositor, porém, tem um público um pouco mais restrito que o Queen
- O protagonista Taron Egerton, de *Kingsman*, pode atrair espectadores mais jovens
- Chama atenção pela direção de arte, com reconstituição de época colorida e vibrante e canções conhecidas



X-Men – Fênix Negra

Dark Phoenix (Fox)
6 de junho

HISTÓRICO

X-Men - Apocalipse (2016)

 4,3 milhões de espectadores

 R\$ 64,5 milhões

X-Men - Dias de um futuro esquecido (2014)

 4,9 milhões de espectadores

 R\$ 64,4 milhões

X-Men - Primeira classe (2011)

 2,7 milhões de espectadores

 R\$ 24,2 milhões

O QUE ESPERAR

- Elenco encabeçado por Sophie Turner (*Game of thrones*) e Jennifer Lawrence deve servir como atrativo de público
- Filme de protagonismo feminino, o que tem despertado interesse
- A personagem é muito querida pelos fãs da franquia
- Data de lançamento favorável, no início das férias

MIB: Homens de preto - Internacional

Men in black international (Sony)
13 de junho

HISTÓRICO

MIB - Homens de preto 3 (2012)

2,7 milhões de espectadores

R\$ 31,8 milhões

MIB - Homens de preto 2 (2002)

3,4 milhões de espectadores

R\$ 18,7 milhões

MIB - Homens de preto (1997)

1,7 milhão de espectadores

R\$ 9 milhões

O QUE ESPERAR

- Will Smith e Tommy Lee Jones, queridos pelos fãs dos primeiros filmes, não estão neste capítulo
- A franquia começou em 1997 e teve seu ápice durante os anos 2000
- Entre os homens, agora, há uma agente mulher (Tessa Thompson), o que pode atrair um público diferente dos originais
- O trailer mostra que os toques de humor escrachado da trilogia estão de volta
- Pelo material divulgado, personagens não têm o magnetismo dos primeiros



Toy Story 4

(Disney)
20 de junho

HISTÓRICO

Toy Story 3 (2010)

4,4 milhões de espectadores

R\$ 42,2 milhões

Toy Story 2 (2000)

1,8 milhão de espectadores

R\$ 8 milhões

Toy Story (1995)

1,3 milhão de espectadores

R\$ 5,3 milhões



O QUE ESPERAR

- A franquia tem uma base de fãs fiel, tanto crianças como adultos
- Primeiro filme da franquia sem Andy como protagonista
- Público e renda dos filmes apresentam curva ascendente no mercado brasileiro
- Personagem novo, Forky, teve boa acolhida
- Último filme é 2010, o requer nova audiência

2019 SERÁ CURTO PARA TANTAS NOVIDADES!

CINEFLIX SHOPPING CIDADE MARINGÁ

A CINEFLIX CINEMAS COMEÇOU 2019 A
TODO VAPOR E ESTAMOS APENAS NO
PRIMEIRO ATO DE UM ROTEIRO RECHEADO
DE NOVIDADES.

NOVAS UNIDADES, SESSÕES ESPECIAIS,
PROJETOS DIFERENCIADOS E MUITO MAIS!

**cineflix**
CINEMAS

Annabelle 3 - De volta para casa

Annabelle comes home (Warner)
27 de junho

HISTÓRICO

Annabelle 2 - A criação do mal (2017)

 3 milhões de espectadores

 R\$ 40,6 milhões

Annabelle (2014)

 3,7 milhões de espectadores

 41,9 milhões



O QUE ESPERAR

- A boneca maligna tem muitos fãs e pertence à principal franquia de terror do momento, *Invocação do mal*
- Gênero terror está em alta nos últimos anos, com títulos de bom resultado
- Primeira direção de Gary Dauberman, roteirista de *It - A coisa*, *Annabelle* e *A freira*

Pets - A vida secreta dos bichos 2

The secret life of pets 2 (Universal)
27 de junho

HISTÓRICO

Pets - A vida secreta dos bichos (2016)

 4,4 milhões de espectadores

 R\$ 61,9 milhões



O QUE ESPERAR

- Trailer tem forte apelo, com humor contagiante
- Tem público-alvo amplo, de várias gerações
- O estúdio Illumination é uma grife de animação, consagrado por *Meu malvado favorito*
- Primeiro longa foi um sucesso no Brasil

Homem-Aranha: Longe de casa

Spider-Man: Far from home
(Sony)
4 de julho

HISTÓRICO

Homem-Aranha - De volta ao lar (2017)

 6,7 milhões de espectadores

 R\$ 102,7 milhões

O QUE ESPERAR

- A franquia tem boa acolhida desde o princípio no Brasil
- Público e crítica aprovaram o novo Aranha, Tom Holland, e sua integração ao universo dos Vingadores
- O vilão Jake Gyllenhaal
- é novidade nos filmes da Marvel e deve provocar curiosidade dos fãs
- Ambientado em Londres, com cenas que mostram os marcos da cidade
- Primeira aparição de Nick Fury (Samuel L. Jackson) na franquia



O rei leão

The Lion King (Disney)
18 de julho



O QUE ESPERAR

- O filme de 1994 é um dos maiores clássicos de todos os tempos da Disney, com muitos fãs saudosos
- A adaptação para o teatro está há mais de 20 anos em cartaz na Broadway
- Trabalho de CGI para recriar os animais com aspecto realista provoca expectativa
- O *teaser* bateu recorde no lançamento, com 224,6 milhões de visualizações em um só dia
- Mantém a trilha com músicas conhecidas, compostas por Elton John, e cenas antológicas
- Material foi divulgado no SuperBowl, o que demonstra o tamanho da aposta da distribuidora

Os novos mutantes

The new mutants (Fox)
1º de agosto



O QUE ESPERAR

- Trata-se de uma nova franquia do universo X-Men
- É uma tentativa de renovação da marca
- Segundo *X-Men* no mesmo ano
- O clima de terror pode atrair público novo ou afastar fãs
- Conta com novos personagens que ainda precisam ganhar seu espaço
- Não faz parte da linha narrativa canônica da franquia

DEPOIS DO SUCESSO NA TV E DE LEVAR
MAIS DE 3 MILHÕES DE ESPECTADORES AOS CINEMAS,
A FRANQUIA VAI QUE COLA ESTÁ DE VOLTA.



VAI QUE COLA

O COMEÇO



MARCUS
MAJELLA

SAMANTHA
SCHMÜTZ

CACAU
PROTÁSIO

EMILIANO
D'ÁVILA

FIORELLA
MATTHEIS

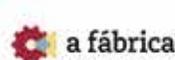
CATARINA
ABDALLA

dirigido por **CÉSAR RODRIGUES**

DISTRIBUIÇÃO:



COPRODUÇÃO:



BREVE NOS CINEMAS

Velozes e Furiosos: Hobbs & Shaw

Fast & Furious presents: Hobbs & Shaw (Universal)

1º de agosto



HISTÓRICO

Velozes e furiosos 8 (2017)

 8,5 milhões de espectadores

 R\$ 133,4 milhões

Velozes e furiosos 7 (2015)

 9,8 milhões de espectadores

 R\$ 142,4 milhões

Velozes e furiosos 6 (2013)

 4,5 milhões de espectadores

 R\$ 48,9 milhões

Velozes e furiosos 5 (2011)

 3,6 milhões de espectadores

 R\$ 33,3 milhões

Velozes e furiosos 4 (2009)

 2,3 milhões de espectadores

 R\$ 19,8 milhões

Velozes e furiosos - Desafio em Tokyo (2006)

 782,8 mil de espectadores

 R\$ 5,7 milhões

Mais velozes e mais furiosos (2003)

 1,4 milhão de espectadores

 R\$ 8,3 milhões

Velozes e furiosos (2001)

 620,7 mil de espectadores

 R\$ 3,5 milhões

O QUE ESPERAR

- Franquia de ação tem público fiel no país
- Embora seja um *spin-off*, traz no elenco Dwayne 'The Rock' Johnson (*Jumanji - Bem-vindo à selva*), que tem grande base de fãs no Brasil, e Jason Statham
- Primeiro longa que sai do cânone da franquia, por isso com resultado mais difícil de prever

Era uma vez em Hollywood

Once upon a time in Hollywood
(Sony)
15 de agosto

O QUE ESPERAR

- Adaptação de história real do assassinato da atriz Sharon Tate pela seita de Charles Manson, que provocou comoção pública em 1969
- Diretor Quentin Tarantino tem público fiel e repercussão
- História de época tem reconstituição fidedigna
- Elenco inclui Brad Pitt, Leonardo DiCaprio e Margot Robbie





DO PRODUTOR DE **VELOZES E FURIOSOS**

SONIC

O FILME

14 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS

TARON EGERTON É ELTON JOHN
ROCKETMAN

30 DE MAIO NOS CINEMAS



**FIQUE LIGADO NOS PRÓXIMOS
LANÇAMENTOS DA PARAMOUNT PICTURES.**
É diversão garantida para todos os públicos.



DORA
E
A CIDADE
PERDIDA

15 DE AGOSTO NOS CINEMAS



/ParamountBrasil



/paramountbrasil



/paramountbrasil

www.paramountexibidor.com.br

Nada a perder - Parte 2

(Downtown/Paris)
15 de agosto



HISTÓRICO

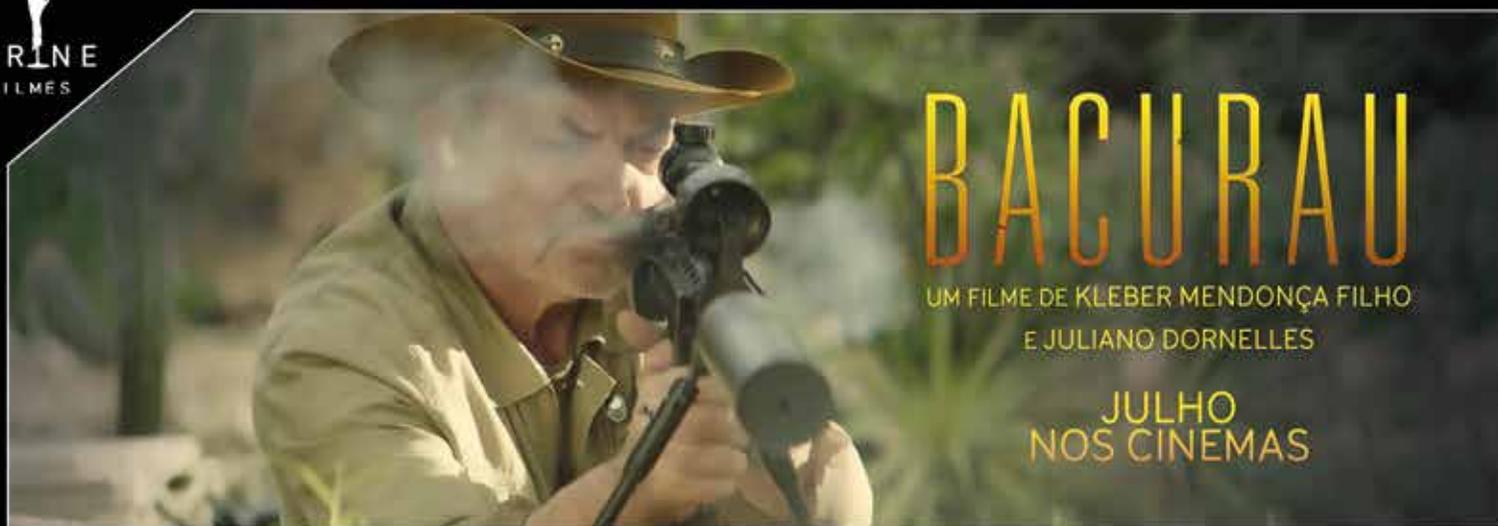
Nada a perder - Parte 1 (2018)

11,9 milhões de
espectadores

R\$ 119,1 milhões

O QUE ESPERAR

- Filme original teve grande arrecadação
- Tem forte apelo entre o público evangélico
- Produção grandiosa para padrões nacionais, de R\$ 40 milhões, gastos com os dois capítulos
- Baseado em biografia do Pastor Edir Macedo, que vendeu milhões de cópias em todo o mundo



BACURAU

UM FILME DE KLEBER MENDONÇA FILHO
E JULIANO DORNELLES

JULHO
NOS CINEMAS



DIVINO AMOR

um conto religioso pouco ortodoxo
de GABRIEL MASCARO

15 DE AGOSTO NOS CINEMAS



PEDRO

um filme de
LAÍS BODANZKY

OUTUBRO
NOS CINEMAS

E TODO MÊS
UM LANÇAMENTO
NA SESSÃO VITRINE





It – Capítulo 2

It: Chapter two (Warner)
5 de setembro

HISTÓRICO

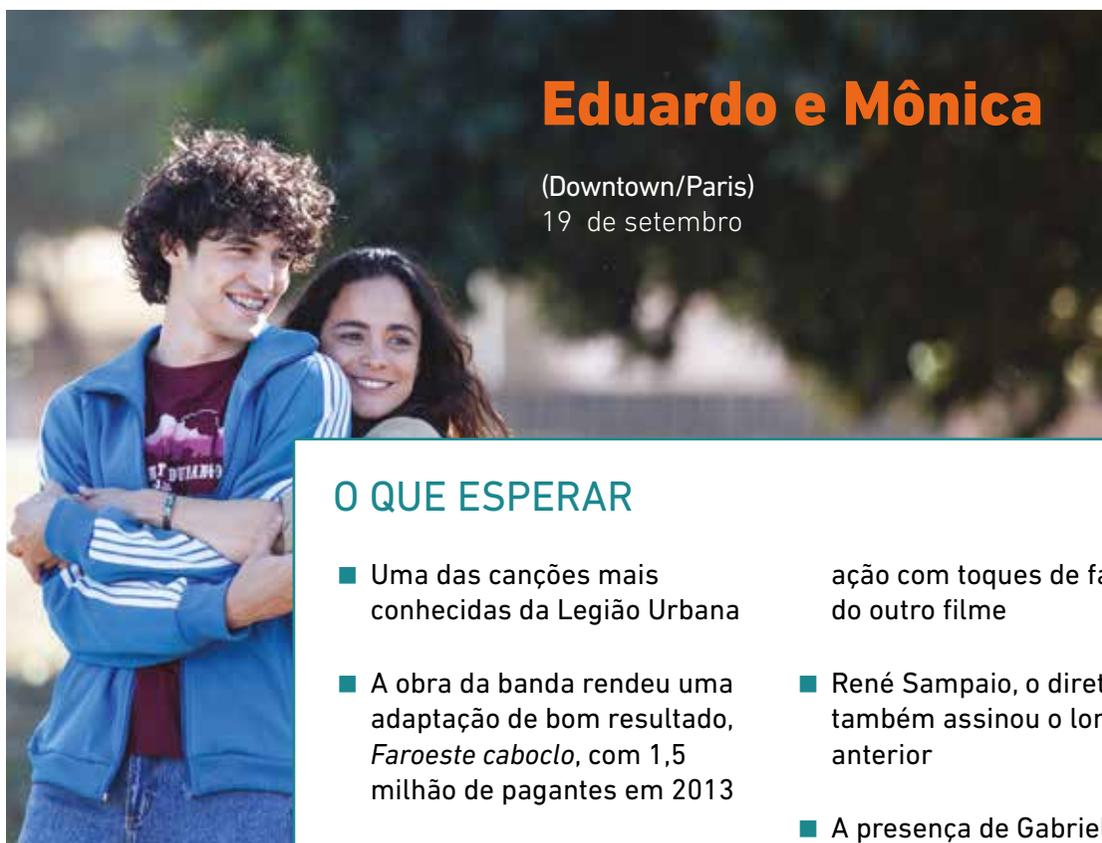
It - A coisa (2017)

 4,4 milhões de espectadores

 R\$ 62 milhões

O QUE ESPERAR

- Terror vive sólida ascensão nos cinemas do mundo todo
- Primeiro filme foi um sucesso de público e crítica e alimentou saudosimo dos fãs
- Longas baseados em livros de Stephen King costumam atrair boa bilheteria
- Elenco forte, com Jessica Chastain e James McAvoy



Eduardo e Mônica

(Downtown/Paris)
19 de setembro

O QUE ESPERAR

- Uma das canções mais conhecidas da Legião Urbana
- A obra da banda rendeu uma adaptação de bom resultado, *Faroeste caboclo*, com 1,5 milhão de pagantes em 2013
- Música tem pegada mais romântica, sem o apelo de ação com toques de faroeste do outro filme
- René Sampaio, o diretor, também assinou o longa anterior
- A presença de Gabriel Leone e Alice Braga no elenco pode ser um chamariz

Coringa

Joker (Warner)
3 de outubro

HISTÓRICO

Batman - O cavaleiro das trevas ressurge (2012)

 5,1 milhões de espectadores

 R\$ 54,9 milhões

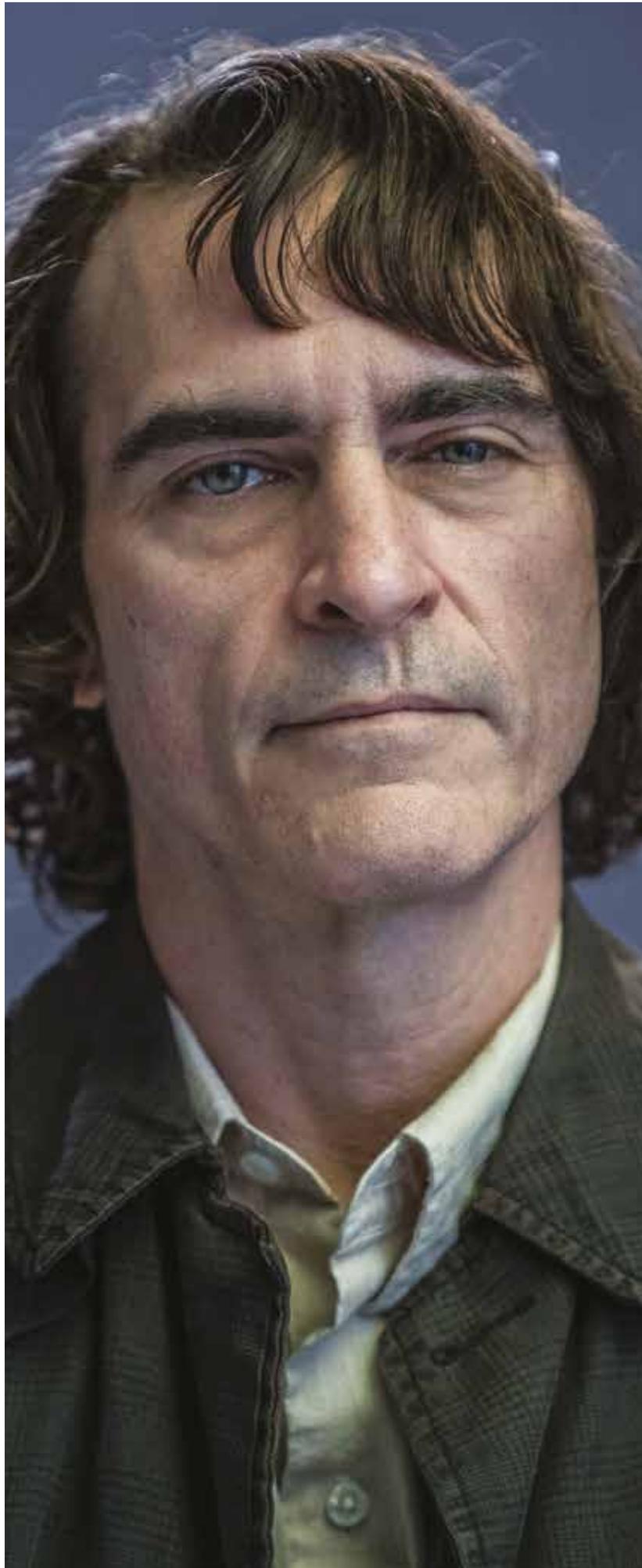
Batman - O cavaleiro das trevas (2008)

 4 milhões de espectadores

 R\$ 32,8 milhões

O QUE ESPERAR

- Grande aposta da DC Comics
- Trailer de clima sinistro teve forte repercussão nas redes sociais
- Primeiro filme solo em *live-action* protagonizado pelo personagem
- Joaquin Phoenix traz uma aura de seriedade ao papel
- Elenco tem nomes como Robert De Niro e Zazie Beetz (*Deadpool 2*)
- Diretor Todd Phillips (*Se beber, não case!*) pode trazer uma dose de humor



**AGRADECEMOS AOS PATROCINADORES,
APOIADORES E PARTICIPANTES
DO SHOW DE INVERNO POR EMBARCAREM
NESSA VIAGEM TÃO PRODUTIVA, ESTRATÉGICA
E DIVERTIDA JUNTO COM A GENTE.
AFINAL, DIVERSÃO É O NOSSO NEGÓCIO.**



ESPAÇO/Z

UMA AGÊNCIA · VÁRIOS SOTAQUES

Ela disse, ele disse

(Imagem)
3 de outubro



O QUE ESPERAR

- Mais uma adaptação de Thalita Rebouças, com milhões de livros vendidos
- Elenco tem Máisa Silva (*Tudo por um popstar*), que tem apelo e acaba de estreiar atração na TV
- Trama alterna ponto de vista feminino e masculino, o que pode ampliar público



Malévola - Dona do mal

Maleficent - Mistress of evil
(Disney)
17 de outubro

O QUE ESPERAR

- Filme original teve um êxito enorme no Brasil
- Novo diretor, Joachim Rønning (*Piratas do Caribe - A vingança de Salazar*) deve renovar atmosfera do filme
- Elenco com Angelina Jolie, Elle Fanning e Michelle Pfeiffer é um atrativo para o público
- Campanha pode ser impulsionada pela proximidade entre o lançamento e o Halloween

HISTÓRICO

Malévola (2014)

 5,7 milhões de espectadores

 R\$ 74,2 milhões

OUTROS DESTAQUES

- **GODZILLA II - REI DOS MONSTROS** (Warner, 30 de maio) - Novo filme da franquia sobre o monstro
- **TURMA DA MÔNICA - LAÇOS** (DTF/Paris, 27 de junho) – Primeiro *live-action* da turma de personagens de Mauricio de Sousa.
- **BRINQUEDO ASSASSINO** (Imagem, 25 de julho) – Retorno do assustador boneco Chucky aos cinemas.
- **HEBE** (Warner, 22 de agosto) – Cinebiografia com Andréa Beltrão no papel da comunicadora.
- **PLAYMOBIL – O FILME** (Paris, 29 de agosto) - Animação inspirada nos populares brinquedos.
- **ANGRY BIRDS 2** (Sony, 3 de outubro) – Sequência do filme de 2013 que levou 1,8 milhão de pessoas aos cinemas brasileiros.
- **GEMINI MAN** (Paramount, 10 de outubro) - Ficção científica de Ang Lee com Will Smith.
- **A FAMÍLIA ADDAMS** (Universal, 24 de outubro) - O retorno da exótica família aos cinemas, desta vez como animação.



Turma da Mônica - Laços

- **O EXTERMINADOR DO FUTURO - DESTINO SOMBRIO** (Fox, 31 de outubro) – Sexto filme da franquia dos anos 80, tem o retorno de Schwarzenegger.

- **DOCTOR SLEEP** (Warner, 7 de novembro) – Sequência de *O iluminado*, de Stephen King, levado aos cinemas por Stanley Kubrick.



**JUNTOS, FAZEMOS A MAGIA DO
CINEMA SE TORNAR REALIDADE!**



Disney
Aladdin

Disney PIXAR
**TOY
STORY
4**

Disney
O
REI LEÃO

Disney
**ARTEMIS
FOWL**
O MUNDO SECRETO



#MAISQUEAMIGOS

© Disney © Disney/Pixar



Disney
MALEFICENT
MISTRESS OF EVIL

Disney
FROZEN II

Disney
Exibidor

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



Cinema

Celebrating the Moviegoer

ENCONTRO PRENUNCIA ANO RECORDE

MARIANE MORISAWA E PAULO SÉRGIO ALMEIDA

Durante quatro dias em Las Vegas, apresentações de distribuidores animaram mercado para safra 2019

Na Hollywood de hoje, o mantra é: “Se o conteúdo for bom, o público aparece”. Pois a safra de 2019, exibida em primeira mão na CinemaCon, em Las Vegas, mostra que nos próximos meses não faltarão filmes variados, para todos os tipos de espectadores, com alta probabilidade de recordes de público e renda – o primeiro sendo *Vingadores - Ultimato*, que estreou dia 25 de abril

e cuja pré-venda, incluindo o 3D, quebrou a internet no Brasil e no resto do mundo.

Pelo menos 20 títulos têm possibilidade de serem blockbusters no Brasil, com mais de dois milhões de espectadores. Três deles, pelo histórico, poderão chegar a resultados acima de 12 milhões de espectadores: *Vingadores - Ultimato*, *O rei leão* e *Nada a perder - Parte 2*. Esses números já garantem um

Con

ing Experience



Abertura do evento: números do cinema e apresentação de trailers e conteúdos inéditos

2019 bem acima da média, trazendo percentuais também recordes dos chamados top 10 ou top 20 da temporada, que têm representado mais de 40% do mercado e que desta vez deverão estourar os 50%. Essas estimativas preliminares fazem com que 2019 tenha tudo para bater 2016, que foi até agora o ano recorde em público e renda.

Assim, o mercado brasileiro pode ter esperança após o recuo de

2018, que teve quase 10% a menos de renda (confira os números na página 48). A tendência já tinha se anunciado depois que a queda no primeiro trimestre de 2019 sofreu uma guinada a partir de abril com a estreia de *Shazam*, a continuação de *Capitã Marvel* e as vendas antecipadas e o lançamento de *Vingadores - Ultimato*. Na sequência, houve a estreia da produção nacional *De pernas pro ar 3*, que tem um público cativo. “Quanto mais forte o produto local, mais forte o mercado”, disse Arturo Guillén, vice-presidente da Comscore Movies para Europa, Oriente Médio, África e Índia. Isso tudo mostra que não há motivo para pânico.

BRASIL VIRA O JOGO

Mesmo durante os três últimos anos de recessão, quando houve poucas inaugurações de salas, os exibidores se voltaram para ampliação e modernização de seus complexos, digitalizando o sistema de bilheteria e marketing. O ano de 2018 fechou com 3.333 salas, sendo 1.518 salas 3D, 142 VIPs, 40 com 4D, sem falar nas atualizações dos sistemas de som e imagem que proporcionam ao espectador uma completa imersão. Os números provam que o mercado brasileiro está fazendo o dever de casa: média de 50 mil espectadores por sala, com cada uma atendendo 62 mil habitantes, e uma das maiores taxas de ocupação do mundo, em torno de 18%. A grande ameaça nacional é a crise econômica.

Exibidores multinacionais ou nacionais, grandes ou pequenos, estão conscientes da importância de conhecer o seu público e de oferecer o melhor em termos de conforto e qualidade. Eles sabem que quem mais sofre são os proprietários de salas de cinema, pois preci-



A atriz Helen Mirren, na apresentação da Warner

“
*Eu amo a Netflix,
mas f... a Netflix!*
*Nada supera ir ao
cinema*”



Mark Zoradi, CEO da Cinemark

“
Temos agora um ano de 52 semanas de filmes robustos, diversos, que atendem a todos os públicos
 ”

sam competir diretamente com as outras mídias cada vez mais poderosas. “Não existe mais um tamanho único na indústria”, disse Glen Basner, fundador da FilmNation, reforçando a ideia de que é preciso oferecer ao público diversificação, seja em conteúdo, seja em tipos de sala ou experiências.

ESTADO DA INDÚSTRIA

O relatório da MPAA divulgado na conferência apontou que no ano passado houve uma queda de apenas 1% no mercado internacional, com aumento de 7% no caso dos mercados dos EUA e do Canadá. Isso representou um desempenho praticamente estável em relação ao ano anterior em termos globais. A bilheteria mundial bateu os US\$ 41 bilhões, com um recorde de US\$ 11,9 bilhões no doméstico.

O *streaming*, que chegou aos 613,3 milhões de assinantes no mundo todo em 2018, um aumento de 27%, parecia um grande bicho-papão alguns meses atrás. As plataformas online, em especial a Netflix, foram assunto constante na CinemaCon, mas certamente com ânimos menos exaltados – a não ser no caso da atriz Helen Mirren. “Eu amo a Netflix, mas f...-se a Netflix!”, disse ela, para delírio da plateia. “Nada supera ir ao cinema!” Vários participantes da convenção também apontaram para a pesquisa da EY’s Quantitative Economics and Statistics, segundo a qual as pessoas que vão mais ao cinema também assistem a mais horas de conteúdo no *video on demand*. “O *theatrical* e o *streaming* não apenas coexistem. Um impulsiona o outro”, disse John Fithian, presidente e CEO da NATO (National



Arturo Guillén, VP da ComScore Movies

“
Quanto mais forte for o conteúdo local, mais forte o mercado
 ”

Association of Theatre Owners, ou Associação Nacional de Donos de Cinema, que promove o evento).

Claro que as coisas podem mudar com o fortalecimento de players como Amazon e Hulu – e no Brasil da Globoplay – e a entrada da Apple, da Disney e da Warner no mercado de *streaming*. “Os estúdios estão num momento de ruptura num ecossistema em rápida transformação. Precisamos de uma comunicação muito forte e contínua com os estúdios para ver como as coisas se desenvolvem com a entrada de novos serviços”, disse Alejandro Ramírez Magaña, CEO da Cinépolis. “É tudo positivo. Não haverá *player* dominante no *streaming*, mas vários, o que é bom para o *theatrical*.”

JANELA APAZIGUADA

Os exibidores também pareceram menos estressados com a questão da janela de exibição, um tema pouco discutido na CinemaCon desta vez. “Um dia a Netflix vai entender que, se quer produzir filmes, precisa mostrá-los primeiro no cinema”, disse Jérôme Seydoux, presidente e CEO da Les Cinémas Pathé Gaumont e um dos maiores críticos da insistência da companhia de *streaming* de disponibilizar seus longas-metragens na plataforma sem passar antes pelas salas de exibição. “Não é possível produzir filmes de alto calibre, de grandes diretores, sem exibi-los no cinema.” É bom lembrar que a Netflix recentemente foi admitida pela MPAA, entre as *majors*.

Diante de um cenário de mídias digitais cada vez mais atraentes, ágeis e ricas, muitas vezes



Jérôme Seydoux, CEO da rede Pathé Gaumont

“
*Não é possível
produzir filmes
de alto calibre, de
grandes diretores, sem
exibi-los no cinema*”

Hollywood parece uma estrutura antiga, vagarosa e decadente que insiste em sobreviver. Mas, além dos números, a história prova que não é verdade. A indústria sempre soube enfrentar os desafios e muitas vezes transformá-los em receitas. “Falam do fim do cinema há cem anos. Mas, como diria Edna Moda (a personagem de *Os incríveis*), ainda assim, continuamos aqui”, disse Charles Rivkin, presidente e CEO da MPAA.

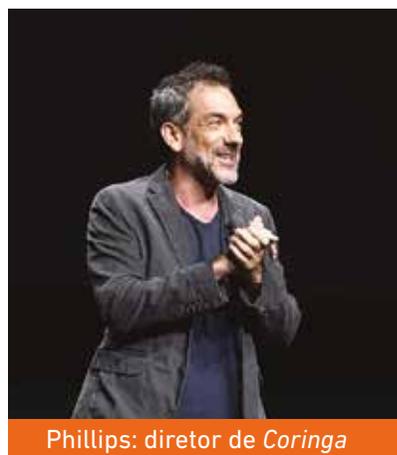
A indústria sabe bem que é fundamental fazer o *theatrical* sobreviver, pois foi uma tarefa árdua montar e organizar nas últimas década a estrutura que hoje forma um parque exibidor invejável em quase todos os países do mundo. É bom lembrar que os EUA possuem 40 mil salas, já superadas pelas 50 mil da China, e há um total de quase 190 mil telas em todos os continentes. E, para que esse circuito perdure, é preciso produzir conteúdo de qualidade, distribuído ao longo de todo o ano, visando todo tipo de espectador, de todas as etnias e todos os gêneros. “Temos agora um ano de 52 semanas de filmes robustos, diversos, que atendem a todos os públicos”, afirmou Mark Zoradi, CEO da Cinemark.

Fundamental ainda que seja um conteúdo para ser visto principalmente na tela grande. “Não importa quanto a indústria mude, os cinemas sempre serão nossa estrela-guia”, disse Alan Horn, presidente do Walt Disney Studios. Se a todo-poderosa companhia do Mickey Mouse, com novo serviço de *streaming* e tudo, reafirma seu compromisso com os cinemas, todo o mundo respira mais aliviado.

WARNER APOSTA NA DC E NO TERROR

No seu tradicional e bem-produzido show “Big picture”, a Warner apresentou sua cartela de filmes para 2019. O maior destaque foi *Coringa*, de Todd Phillips (*Se beber, não case!*), com Joaquin Phoenix no papel do vilão que assombra Gotham City. O trailer empolgou o Colosseum, no Caesar Palace, em Las Vegas, com a origem do macabro personagem, um palhaço franzino que sofre abusos físicos e desenvolve um transtorno mental. “Me pediram para descrever, mas não consigo. Me pediram o gênero, e eu acho que é uma tragédia”, disse o diretor, de forma irônica. Sem desespero: a produção tem drama e ação, um visual instigante e transpira a originalidade que os fãs da DC esperam. O torturado Coringa de Phoenix pode se colocar pelo menos em pé de igualdade com a memorável versão de Heath Ledger em *Batman - O Cavaleiro das Trevas*.

A Warner tem outros coringas da DC na manga. Ofereceu espiadelas em *Aves de rapina*, de Cathy Yan, versão multicolorida da Arlequina de Margot Robbie aliando-se a um grupo de garotas, e *Mulher Maravilha 1984*, de Patty Jenkins, continuação do sucesso de 2017 com Gal Gadot.



Phillips: diretor de *Coringa*

Os dois estreiam ano que vem. *The kitchen*, estreia de Andrea Berloff na direção, também é baseado em quadrinhos da DC, mas é um filme de gângster passado na Nova York dos anos 1970. Melissa McCarthy, Tiffany Haddish e Elisabeth Moss são mulheres de mafiosos que assumem os negócios dos maridos. Os três longas mostram que a Warner está empenhada em reforçar a presença feminina nas equipes.

Estrela da série *Stranger things*, Millie Bobby Brown apresentou em vídeo o *footage* de *Godzilla 2 – Rei dos monstros*, de Michael Dougherty, com cenas estrondosas da batalha do lagarto gigante com um ser de três cabeças.

No polo oposto, também fez sucesso a participação em forma de holograma do Pikachu com voz de Ryan Reynolds e exibição de uma cena do *live-action Pokémon – Detetive Pikachu*.

PARA SE ENCOLHER DE MEDO

O estúdio tem enfileirado sucessos com seus longas de terror, e não deve ser diferente em 2019. Como o título indica, em *Annabelle 3 – De volta para casa*, o horror retorna à residência dos Warren, os caçadores de espíritos vividos por Vera Farmiga e Patrick Wilson. A direção é de Gary Dauberman, roteirista das outras duas produções com a marca *Annabelle* e também de *A freira* e *It – A coisa*. Nas cenas apresentadas, uma adolescente curiosa entra no museu de objetos possuídos e liberta a boneca.

O argentino Andy Muschietti assume novamente a direção em *It – Capítulo 2*. A ação se passa anos



após o primeiro filme, quando os integrantes do Losers Club estão crescidos e são interpretados por Jessica Chastain, James McAvoy e Bill Hader, entre outros. O material aterrorizou a audiência ao mostrar Beverly (Chastain) em seu antigo apartamento na pequena Derry, onde, claro, coisas estranhas acontecem.

DE OLHO NOS PRÊMIOS

Baseado em um livro ganhador do prêmio Pulitzer e estrelado por Ansel Elgort e Nicole Kidman, *The goldfinch* é o “filme com cara de Oscar” da Warner para ano que vem. É um drama sobre um garoto que perde a mãe num atentado terrorista e lida com o trauma durante sua juventude. O longa tem pedigree: a direção é de John Crowley, cujo *Brooklyn* concorreu a três Oscar, com fotografia de Roger Deakins, indicado 14 vezes e vencedor de uma estatueta.

A cartela da Warner não para por aí, com romance para jovens (*O sol também é uma estrela*), suspense (*The good liar*, com Ian McKellen e Helen Mirren) e até uma comédia independente inglesa recheada de músicas de Bruce Springsteen (*Blinded by the light*). “Nossa missão é levar às salas filmes diversificados, durante o ano inteiro”, disse Toby Emmerich, presidente da divisão de cinema. (*Mariane Morisawa*)

CINEMARK MANIA

O PROGRAMA DE VANTAGENS MAIS DIVERTIDO DO BRASIL.

PROMOÇÕES

DESCONTOS

CINEMARK
MANIA

INGRESSO
GRATUITO*

UM
BRINDE
POR SEMANA

ADQUIRA JÁ O SEU
CARTÃO NAS BILHETERIAS.

DEPOIS É SÓ SE CADASTRAR NO SITE
DA CINEMARK PARA COMEÇAR A APROVEITAR
TODOS OS BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS
E GANHAR UM INGRESSO, QUE VALE
PARA QUALQUER SESSÃO DE 2ª A 5ª,
INCLUSIVE PARA AS SALAS 3D E XD.

*ACESSE O REGULAMENTO EM
CINEMARK.COM.BR/CINEMARK-MANIA/REGULAMENTO E SAIBA MAIS.

CINEMARK
MANIA

BAIXE
AGORA



Disponível para
Android e iOS

CINEMARK
É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.

DISNEY DÁ BOAS-VINDAS À FOX

Quando se tem uma cartela formada por *Vingadores - Ultimato*, *Aladdin*, *O rei leão* e *Toy story 4*, entre muitos outros, não é preciso inventar a roda. A Disney fez uma apresentação limpa, baseada nos filmes, culminando com os primeiros 17 minutos da quarta aventura de Woody, Buzz e companhia. E ainda assim deixou os participantes da CinemaCon sorrindo de orelha a orelha. O poder da Disney ficou evidente quando Cathleen Taff, diretora de distribuição, completou o já lotado *line-up* do estúdio, que inclui também *Frozen 2* e o episódio IX de *Star wars*, com os filmes da Fox, cuja aquisição foi completada meras duas semanas antes. Taff adiantou que algumas das datas de lançamento podem ser alteradas.

A Disney demonstrou estar disposta a fazer uma integração com a Fox da maneira mais harmoniosa possível. Um vídeo na abertura do evento juntou cenas de clássicos dos dois estúdios, com frases tiradas dos diálogos, como “Todos estamos unidos” e “Estamos todos ligados pelo grande círculo da vida”. Eram as boas-vindas à mais nova empresa do conglomerado, que inclui ainda a Fox Searchlight e a Blue Sky. “Seremos mais do que a soma de nossas partes”, garantiu Alan Horn, presidente do Walt Disney Studios. “Teremos obras de J.J. Abrams, James Mangold, Joe Wright e James Cameron, isso só para ficar na letra J.” Horn também fez a introdução de um vídeo em homenagem aos 25 anos da Fox Searchlight, que ganhou o Oscar de melhor filme com longas como *Quem quer ser um milionário?* e *A forma da água*.

NOVA INTEGRANTE

A caçula do time Disney não decepcionou com imagens novas e fortes de *X-Men: A Fênix Negra*, de Simon Kinberg. Desta vez, os mutantes enfrentam seu mais poderoso adversário: Jean Grey, uma das integrantes do grupo, vivida por Sophie Turner (de *Game of thrones*). Ela desenvolve poderes extraordinários capazes de ameaçar até mesmo o Professor Xavier (James McAvoy) e Magneto (Michael Fassbender). Jennifer Lawrence, Nicholas Hoult e Tye Sheridan estão de volta e ganham a companhia de Jessica Chastain, indicada duas vezes ao Oscar. A produção tem sido descrita por Kinberg como um possível fim, mas também a chance de um recomeço – nada mais propício agora que os X-Men devem se juntar ao Universo Cinematográfico Marvel.

A Fox exibiu também cenas de *Ford v. Ferrari*, de James Mangold,



Watts, executiva de produção



WALT DISNEY STUDIOS

com Matt Damon e Christian Bale. O longa tem toda a pinta de que pode aparecer nas indicações ao Oscar de 2020. Foi descrito por Emma Watts, presidente de produção da 20th Century Fox, como “uma espécie em extinção”, já que são poucas as produções desse tipo em Hollywood hoje em dia. A produção mostra a jornada do engenheiro Carroll Shelby (Damon) e do piloto Ken Miles (Bale) para construir para a Ford um carro de corrida capaz de bater a Ferrari na famosa corrida de 24 horas em Le Mans, na França, nos anos 1960. Cheio de energia masculina, tem diálogos esportos, atuações sólidas e boas cenas de corrida de carros.

LIVE-ACTION

A coleção de adaptações *live-action* de animações clássicas da Disney é a grande aposta da companhia do Mickey Mouse este ano. E se alguém estava um pouco inseguro com *Aladdin*, de Guy Ritchie, certamente saiu da CinemaCon tranquilizado, com a exibição da sequência em que o jovem (Mena Massoud) encontra e esfrega a lâmpada mágica, libertando o Gênio (Will Smith). Ali começa o número musical com a canção *Friend like me*, cheio de imagens sofisticadas e efeitos especiais impressionantes, como aquele que replica o desenho de 1992 com múltiplos Gênios.

Já *O rei leão*, de Jon Favreau, só confirmou as melhores expectativas da indústria, com uma sequência em que o pequeno Simba acorda o



Títulos da Fox na apresentação da Disney: momento histórico marcou a fusão das duas distribuidoras

pai, Mufasa (voz de James Earl Jones, como na animação original de 1994), para explorar seu reino e receber lições sobre liderança e governança. “Eu achei que um rei podia fazer o que quisesse”, diz o pequeno Simba. Mufasa responde: “O verdadeiro rei procura o que pode oferecer, e não tirar”.

Como os trailers tinham demonstrado, a animação aqui é tão realista que chega a dar dúvida se não são mesmo de imagens de leões reais numa savana africana de verdade. Favreau, que já tinha maravilhado com seu *Mogli – O menino lobo*, de 2016, leva a tecnologia alguns passos adiante para emocionar e impressionar o mundo.

A Disney antecipou o lançamento da continuação de *Malévola, Dona do mal*, que agora estreia em outubro no Brasil, onde o primeiro filme fez mais de 5,7 milhões de espectadores e foi o campeão de renda de 2014. Nem trailer nem cenas promocionais estavam prontos, então o estúdio exibiu um “por trás das câmeras” com entrevistas de Angelina Jolie e Elle Fanning, que reprisam os papéis de Malévola e Aurora sob direção de Joachim Rønning, do último *Piratas do Caribe*. Desta

vez, a história vai debater se a ex-vilã é boa o suficiente para ser a mãe de Aurora, especialmente depois que a princesa é pedida em casamento e se prepara para ter uma nova família, comandada pela sogra, a rainha Ingrith (Michelle Pfeiffer). Esse trio feminino da pesada promete fortes emoções na sequência.

ANIMAÇÕES DE FÔLEGO

E emoções fortes é o que se espera também de *Toy story 4*. “Na Pixar, temos orgulho de todos os nossos filmes, mas há algo especial em trabalhar em *Toy story*”, disse o produtor Jonas Rivera. “É nosso Mickey Mouse”, completou ele, sobre o filme que fundou o estúdio de animação em 1995. Rivera reconheceu que muita gente achou que o longa anterior da série era a finalização da saga. “Mas não parecia ‘o’ final. Porque aquela história é sobre Andy, e nosso protagonista é Woody.” No novo filme, o xerife vai ser colocado numa situação em que questiona tudo, inclusive seu propósito de vida: alegrar uma criança.

Ninguém que viu os primeiros 17 minutos de *Toy story 4* exibidos em Las Vegas achou a produção repetitiva. Para começo de conversa,

visualmente a animação nunca foi tão bonita, com iluminação cada vez mais cheia de nuances, detalhes mínimos nas expressões dos personagens e mais realismo nos traços das figuras humanas.

O filme começa numa noite de chuva, nove anos atrás, quando Woody, sempre líder, coloca a turma para salvar um dos brinquedos, que caiu na rua e periga ser levado pela enxurrada. Pouco depois, sua amada Betty, a boneca de porcelana, é doada para outra criança. Betty propõe que Woody vá com ela, mas o xerife decide colocar o dever de fazer seu dono feliz acima de tudo e fica com Andy, que cresce e acaba doando seus brinquedos para a pequena Bonnie. Quando a menina está chateada por causa de seu primeiro dia no jardim de infância, Woody se esconde em sua mochila e a ajuda a enfrentar a escola. Lá, ela acaba criando seu próprio brinquedo, Forky – um carismático garfo-colher com braços compridos de arame e olhos desiguais –, que ganha a proteção de Woody.

A apresentação da Disney foi o bastante para deixar os participantes da convenção certos de que 2019 vai ser um bom ano para o cinema. *(Mariane Morisawa)*

UNIVERSAL: FILMES PARA TODOS OS PÚBLICOS

Para apresentar nada menos que 12 lançamentos dos próximos meses, de tamanhos e gêneros variados, a Universal ocupou o Colosseum em Las Vegas com bichos, crianças e atores. A reação mais entusiasmada, como esperado, veio de *Velozes e furiosos: Hobbs & Shaw*, o *spin-off* da franquia bilionária estrelado por Dwayne 'The Rock' Johnson e Jason Statham dirigido por David Leitch (*John Wick*). Os dois astros estiveram no palco para revelar uma coleção de cenas eletrizante, e Johnson prometeu diversão. “E mantivemos no centro de tudo a família, como na franquia original”, disse o ator. O filme, que conta com Idris Elba como o vilão, viaja à Inglaterra, terra natal de Statham, e a Samoa, local de origem dos ancestrais de Johnson – em dado momento, ele faz a dança de guerra Siva Tau, típica do país. Nas imagens exibidas, dá para perceber o humor que sempre marcou a relação de Hobbs e Shaw, além das habilidades de ambos em sequências de ação.

ANIMAÇÃO

Outro que empolgou a plateia da CinemaCon foi *Pets – A vida secreta dos bichos 2*, de Chris Renaud e Jonathan del Val. Kevin Hart e Tiffany Haddish apareceram acompanhados dos animais que inspiram seus personagens, uma cachorrinha da raça shih-tzu e um coelho. Tudo foi muito bem até o coelho ficar agitado, para desespero do ator. As cenas apresentadas prometem o mesmo nível



Johnson e Statham: astros voltam à franquia *Velozes & furiosos*



de diversão do original, revelando o que os bichos fazem quando os donos estão fora de casa.

Outra aposta entre as animações é *Abominável*, de Jill Cutton e Todd Wilderman, em que um yeti, ou abominável homem das neves, vai parar na cidade e é descoberto por uma adolescente. Com ajuda de seus amigos, ela vai tentar devolver o yeti a seu habitat natural. As imagens têm paisagens magníficas da China e um personagem principal gracioso, daquele tipo que vende muitos bichos de pelúcia.

SUCESSO DA TV

Em suas seis temporadas, *Downton Abbey* conquistou fãs dos dois lados do Atlântico com as intrigas, romances e dramas no andar de cima, habitado pela aristocrática família Crawley, e o andar de baixo, composto por seus fiéis empregados. A série de Julian Fellowes, premiada com Globos de Ouro e Emmys, chega à tela grande, trazendo a maioria dos amados personagens, inclusive Violet Crawley (Maggie Smith), a avó sem papas

na língua, às voltas com a visita do rei e da rainha. O trailer mostrou uma produção ainda mais luxuosa do que a da televisão, que tem tudo para agradar aos fãs e além. A reação da plateia na CinemaCon para a simples menção ao título deu mostras disso.

DA BROADWAY

No final do ano, o estúdio estreia a versão cinematográfica de *Cats*, dirigida por Tom Hooper (*Os miseráveis*) e baseada no musical de Andrew Lloyd Webber visto por milhares de pessoas ao redor do mundo. Cenas de bastidores trouxeram o elenco estrelado, formado por Taylor Swift, Idris Elba e Judi Dench, entre outros, explicando o processo complicado que promete transformá-los em gatos, com a ajuda de efeitos visuais elaborados.

Mas o *line-up* diversificado não para por aí. A Universal também tem comédias com crianças como *A chefinha* e *Bons meninos*; mais um terror da Blumhouse (de *Corra! e Nós*), chamado *Ma*; além de *Last Christmas*, uma comédia romântica com Emilia Clarke (*Game of thrones*) e Henry Golding (*Podres de ricos*) dirigida por Paul Feig e embalada por canções de George Michael; e *Yesterday*, de Danny Boyle, sobre um rapaz que é o único no mundo a se lembrar da existência dos Beatles. (Mariane Morisawa)

PARAMOUNT: ELTON JOHN E WILL SMITH EM DOBRO



Foi com humor que Jim Gianopulos, CEO da Paramount Pictures, deu a largada em sua apresentação na CinemaCon, mostrando que o *line-up* da companhia vai tomando forma no segundo ano de sua gestão. Na introdução em vídeo, o executivo se perde em Las Vegas porque sua motorista repetidamente o leva para o evento errado, incluindo um encontro de mafiosos, antes de chegar à conferência.

A descontração foi a marca da companhia, recebida com muita torcida pela possibilidade de novos tempos. Foram exibidos alguns minutos de *Rocketman*, embalados pela música cheia de energia e paixão de Elton John. Taron Egerton, que interpreta o cantor e compositor, e o diretor Dexter Fletcher estiveram no palco do Colosseum em Las Vegas, mas a plateia ficou animada mesmo com as cenas visualmente instigantes, figurinos exuberantes e números musicais, além da atuação dedicada do protagonista.

Uma surpresa foi a exibição das cenas de *Sonic – O filme*, baseado no videogame de sucesso da Sega. A produção mistura animação com *live-action* e traz Jim Carrey no papel sob medida do Doutor Robotnik. O comediante deu as caras no palco no melhor estilo Carrey, jogando pipoca até mesmo em Kyle Davis, presidente de distribuição doméstica.

ELES ESTÃO DE VOLTA

Arnold Schwarzenegger cumpriu sua promessa e retorna à franquia que o consagrou, em *Exterminador – Dark fate*, que no Brasil vai ser lançado pela Fox. Mas não

só ele: para delírio do público na CinemaCon e em breve dos espectadores ao redor do globo, Linda Hamilton também volta como a icônica personagem Sarah Connor. Schwarzenegger tomou conta do microfone, dizendo que estava muito feliz, que o filme tinha marcado sua carreira no cinema e na política. “Até hoje as frases do filme se aplicam: ‘Hasta la vista, mudança climática!’”, brincou o astro.

O diretor Tim Miller (de *Deadpool*) soltou vários palavrões, mas também verteu lágrimas ao falar do elenco e da oportunidade de trabalhar na franquia, que descreveu como fundamental em sua vida. Ele prometeu tentar reviver o espírito dos filmes originais de James Cameron, que está diretamente envolvido na nova produção. A história retoma os acontecimentos após *O exterminador do futuro 2 – O julgamento final* (1991).

As cenas apresentadas deixaram os presentes empolgados. Na Cidade do México, dois jovens ajudam uma mulher (Mackenzie Davis), que cai, nua, de uma ponte. A polícia aparece, mas também o novo



Linda e Schwarzenegger

exterminador (Gabriel Luna), agora capaz de se duplicar. Em outra cena, Sarah Connor arrasa com os androides, bazuca na mão e tudo.

DUAS VEZES WILL SMITH

A união parece das mais felizes: Will Smith e Ang Lee, duas vezes vencedor do Oscar de direção. *Genie man* estreia em outubro, bem posicionado para a temporada de premiações. É um daqueles filmes que ficou décadas em desenvolvimento em Hollywood, mas só agora conta com a tecnologia para realmente funcionar.

No trecho exibido, um jovem Will Smith é perseguido – o espectador terá a sensação de estar vendo o astro em *Um maluco no pedaço*, a série que o lançou ao estrelato. Finalmente, descobre que quem o persegue é ele mesmo, muitos anos mais velho. A trama envolve clonagem humana e muita ação. “Tem tanto Will Smith neste filme”, disse Lee, com seu jeito tímido e bem-humorado.

ALÉM DE 2019

A cartela da Paramount para este ano surpreendeu, mesmo com um número ainda modesto de lançamentos. Mas os participantes da CinemaCon realmente se empolgaram com 2020: do segundo *Um lugar silencioso* a uma animação com Bob Esponja, passando pelo resgate de propriedades queridas como *G.I. Joe* e *Um príncipe em Nova York*, com Eddie Murphy, culminando com a produção que arrepiou o público do Colosseum: *Top Gun – Maverick*. É a Paramount mostrando que tem fôlego. (Mariane Morisawa)



Rogen e Charlize: comédia romântica da Lionsgate

INDEPENDENTES MOSTRAM SUAS ARMAS

As *majors* não foram as únicas a se apresentar na CinemaCon. Companhias independentes de poderio como a Lionsgate e a STX também mostraram suas novidades para os próximos meses.

A Lionsgate vem tendo certa dificuldade num mercado de gigantes. Mas as coisas devem melhorar com a produção de longas de suas maiores franquias. “A empresa vai voltar a investir mais em cinema e prepara filmes nos universos de *Jogos Vorazes* e *Crepúsculo*”, revelou Márcio Fraccaroli, presidente da Paris Filmes, que distribui alguns dos títulos da Lionsgate no Brasil.

Enquanto eles não vêm, o estúdio mostrou alguns filmes promissores em Las Vegas, a começar por *John Wick 3 – Parabellum*, trazendo ao palco Halle Berry, que se junta a Keanu Reeves no elenco, e o diretor Chad Stahelski. “Foi o filme mais difícil da minha vida”, disse a atriz ganhadora do Oscar por *A última ceia*, que treinou durante cinco meses. Uma sequência de ação foi exibida, levando a plateia ao êxtase com a presença de cachorros assassinos e um bocado de violência.

David Harbour, da série *Stranger things*, apresentou *Hellboy*,

lançamento da Imagem Filmes no Brasil. “É um feito ser contratado da Netflix e ser convidado para aparecer na CinemaCon”, disse.

Rian Johnson, diretor de *Star wars - Os últimos Jedi*, falou de *Knives out*, um suspense à la Agatha Christie com elenco: Jamie Lee Curtis e Ana de Armas, que estiveram no palco, além do 007 Daniel Craig e do Capitão América Chris Evans. Passado num dia de Ação de Graças, mostra as brigas de uma família, que pioram quando um dos membros acaba morto. No Brasil, o filme é da Paris.

A distribuidora também tem *Casal improvável*, uma comédia romântica com Charlize Theron e Seth Rogen, em que ela é uma can-

didata à presidência, e ele, seu conhecido dos tempos de escola, vira seu redator de discursos. Os dois estiveram na CinemaCon para exibir o filme completo.

NOVIDADES DA STX

O presidente da STX, Adam Fogelson, destacou que 64% dos filmes da companhia são protagonizados por mulheres. É o caso de *Poms*, uma comédia com Diane Keaton passada numa residência para idosos, e *The best of enemies*, sobre uma ativista contra o racismo que fica amiga de um membro da Ku Klux Klan.

Mas a STX também tem produções cheias de testosterona, como *21 bridges*, com Chadwick Boseman (o Pantera Negra), e *The gentlemen*, novo filme de Guy Ritchie (*Aladdin*, *Sherlock Holmes*) estrelado por Matthew McConaughey, Charlie Hunnam, Colin Farrell e Hugh Grant.

A empresa também investiu em animação: *UglyDolls*, lançamento da Diamond no Brasil, mostra um grupo de bonequinhos imperfeitos que decide explorar o mundo e acaba indo parar num lugar só de brinquedos lindos e perfeitos. O desenho é colorido, alegre, meio na linha de *Trolls*. (Mariane Morisawa)



Chadwick: ação da STX



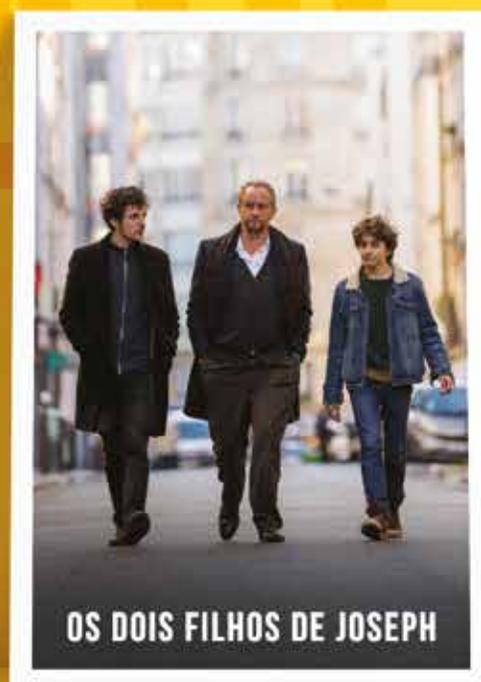
CAIXA DE PANDORA

O MELHOR DO CINEMA INDEPENDENTE
EM 25 SALAS CINÉPOLIS DE TODO O PAÍS

 PANDORA
FILMES

 Cinépolis

PRÓXIMOS LANÇAMENTOS DA PANDORA FILMES:



WWW.PANDORAFILMES.COM.BR

 /PANDORAFILMES

 @PANDORAFILMES

DE VOLTA AO LAR

THAYZ GUIMARÃES

Reinstalado no escritório da Sony Pictures em São Paulo, André Sala assume comando geral da distribuidora no país com o desafio de enfrentar um mercado em transformação

Cerca de quinze minutos é o tempo que ele leva entre a garagem do prédio onde mora e o escritório da Sony Pictures Brasil, localizada no décimo segundo andar de um dos muitos arranha-céus espelhados da Avenida das Nações Unidas. O feito é coisa rara em São Paulo, capital famosa por seu trânsito intragável, e só é possível porque André Sala, ao 47 anos de idade - vinte dos quais dedicou à empresa - vai de lambreta para o trabalho. Mas não um modelo qualquer: trata-se de uma clássica Vespa GTV 250, que ganhou notoriedade em produções hollywoodianas como *A princesa e o plebeu* (1953) e *A doce vida* (1960).

Para compor o visual, Sala ainda aposta num tênis Converse All-Star, combinado a camisa de botão e calça jeans. É dessa forma, atrelando frescor e jovialidade a uma vasta experiência no setor de distribuição, que o novo diretor geral da Sony no Brasil assume o cargo que por tantos anos coube a Rodrigo Saturnino, uma lenda viva do mercado de cinema brasileiro. Ele não esconde o misto de orgulho e nervosismo diante da sucessão: “O primeiro dia foi um pouco chocan-

te para mim, do tipo ‘o que eu tô fazendo aqui?’”, ri. Além da direção geral no país, o executivo acumula a função de vice-presidente para a América Latina, cadeira pela qual responde desde 2015, quando foi transferido para Los Angeles.

Depois de uma temporada de mais de três anos fora, André Sala comenta sobre as mudanças pelas quais o mercado vem passando, fala dos desafios dentro e fora do país, concorrência, uso de algoritmos, expansão do *streaming*, apostas para 2019 e as tendências na distribuição/exibição. Confira na entrevista abaixo:

O que muda na Sony Pictures Brasil com a sua chegada, depois de tantos anos sob o comando de Rodrigo Saturnino?

Ocupar a sala que era do Rodrigo foi um pouco chocante nos primeiros dias. Hoje, eu não sou o mesmo profissional que ele ajudou a formar, mas, por outro lado, também não estaria aqui se não fosse esse profissional formado por ele. A vivência lá fora me trouxe uma experiência e uma maneira diferente de enxergar algumas coisas. Isso em um momento em que o mundo está mudando com o *streaming*, com a

forma de consumir audiovisual, com os tipos de salas que a gente tem, formatos etc. Então, acho que esta segmentação de público também nos obriga a mudar enquanto profissionais. Da mesma maneira que fui para Los Angeles buscando um desafio, estou voltando para cá com uma missão: aprender o trabalho que foi realizado com maestria pelo Rodrigo durante tantos anos e com o cuidado que ele tinha com as pessoas. O que muda eu acho que é isso: você tinha aqui um profissional de experiência inquestionável e que ensinou toda uma geração de pessoas, e hoje esse escritório tem uma pessoa que, assim como todos aqui dentro, está aprendendo a lidar com a construção de um novo cenário para o nosso mercado.

Foram mais de três anos em Los Angeles, à frente do escritório que controla a distribuição de filmes da Sony em toda a América Latina. Qual foi a lição mais importante que você tirou dessa experiência?

Quando surgiu a chance de ir lá para fora, eu achei que era uma coisa de ano novo, desafio. Mal sabia eu o tamanho desse desafio (risos). Cheguei lá pensando “eu entendo de distribuição, o quão diferente



Sala: além da direção geral no Brasil, executivo atua como vice-presidente da América Latina

pode ser México do Brasil?”. E aí eu descobri que é um abismo. Porque, por exemplo, no Brasil, para você chegar a 80% do mercado para programar um filme, são 20, 25 exibidores com quem você tem que falar. Lá são dois para 96% do mercado, uma relação completamente diferente. Então tive que me desacostumar dos vícios que tinha no Brasil, deixar tudo de lado, zerar e começar a entender [as especificidades de cada mercado]. Isso foi uma escola incrível.

Como o Brasil é visto pela Sony no mercado internacional?

O mercado brasileiro é ótimo, está

sempre entre os top 10 de bilheteria da Sony. O que acontece hoje, em qualquer país da América Latina, é que a região é muito afetada pelo câmbio. Se a moeda fosse de um para um, o Brasil estava quase brigando com a China em alguns filmes. Mas o câmbio dificulta nossa vida, porque o estúdio olha para os resultados em dólar.

No mercado brasileiro, a Sony está sempre muito bem posicionada. Ano passado, por exemplo, ficou em terceiro no ranking das distribuidoras, duas posições acima da alcançada em 2017. Qual é a

avaliação da major?

Foi um ano excepcionalmente bom pra gente. Teve *Jumanji*, *Hotel Transilvânia*, *Venom*... Foi o maior ano de faturamento da Sony na América Latina (em dólar) e o maior ano da Sony no Brasil desde 2000. Mérito de toda a equipe. É claro que é legal estar em primeiro, mas a gente ficou muito feliz [com o terceiro lugar]. Nosso sucesso é medido pelo fato de a gente conseguir atingir ou até ultrapassar as metas que são estabelecidas para aquele período ou para aquele filme. O maior ano da história da Sony é algo a se celebrar sempre.

Depois de um 2018 tão positivo nas bilheteria, quais são as apostas para 2019?

Nossa primeira grande aposta é *Kardec*, em maio. Tem um potencial incrível de bilheteria e os exibidores estão abraçando o trabalho [de divulgação] que a gente quer fazer junto a grupos espíritas. Depois tem *MIB: Homens de Preto - Internacional*, *spin-off* com novos agentes (Chris Hemsworth e Tessa Thompson); *Homem-Aranha: Longe de casa*; a sequência de *Angry Birds*; o novo filme do Tarantino [*Era uma vez em Hollywood*], que tem Brad Pitt e Leonardo DiCaprio pela primeira vez juntos no cinema; e uma nova versão de *As panteras*, que é uma aposta do estúdio em reiniciar uma franquia que já foi lucrativa.

Há muitos filmes de ação nessa lista. É uma tendência que o estúdio deve seguir?

Uma coisa extremamente interessante da Sony é justamente o fato de que a gente tem todo o tipo de filme. Mas o velho filme de ação eu acho que existe cada vez menos, porque as pessoas esperam hoje um pouco mais de humor, um pouco mais de descontração, tudo misturado. O novo *Homem-Aranha* tem ação, humor, aventura, romance...

Existem receitas infalíveis nesse mercado?

Acho que algumas fórmulas hoje em dia atraem mais público, como sempre aconteceu. É um pouco cíclico: a gente acha algo que funciona e esgota até a alma dessa fórmula. [Mas] isso não impede, em hipótese nenhuma, de buscarmos outras coisas. Um exemplo disso é *Era uma vez em Hollywood*, do Tarantino. Não dá para dizer que é um filme com ação e comédia, é um filme do Tarantino, vai ser o que ele quiser ser (risos).

“

O que acontece hoje, na América Latina, é que a região é muito afetada pelo câmbio. Se a moeda fosse de um para um, o Brasil estava quase brigando com a China em alguns filmes.

”

Empresas de VoD, como a Netflix e a Amazon, estão cada vez mais investindo em produção de conteúdo, inclusive, visando a exibição em cinema. Como essa concorrência impacta os grandes estúdios?

Em termos de produção, a gente continua buscando franquias, filmes interessantes como o do Tarantino e um equilíbrio de filmes de horror, que são extremamente interessantes e lucrativos hoje em dia. Mas mudou a maneira de fazer marketing porque mudou a maneira de [o público] consumir. Você precisa entender que há uma juventude ali que, se bobear, não sabe nem o que é televisão aberta. O *streaming* é responsável por essa mudança de hábito.

Um dos grandes trunfos do *streaming* é justamente a facilidade de “conhecer seu público”, graças aos algoritmos. Como a Sony vê essa tecnologia?

A gente não tem a mesma qualidade de informação do *streaming*, mas busca olhar [os dados] tomando certo cuidado, porque nem tudo são números para o mercado de cinema. Por exemplo: lançamos agora em alguns países da América Latina *A caminho de casa*. Em um primeiro momento, era um posicionamento família, mas a Colômbia falou: “eu gostaria de me distanciar um pouco desse posicio-

namento porque tenho um grupo de mulheres com mais de 20 anos de idade que amam cachorro e que não deveriam ser deixadas de lado”. Acatamos a sugestão e o lançamento foi extremamente bem sucedido. É uma coisa que a gente está buscando aqui também, tentar entender para que público podemos ser a primeira opção no momento em que colocamos o filme no mercado. A segmentação do digital nos ajuda muito, mas o exibidor é quem, no fim das contas, conhece o público. O gerente do cinema é a pessoa que está lá no dia a dia sabendo quem está entrando para assistir a qual filme. Se eu compro meu ingresso na bilheteria não vai aparecer “André, homem, 47 anos”.

O mercado de cinema nos EUA funcionou muito bem em 2018, e uma das razões apontadas foi que eles conseguiram espalhar melhor a programação durante o ano. No Brasil, grandes lançamentos tendem a ser mais concentrados, principalmente no período das férias. Por que é tão difícil fugir dessas datas?

Acho que o mercado americano está começando a descobrir - e, de certa forma, o mundo inteiro também está percebendo -, que acabou essa coisa de “essa data é ruim”. Não tem data ruim. Tem que trabalhar, tem que saber qual é o seu público. *Pantera Negra* quebrou todos os paradigmas em termos

disso; *Venom* foi lá e explodiu em outubro; muito tempo atrás Harry Potter e James Bond foram sucesso em novembro. É natural que o verão americano acomode mais, os EUA têm muitos complexos de cinema e salas que você pode programar e ter continuidade. Nosso maior complexo no Brasil continua sendo um de 18 salas. Só um. Aí depois já cai para 14, 15 salas. Ou seja, é pouco para dar continuidade, você acaba sendo espremido. Agora, *Homem-Aranha* dá para não lançar em julho? A gente pode empurrar para agosto, é melhor, mas é um lançamento mundial, o consumidor nem vai aceitar isso. Hoje o mundo é “desse tamanho”, alguns filmes você precisa lançar junto.

Na sua opinião, é mais urgente derrotar a carência de salas e cinemas ou o histórico preço alto do ingresso?

Essa é uma boa pergunta. Toda vez que a gente fala sobre preço do ingresso tem essa coisa de “o preço é alto”. Tenho certeza de que é um mito, porque quantas pessoas efetivamente pagam inteira neste país, com todos os mecanismos e promoções? Nunca vai ser o mesmo valor de uma assinatura de *streaming*, que pode ser utilizada em mais de uma tela simultaneamente, mas existem faixas de matinê e exibidores com políticas diferentes.

O preço do ingresso, então, não seria exatamente um problema?

O preço é uma variável, com certeza, mas não é a única. Para mim, a questão é qualidade de produto e serviço. É ligado também a preço? É, na nossa realidade não dá para dizer que às vezes o preço não afasta. Mas, de novo, da mesma maneira que a gente busca conhecer o nosso público, o exibidor está buscando conhecer o público

dele, senão não teria tanta sala VIP começando a trabalhar por aí. O mercado exibidor achou um nicho de consumidor de sala VIP que está indo consumir 3D, 4D...

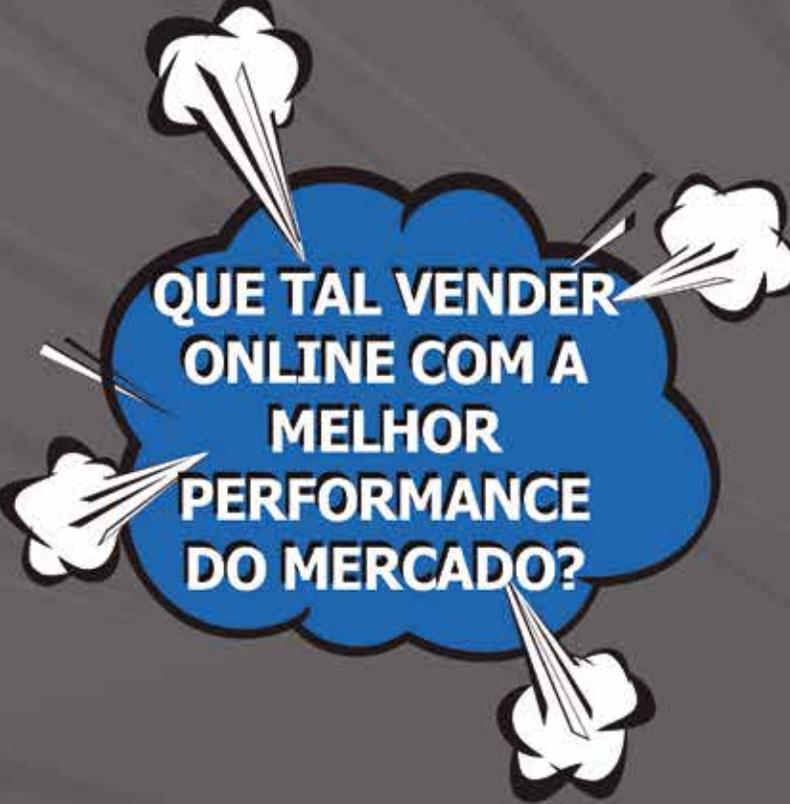
Faltam mais salas nos complexos que já existem ou instalar mais cinemas em diferentes lugares?

Acho que as duas coisas. Há cidades que poderiam ter mais cinemas e há cinemas que deveriam ter mais salas. Há uma necessidade de mais

salas porque a gente tem muito produto. Quando você pensa em julho deste ano, o nosso alto inverno vai explodir de lançamentos, mas aí você olha para cinemas que só têm cinco ou seis salas, como é que aquele empreendimento sobrevive? Claro que não é o tempo todo que precisa de mais salas, o mercado sofre alguns momentos de baixa, mas vai do distribuidor ter sua inteligência e perceber onde é que o filme deve ser exibido para atingir seu público.



Sucessão: Sala assumiu lugar de Rodrigo Saturnino, seu mentor

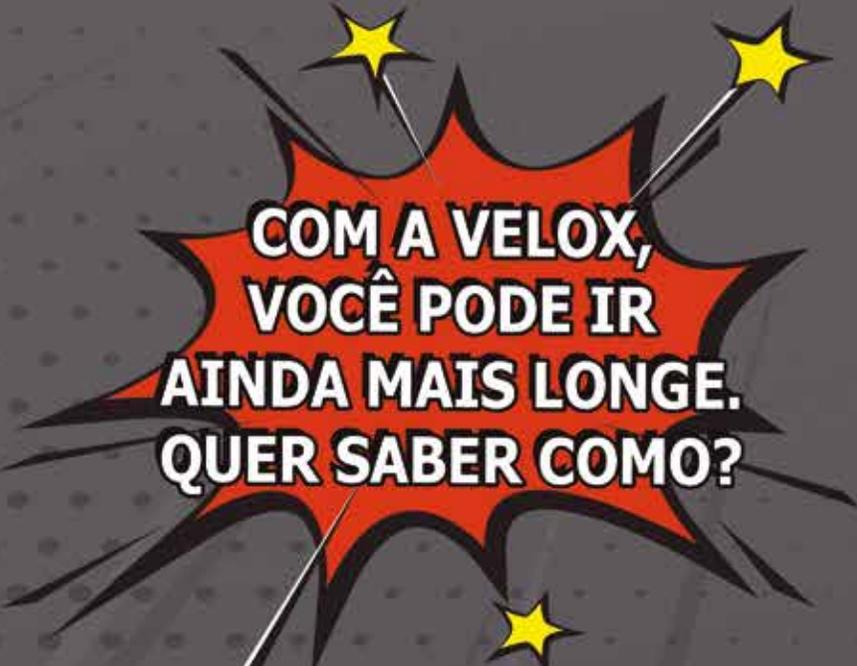


**QUE TAL VENDER
ONLINE COM A
MELHOR
PERFORMANCE
DO MERCADO?**

Seus ingressos online na Velox podem trazer:

- Redução de custos;
- Compra por impulso;
- Conhecimento do seu cliente;
- Muitas vantagens e facilidades.

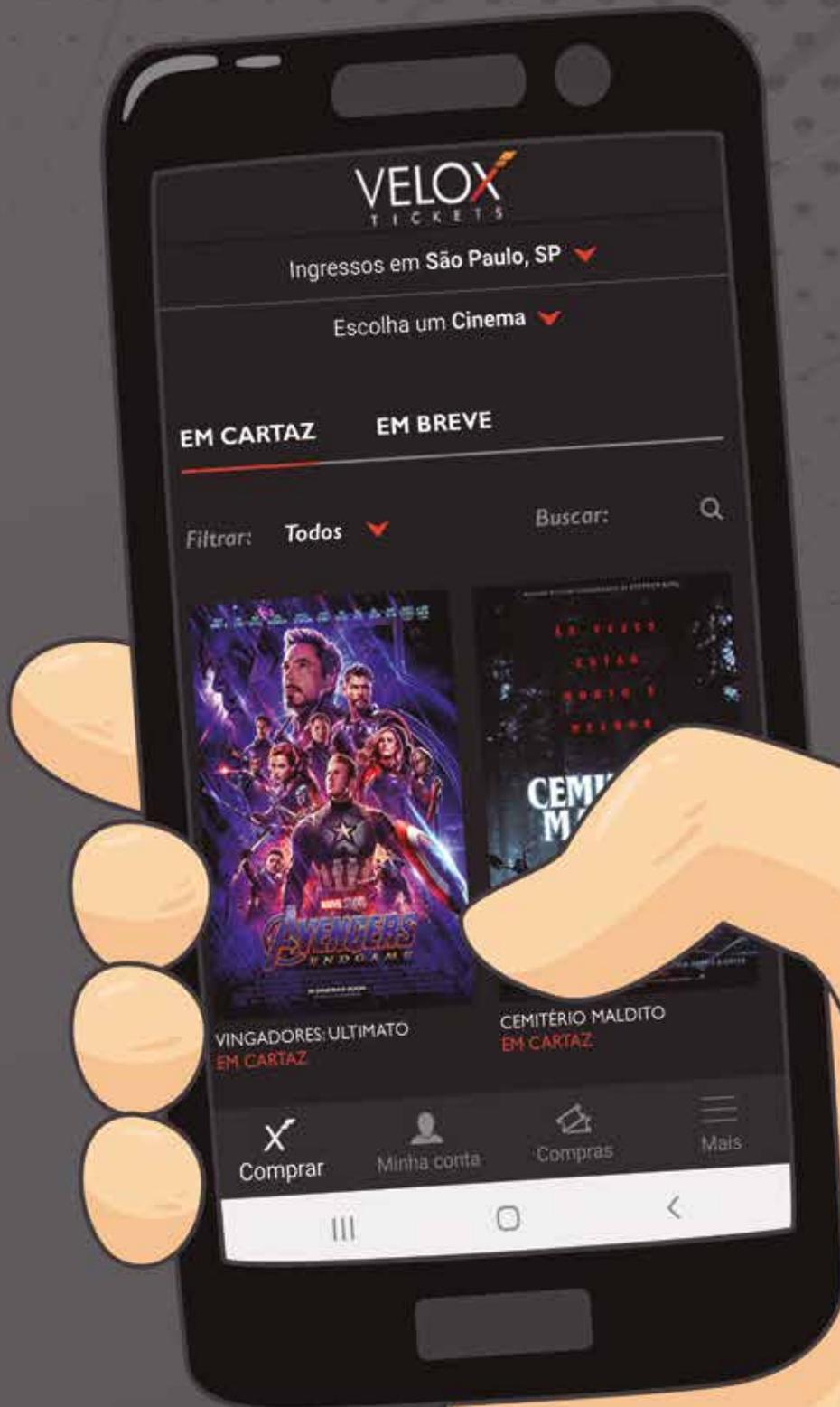
Além de ter a melhor e mais intuitiva experiência.



**COM A VELOX,
VOCÊ PODE IR
AINDA MAIS LONGE.
QUER SABER COMO?**

VELOX TICKETS

INGRESSO DE CINEMA É AQUI



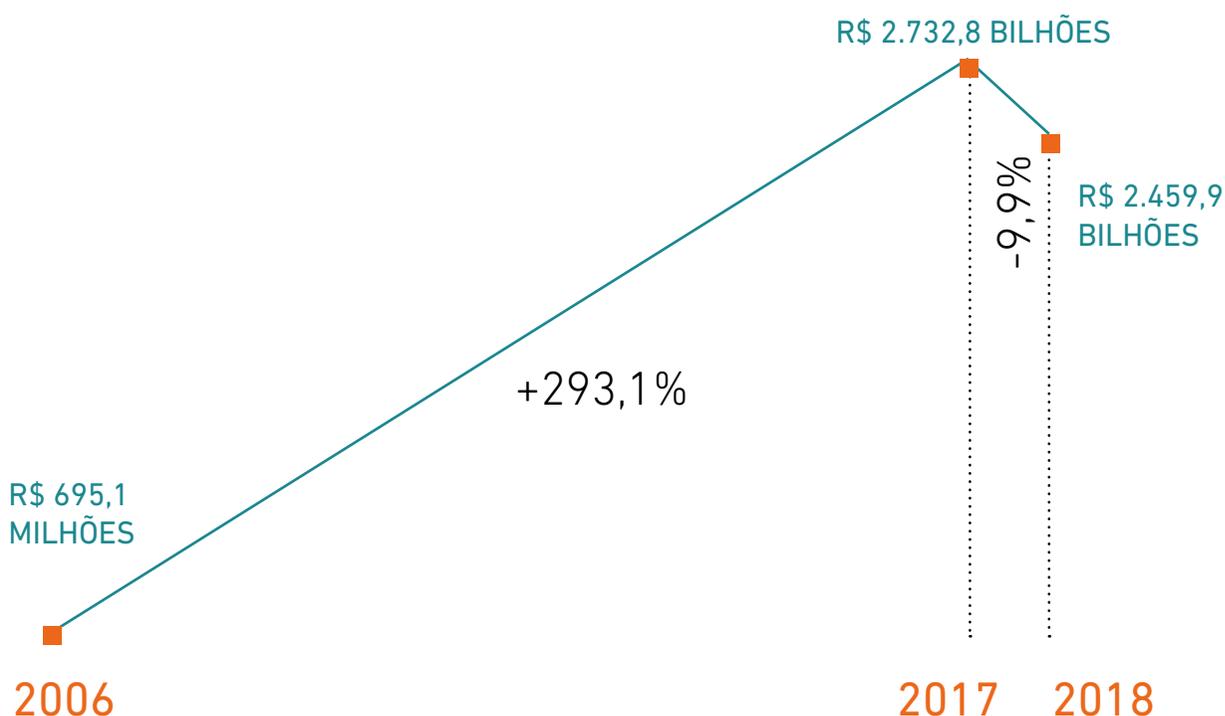
SAIBA MAIS EM:
VELOXTICKETS.COM
CONTATO@VELOXTICKETS.COM

ALTA, INTERROMPIDA

Por mais de uma década, investimentos públicos e privados incrementaram a produção, a distribuição e a exibição no Brasil. Porém, em 2018 vieram as quedas de público e de renda. Entender esse desvio de rota pode ser vital para planejar os próximos passos do mercado. Por isso, apresentamos nestas páginas uma análise do período com base nos dados do Database Brasil, da Filme B.

Depois de 12 anos de crescimento, mercado brasileiro de cinema teve seu primeiro baque em 2018. Confira o raio-X dessa crise em números

EVOLUÇÃO DA RENDA DOS CINEMAS NO BRASIL



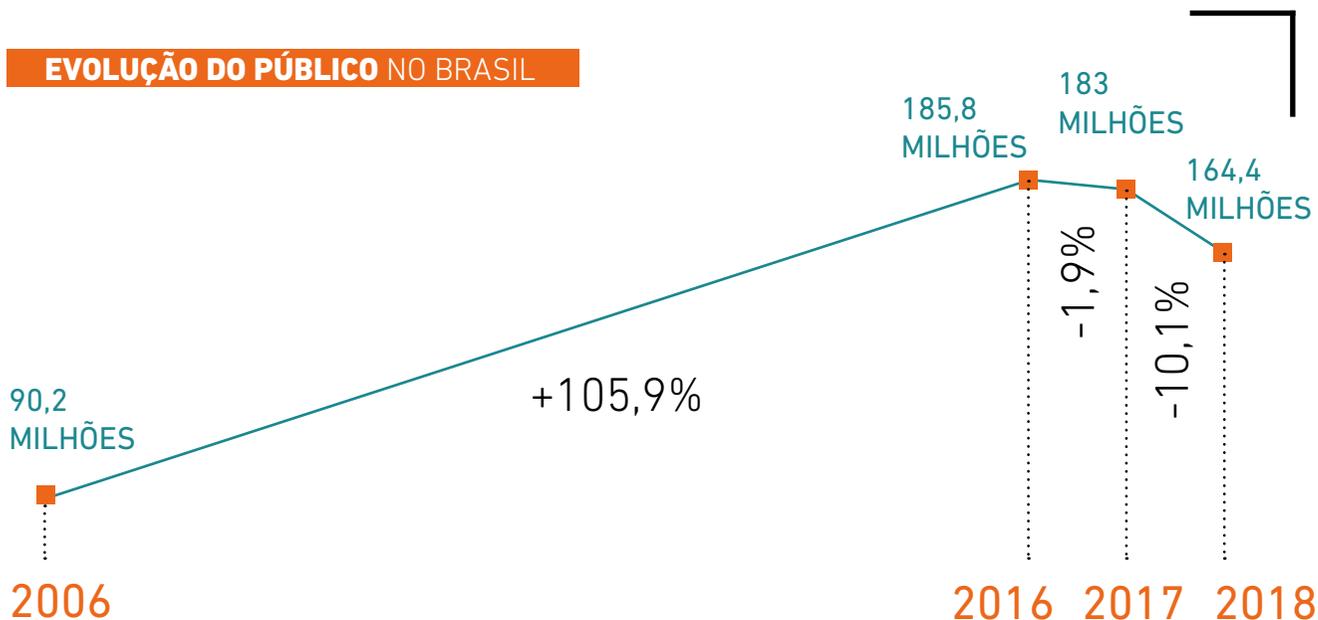
RENDA

- **2006** = R\$ 695,1 milhões
- **2017** = R\$ 2.732,8 bilhões (+293,1%)
- **2018** = R\$ 2.459,9 bilhões (-9,9%)

O crescimento no período foi extraordinário. Esse percentual de aumento (293,1%) não é comum em nenhum mercado do mundo. Isso aconteceu no Brasil por diversos fatores conjugados: aumento da oferta e da qualidade das salas, evolução significativa do consumo,

principalmente nas classes que não frequentavam cinema até então, e o surgimento de um ciclo de comédias nacionais, que viraram verdadeiros blockbusters. A crise econômica que se instaurou no país a partir de 2014 só atingiu com força as bilheterias em 2018.

EVOLUÇÃO DO PÚBLICO NO BRASIL



MERCADO

PÚBLICO

- 2006 = 90,2 milhões
- 2016 = 185,8 milhões (+105,9%)
- 2017 = 183 milhões (-1,9%)
- 2018 = 164,4 milhões (-10,1%)

Nestes 12 anos, o público de cinema dobrou. Depois de chegar aos 185,8 milhões de ingressos em 2016, o número manteve-se nesse patamar até cair 10% em 2018. O crescimento mostra que o produto filme/cinema esteve potente, com preços competitivos e ofertas agregadas, como o 3D.

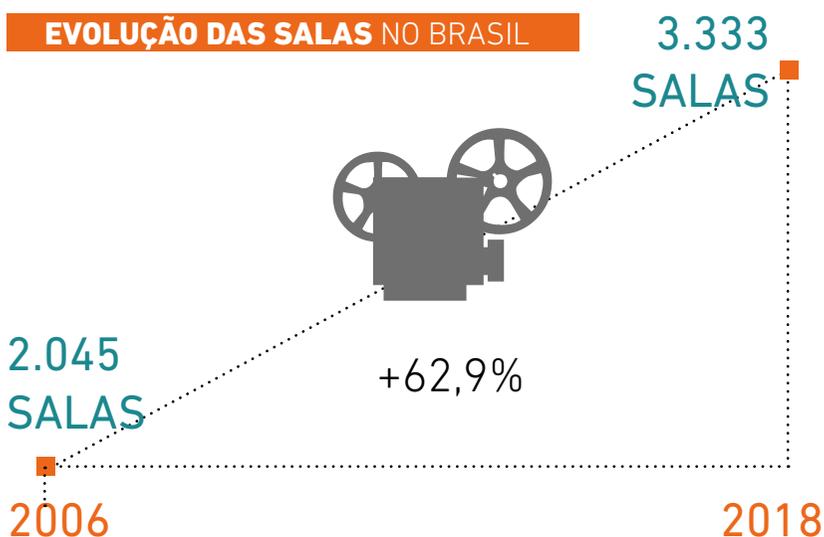
SALAS

- 2006 = 2.045 salas
- 2018 = 3.333 salas (+62,9%)

Só seria possível uma evolução tão grande caso o crescimento fosse acompanhado de um expressivo aumento no chamado ponto de venda, neste caso as salas. E assim aconteceu, tanto nas grandes cidades como nas regiões metropolitanas e no interior do país. Hoje todos os estados brasileiros possuem cinemas, bem como os municípios com população que justifique o alto investimento.

Nestes 12 anos, os exibidores mostraram preferir complexos com quatro a seis telas, alcançando um total de 1.416 salas em 2018. Esse perfil de cinema quase sempre não consegue comportar todos os títulos. Por outro lado, também existe um parque exibidor com complexos de sete ou mais salas, que somam 1.234 salas, às vezes carentes de filmes para completarem sua programação. Nesse cenário, o mercado de distribuição, principalmente a partir de 2014, passou à prática dos megalançamentos, em mais de mil salas. A renda dos blockbusters cresceu, mas eles tinham menor vida útil nas salas e os filmes independentes lutaram para enfrentar esse poderio. O fenômeno continua presente, com tendência até de se intensificar.

EVOLUÇÃO DAS SALAS NO BRASIL



REVISTA FILME B

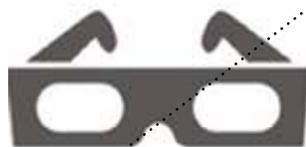
MAIO 2019

49

EVOLUÇÃO SALAS 3D

1 SALA

2006

2018
1.518
SALAS

SALAS 3D

- 2006 = 1 sala
- 2018 = 1.518 salas

Obs. Não incluídas as salas
VIPs e IMAX

O gráfico acima ajuda a explicar os percentuais de crescimento de público e de renda. Se aumentou o número total de salas, cresceu também, de forma acentuada, o número de salas VIPs, 4D, IMAX, e, principalmente, as 3D, que tiveram uma aceitação excelente no Brasil. Graças aos valores premium de ingressos, a rentabilidade dos cinemas evoluiu muito. As novas tecnologias de imagem e de som imersivo consolidaram uma nova experiência cinematográfica.

PREÇO MÉDIO DO INGRESSO

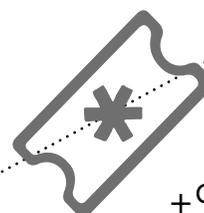
R\$ 14,96

R\$ 7,70

2006

2018

+94,2%

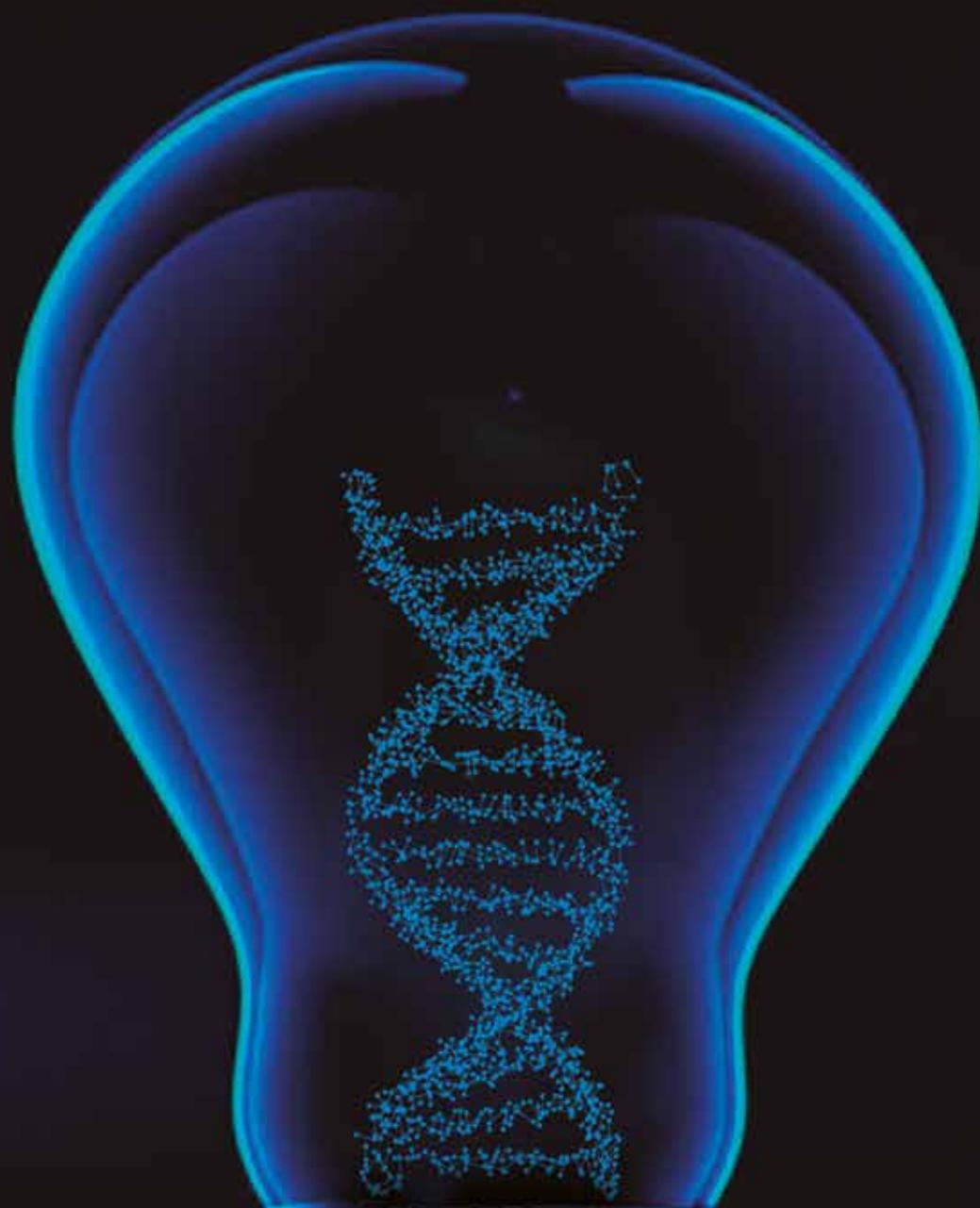


PREÇO MÉDIO DO INGRESSO

- 2006 = R\$ 7,70
- 2018 = R\$ 14,96 (+94,2%)

Por um lado, o p.m.i. acompanhou a inflação. Porém, por outro, foi acrescido de valores mais altos em função de um espetáculo

novo que começou a ser ofertado a partir da implantação do modelo multiplex e das novas tecnologias surgidas com a digitalização. Mas continua um programa barato. Para efeito de comparação, historicamente o preço do ingresso do cinema sempre foi semelhante ao valor da entrada de uma arquibancada de futebol. Atualmente, o esporte está bem mais caro.



**FAZER A
DIFERENÇA
NA CULTURA E
NO AUDIOVISUAL**

RioFilme

CULTURA+
DIVERSIDADE

RIO
PREFEITURA



@RioFilme



_RioFilme



_RioFilme



www RioFilme.com

TOP TEN RENDA

R\$ 247,8
MILHÕESR\$ 1.093,7
BILHÃO

+341,3%

2006

2018

TOP 10

- **2006** = R\$ 247,8 milhões
- **2018** = R\$ 1.093,7 bilhão (+341,3)

Os dez filmes mais bem posicionados de cada ano são fundamentais para se ter um termômetro do mercado. Em 2018, a renda do top 10 foi recorde: ultrapassou R\$ 1 bilhão, superando o ano anterior. O conjunto também quebrou outro recorde, de market share (44,4%). Esse crescimento envolve diversos fatores. Desde o início de 2000, as franquias de su-

per-heróis ganharam força e viraram fenômenos com as adaptações dos quadrinhos Marvel e a DC Comics. As animações de companhias como Pixar, Illumination e Dreamworks também reforçaram seus elementos atrativos, ajudados pela evolução tecnológica. Filmes de ação ganharam destaque no topo, assim como algumas produções brasileiras.

RANKING FILMES - 2018

TOP 10	TÍTULO	RENDA (EM R\$ MILHÕES)	PÚBLICO	GÊNEROS
1	VINGADORES - GUERRA INFINITA (Disney)	237,7	14,5	super-heróis, franquia
2	OS INCRÍVEIS 2 (Disney)	144,9	9,8	animação, franquia
3	PANTERA NEGRA (Disney)	120,8	7,4	super-herói
4	NADA A PERDER - PARTE 1 (DTF/Paris)	119,1	11,9	biografia religiosa
5	JURASSIC WORLD 2 (Universal)	91,7	5,5	aventura, franquia
6	JUMANJI (Sony)	80,6	5,3	aventura/ação, remake
7	A FREIRA (Warner)	77,4	5,0	terror
8	HOTEL TRANSILVANIA 3 (Sony)	76,0	5,2	animação, franquia
9	VENOM (Sony)	74,8	5,4	super-herói
10	DEADPOOL 2 (Fox)	71,9	4,6	super-herói, franquia

O maior portal sobre o
mercado de cinema no Brasil



- conteúdos exclusivos para assinantes -

**ASSINE
E ACESSE**

filmeb.com.br/assine

21. 2240-8439

RANKING EXIBIDORES (PÚBLICO) - 2018

TOP 10	EXIBIDOR	CINEMAS	SALAS	PÚBLICO	MARKET SHARE PÚBLICO	MÉDIA PÚBLICO POR SALA
1	CINEMARK	86	636	39.283.317	23,9%	61.766
2	CINÉPOLIS	52	393	21.153.892	12,9%	53.827
3	KINOPLEX *	35	202	14.062.164	8,6%	69.615
4	ARAÚJO	30	154	13.202.075	8,0%	85.728
5	UCI *	14	114	7.412.457	4,5%	65.022
6	CINESYSTEM	26	160	7.348.836	4,5%	45.930
7	MOVIECOM	22	107	5.807.859	3,5%	54.279
8	UCI / GSR	8	64	4.974.791	3,0%	77.731
9	CINEART	12	68	3.826.731	2,3%	56.275
10	CINEFLIX	16	83	3.572.206	2,2%	43.039

* não está incluída a joint-venture UCI/GSR.

Fonte: Filme B Box Office

RANKING EXIBIDORES (RENDA) - 2018

TOP 10	EXIBIDOR	CINEMAS	SALAS	RENDA	MARKET SHARE RENDA	MÉDIA RENDA POR SALA
1	CINEMARK	86	636	683.310.551	27,8%	1.074.388
2	CINÉPOLIS	52	393	345.704.025	14,1%	879.654
3	KINOPLEX *	35	202	230.801.483	9,4%	1.142.582
4	ARAÚJO	30	154	157.956.453	6,4%	1.025.691
5	UCI *	14	114	122.162.959	5,0%	1.071.605
6	CINESYSTEM	26	160	109.765.672	4,5%	686.035
7	UCI / GSR	8	64	78.954.229	3,2%	1.233.660
8	MOVIECOM	22	107	70.767.726	2,9%	661.381
9	CINEART	12	68	52.067.617	2,1%	765.700
10	ESPAÇO ITAÚ DE CINEMA	8	57	48.583.898	2,0%	852.349

* não está incluída a joint-venture UCI/GSR.

Fonte: Filme B Box Office

As seis primeiras colocações dos quadros, tanto em público quanto em renda, seguiram semelhantes em 2018 em relação aos últimos anos, com pequenas alterações. O encolhimento nas inaugurações de shoppings fez com que o crescimento de cinemas e salas fosse reduzido e, com isso, o sobe e desce dos circuitos ficou estável. O diferencial foi trabalhar o preço médio do ingresso de cada cinema, em es-

tados e cidades diferentes. Alguns exibidores preferem trabalhar com preços mais altos e ter seu público reduzido, enquanto outros ainda preferem investir num modelo focado em aumentar o público, mesmo com menos renda. Esta diferença pode ser observada na coluna de média de renda por sala, como também na média de público por sala, onde as posições dos exibidores se alternam.

MÉDIA PÚBLICO E RENDA POR SALA

O Brasil, com uma das melhores taxas de ocupação no mundo (17,3%) e uma excelente média de público por sala em 2018 (49.336), teve nos últimos 12 anos uma oscilação muito grande nessa média. O seu melhor resultado foi em 2010, quando apresentou uma média de 60.438 espectadores por sala. Com o crescimento das salas, esses percentuais vêm caindo nos últimos anos e em 2018 observou-se uma redução de 13% em relação a 2017, que já havia recuado 4,5%.

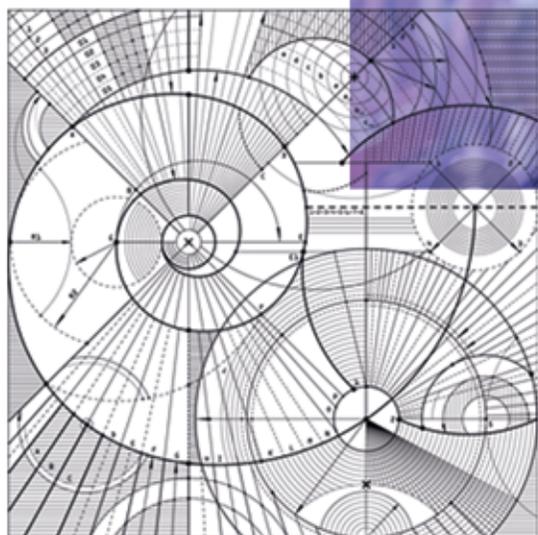
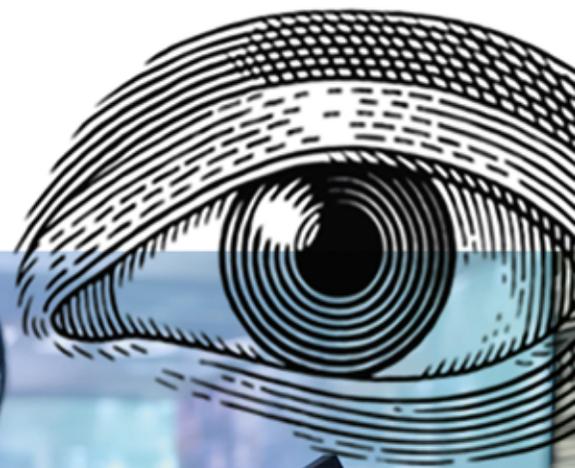
UNS IMAGINAM.

OUTROS REALIZAM.

TODOS EMOCIONAM.



GLOBO FILMES



Nos 20 anos da Globo Filmes, nossa homenagem a cada talento que faz a magia do cinema acontecer.



Carcereiros - O Filme



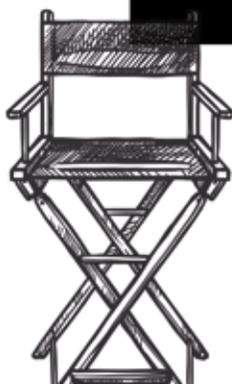
Ela Disse, Ele Disse



Hebe



Eduardo e Mônica



Morto Não Fala



Divino Amor



PRÓXIMOS LANÇAMENTOS

ALEMÃO 2

O PAPAÍ
&
POP



O MANUAL DE
SOBREVIVÊNCIA
DOS TÍMIDOS

Catira
SEGUE O BAILE

**VOVÓ
NINJA**

CAMPEÕES

*Princesa
Adoramecida*



**A MENINA QUE
MATOU OS PAIS**