

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE
PRODUÇÃO

JULIA TAUNAY PEREZ

**Determinantes da demanda nacional de produções cinematográficas locais:
uma abordagem utilizando aprendizado de máquinas**

SÃO PAULO-SP
2022

JULIA TAUNAY PEREZ

**Determinantes da demanda nacional de produções cinematográficas locais:
uma abordagem utilizando aprendizado de máquinas**

Versão corrigida. A versão original encontra-se disponível

Tese apresentada à Escola Politécnica da Universidade de
São Paulo obtenção do título de Doutora em Ciências

Área de Concentração: Engenharia de Produção

Orientador: Professor Livre-Docente Davi Noboru Nakano

SÃO PAULO-SP

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Este exemplar foi revisado e corrigido em relação à versão original, sob responsabilidade única do autor e com a anuência de seu orientador.

São Paulo, 18 de Dezembro de 2022

Assinatura do autor: Julia Taunay Perez

Assinatura do orientador: [Assinatura]

Catálogo-na-publicação

Perez, Julia Taunay

Determinantes da demanda nacional de produções cinematográficas locais: uma abordagem utilizando aprendizado de máquinas / J. T. Perez -- versão corr. -- São Paulo, 2022.

147 p.

Tese (Doutorado) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Departamento de Engenharia de Produção.

1. Indústria cinematográfica 2. Economia da cultura 3. Economia criativa 4. Aprendizado de máquinas I. Universidade de São Paulo. Escola Politécnica. Departamento de Engenharia de Produção II.t.

JULIA TAUNAY PEREZ

**Determinantes da demanda nacional de produções cinematográficas locais:
uma abordagem utilizando aprendizado de máquinas**

Tese apresentada à Escola Politécnica da Universidade de
São Paulo obtenção do título de Doutora em Ciências

Área de Concentração: Engenharia de Produção

Orientador: Professor Livre-Docente Davi Noboru Nakano

SÃO PAULO-SP

2022

Para o meu filho, José

AGRADECIMENTOS

Esse trabalho se estendeu por longos e importantes anos para mim. Durante essa trajetória eu tive a honra de trabalhar em projetos incríveis e cruzar muitas pessoas especiais as quais gostaria de agradecer.

À CAPES pelo apoio financeiro para o desenvolvimento desta pesquisa.

Ao Itaú Cultural pelo prêmio de pesquisa em andamento.

À Poli pela oportunidade com as monitorias.

À Lídia Silva pelo suporte em todos os momentos que precisei.

Ao professor Davi Nakano pela orientação, pelo exemplo, pela confiança e pela preocupação. Sem o seu suporte e confiança, não estaria onde estou hoje.

Ao Everton, Marcio e Clarisse, que tanto me auxiliaram na construção dessa pesquisa.

À Karina Poli pelas longas conversas, discussões e parcerias. Sem a presença “Ecana”, os dias na Poli certamente seriam mais frios.

Aos queridos da EPEF, Vitória Mutran e Lucas Lyrio pelas risadas e desabafos.

Ao casal-maravilha Mary e Will, que ganharam meu respeito com as apresentações impecáveis em metodologia e tornaram-se queridos amigos.

Aos amigos do PPGEP, Renato, Tieppo e Baraças pelas trocas e cervejas.

À Milene que me fez acreditar que terminar o doutorado era possível e preciso.

Às grandes amigas da vida por tornarem meus dias melhores: Dendê, Bibi, Ritinha, Thatá, Ana e Bioca.

A todos da grande família TAUNAY-PEREZ-DURÃO-BASSO-SPOGIS-GURGEL-MELO. Muito obrigada mesmo.

Ao meu pai, que sempre incentivou e apoiou a loucura de querer ser pesquisadora no Brasil.

À Mamy e Eliana por todo suporte com o José. Não sei se conseguiria sem vocês.

Ao meu filho querido, José, que nasceu no meio do doutorado e virou do avesso minhas prioridades. Minha grande inspiração da vida.

E, especialmente, ao meu marido, Luiz. Parceiro de jornada, esteve sempre ao meu lado me apoiando de todas as formas. Te amo.

RESUMO

PEREZ, Julia Taunay. **Determinantes da demanda nacional de produções cinematográficas locais**: uma abordagem utilizando aprendizado de máquinas. Tese (Doutorado). 2022 – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Engenharia e Produção. São Paulo, 2022.

A compreensão dos determinantes da demanda de um bem ou serviço específico é parte essencial do ato de prever seu comportamento. A demanda no cinema é incerta, o que torna o exercício de projeção uma tarefa árdua na medida em que os modelos lineares de predição, como os que utilizam o método dos mínimos quadrados, mostram-se pouco aderentes às suas características. Se, por um lado, os formuladores de políticas públicas e tomadores de decisão ancoraram suas ações em frágeis alicerces, a disseminação de métodos mais robustos de análise, com aprendizagem computacional, mostra-se um fértil campo. Grande parte da literatura de modelos empíricos que buscam aplicar aprendizado de máquinas para predição de bilheteria foram desenvolvidos em nações em que a produção estrangeira não representa uma ameaça à indústria nacional. Particularidades do contexto brasileiro trazem desafios relevantes para adaptação das variáveis. Nesse sentido, a presente tese visa colaborar com a literatura apresentando um modelo de determinantes da demanda aplicável a indústrias cinematográficas que não são autossustentáveis e que sofram forte influência de mídias de maior popularidade, como a televisão. Após análise das políticas públicas voltadas para o cinema e uma breve cinematografia das produções de maior sucesso de bilheteria no período de análise, constatou-se que o foco dos recursos públicos na etapa de produção, a profissionalização enfrentada por esse elo, o fluxo de profissionais entre os campos do cinema e da televisão e a consolidação da televisão como mídia hegemônica trouxeram a necessidade de adaptação de duas variáveis relevantes do modelo: o poder da produtora e poder do ator famoso. Por meio de novas métricas adaptadas ao contexto brasileiro e com poder explicativo, o modelo dos determinantes da demanda se mostrou robusto.

Palavras-chave: Indústria Cinematográfica Brasileira, Demanda, Aprendizado de Máquinas, Modelos de Previsão

ABSTRACT

PEREZ, Julia Taunay. **Determinantes da demanda nacional de produções cinematográficas locais**: uma abordagem utilizando aprendizado de máquinas. Tese (Doutorado). 2022 – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Engenharia e Produção. São Paulo, 2022.

Understanding the determinants of demand for a specific good or service is essential to predicting its behavior. The demand for cinema is uncertain, which makes the demand projection exercise an arduous task. Linear prediction models, such as those using the least squares method, show little adherence to their characteristics. If public policymakers and decision-makers anchored their actions on fragile foundations, disseminating more robust analysis methods with computational learning proves to be prosperous. Much of the literature on empirical models that apply machine learning to box office prediction was developed in nations where foreign production does not threaten the domestic industry. Particularities of the Brazilian context bring relevant challenges to the adaptation of variables. In this sense, the present thesis aims to collaborate with the literature by presenting a model of determinants of demand applicable to film industries that are not self-sustainable and are strongly influenced by more popular media, such as television. After analyzing the public policies aimed at the cinema and describing a short cinematography of the most successful productions at the box office in the period of analysis, it was discovered that the focus of public resources in the production stage, the professionalization faced by this link, the influx of professionals between the fields of cinema and television and the consolidation of television as a hegemonic media brought the need to adapt two relevant variables of the model: the power of the producer and the power of the famous actor. The demand determinants model proved robust through a new metric adapted to the Brazilian context and explanatory power.

Keywords: Brazilian Film Industry, Demand, Prediction Model, Machine Learning

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Evolução dos Filmes Brasileiros Lançados Comercialmente nos Governos FHC – 1995 a 2002	36
Figura 2: Participação dos distintos mecanismos de Fomento Indireto	37
Figura 3: Destinação dos recursos do FSA – 2008 a 2018.....	44
Figura 4: Lançamentos nacionais <i>versus</i> Participação das produções nacionais	45
Figura 5 Modelo dos determinantes da demanda cinematográfica nacional das produções locais	87
Figura 6: Validação cruzada “k-fold”	90
Figura 7: Tempo de projeção por classe de desempenho.....	92
Figura 8: Porcentual de filmes por gênero e classe	93
Figura 9: Porcentual de filmes por classe e por classificação etária	94
Figura 10: Participação de sequências por classe.....	95
Figura 11: Comparativo dos métodos de classificação da produtora.....	96
Figura 12: Relação entre tempo de produção e desempenho de bilheteria	98
Figura 13: Porcentual de filmes lançados nas férias ou em feriados por classe.....	99
Figura 14: Número de salas no lançamento por classe de desempenho.....	100
Figura 15: Grau de fama do elenco por classe de desempenho.....	101
Figura 16: Matriz de correlação dos classificadores	105
Figura 17: Matriz de correlação dos classificadores após otimização dos hiperparâmetros.....	107
Figura 18: Matriz de confusão do ensemble final	108
Figura 19: Importância das variáveis na Floresta Aleatória.....	109
Figura 20: Importância das variáveis no LightGBM.....	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Principais medidas de incentivo ao cinema no primeiro mandato do governo FHC	35
Quadro 2: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 1990 a 1994.....	52
Quadro 3: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 1995 a 2002.....	54
Quadro 4: Variáveis de Boca a boca (BAB), críticas e premiações.....	66
Quadro 5: Variáveis de condições econômicas.....	67
Quadro 6: Variáveis do Mercado Cinematográfico	68
Quadro 7: Variáveis das Características do Filme	71
Quadro 8: Variáveis de reputação e rede da equipe técnica e elenco.....	76
Quadro 9: Variáveis de investimento e perfil de despesas.....	78
Quadro 10: Exemplo aplicado de matriz de confusão.....	82
Quadro 11: Quadro resumo das variáveis da base nacional.....	88

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Evolução das Inversões Públicas na Produção Audiovisual – 1995 a 1998	36
Tabela 2: Lançamentos nacionais com público superior a 1 milhão e valores captados por Mecanismos de Incentivo – 1995 a 1998	37
Tabela 3: Recursos dos concursos públicos do audiovisual (1999 a 2002)	40
Tabela 4: Evolução das Inversões Públicas na Produção Audiovisual – 1999 a 2002	41
Tabela 5: Evolução dos lançamentos no circuito comercial – 1995 a 2002.....	42
Tabela 7: Evolução da fatia de produção e da fatia de mercado da Globo Filmes em relação à produção nacional - 1998 a 2016.....	51
Tabela 8: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 2003 a 2008.....	56
Tabela 9: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 2009 a 2016.....	58
Tabela 10: Resultados preditivos dos algoritmos de Regressão Logística em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica	79
Tabela 11: Resultados preditivos dos algoritmos de Floresta Aleatória em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica	80
Tabela 12: Resultados preditivos dos algoritmos do Classificador de Vetor de Suporte em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica.....	81
Tabela 13: Resultados preditivos dos algoritmos do <i>Perceptron</i> de Múltiplas Camadas (MLP) em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica.....	81
Tabela 14: Metodologia aplicada em cada objetivo específico.....	85
Tabela 15: Proporções das classes das bases de treinamento e teste da produção cinematográfica nacional	89
Tabela 16: Classes de desempenho da bilheteria total de um filme.....	91
Tabela 17: Classificação de Gênero	93
Tabela 18: Distribuição da indicação da classificação etária na amostra.....	94
Tabela 19: Resultados dos modelos sem otimização dos hiperparâmetros.....	103
Tabela 21: Resultados dos classificadores com hiperparâmetros otimizados.....	105
Tabela 20: Valor final dos hiperparâmetros por classificador	106
Tabela 22: Métricas de desempenho por classe do ensemble final.....	108

Tabela 23: Comparação resultados com a literatura..... 116

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANCINE - Agência Nacional do Cinema

AM - Aprendizado de Máquinas

APHR - *Average Present Hit Rate*

BAB - Boca a Boca (BAB)

COCIND - Coordenação de Classificação Indicativa

DPJUS - Departamento de Promoção de Políticas de Justiça

FA - Floresta Aleatória

FSA – Fundo Setorial Audiovisual

MJ - Ministério da Justiça

MLP - Perceptron de Múltiplas Camadas

RL - Regressão Logística

SNJ - Secretaria Nacional de Justiça

SVC - Classificador de Vetor de Suporte

Sumário

1	Introdução	29
1.1	Contextualização do problema	29
1.2	Objetivos	31
1.3	Estrutura da tese	32
2	A Indústria Cinematográfica Brasileira.....	33
2.1	Estado e Cinema.....	33
3	Influência transmídia nas produções nacionais	47
3.1	Relação entre cinema e televisão.....	47
3.2	Cinema pré-retomada	52
3.3	Cinema da Retomada.....	53
3.4	Cinema Pós-Retomada	55
3.4.1	De 2003 a 2008.....	55
3.4.2	De 2009 a 2016.....	58
4	Determinantes da Demanda.....	63
4.1	Previsores de demanda	64
4.1.1	Boca-a-boca, crítica e premiações	64
4.1.2	Condições econômicas	67
4.1.3	Mercado cinematográfico	67
4.1.4	Características do filme	69
4.1.5	Reputação e rede da equipe técnica e elenco.....	72
4.1.6	Investimento e perfil de despesas	77
4.2	Modelos estatísticos e computacionais preditivos de bilheteria.....	79
5	Procedimentos metodológicos.....	85
5.1	Método.....	85
5.2	Análise do modelo genérico e proposição do modelo específico	86
5.3	Variáveis e base de dados.....	87
5.4	Abordagem do aprendizado de máquinas.....	89
6	Construção da base de dados	91
6.1	Tempo de projeção	91
6.2	Gênero	92
6.3	Classificação etária.....	94

6.4	Sequências	95
6.5	Poder da produtora	96
6.6	Tempo de produção	97
6.7	Sazonalidade	98
6.8	Número de telas/salas no lançamento	99
6.9	Poder do ator famoso	100
7	Resultados	103
7.1	Algoritmos do aprendizado de máquinas.....	103
7.1.1	Otimização dos hiper parâmetros.....	105
7.1.2	Importância das variáveis.....	109
7.2	Discussão dos resultados	112
8	Conclusão.....	118
	Referências	121
	Anexo	125

1 Introdução

1.1 Contextualização do problema

A compreensão dos determinantes da demanda de um bem ou serviço é parte essencial do ato de prever seu comportamento. Esta previsão de comportamento provê informações que permitem aos formuladores de políticas públicas e aos tomadores de decisão da indústria se anteciparem aos eventos que afetam ou que são afetados por suas decisões, especialmente nos setores onde a produção nacional compete com a internacional. O estudo dos determinantes da demanda nas Indústrias Culturais e Criativas é, portanto, um tema relevante para a teoria e para a prática.

A indústria cinematográfica era um dos negócios que mais cresciam dentro das indústrias criativas no período pré-pandemia COVID-19, em 2019 a receita global de bilheteria alcançou mais de US\$ 41 bilhões (STATISTA, 2022). O mercado cinematográfico nacional alcançou, em 2019, uma renda de cerca de R\$ 2,8 bilhões, levando mais de 175 milhões de espectadores às salas de exibição. No entanto, quando observamos a fatia dos produtores nacionais nesse montante, a realidade não se mostra tão pujante. Os 171 títulos nacionais exibidos no mesmo ano foram assistidos por cerca de 23 milhões de telespectadores e geraram aproximadamente R\$ 327 milhões, o que representa menos de 12% do total da bilheteria (ANCINE, 2022a).

A dificuldade em atrair público mediante a concorrência *hollywoodiana* não é exclusividade do cenário nacional. Em 2015, na União Europeia, os títulos lançados por estúdios norte-americanos ficaram com 64% da audiência (KANZLER; MILLA, 2016). Nesse sentido, formuladores de políticas públicas em todo o mundo discutem a implementação de subsídios e cotas de telas como forma de mitigar os efeitos da concorrência norte-americana sobre a indústria cinematográfica local (MESSERLIN; PARC, 2014). No Brasil, por exemplo, a Política Nacional de Cinema estabelece cotas de tela para os filmes nacionais.

Na literatura acadêmica, há também discussão sobre a autenticidade da produção local ante os filmes de Hollywood (DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005), e sobre a competição entre filmes nacionais e estrangeiros (MCKENZIE; WALLS, 2013; VANY; WALLS, 1999).

A cadeia de valor da indústria cinematográfica se divide em três atividades

principais: produção, distribuição e exibição (LEGOUX *et al.*, 2016; MICHEL; AVELLAR, 2010). A relação econômica entre esses elos é mediada por contratos, cujos termos devem refletir a forma na qual as partes percebem e mitigam riscos. Como no mercado norte-americano os maiores estúdios, ou *majors*, (Disney, Sony, Fox, Paramount, Universal, Warner e DreamWorks) produzem e distribuem os filmes (LEGOUX *et al.*, 2016) poucos estudos buscaram entender o conflito de interesses existente entre tais agentes.

No Brasil, há indícios de que as atividades de produção e distribuição não são verticalizadas. Segundo dados da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), no ano de 2019, das produtoras majoritárias que atraíram 80% do público dos lançamentos de longas-metragens nacionais (Record Entretenimento, Midgal Filmes, Biônica Filmes, Quintal Digital Produções, Morena Filmes, Conspiração Filmes e Formata Produções e Conteúdos), nenhuma atua em atividades de distribuição¹.

Seguindo a jusante na cadeia, a relação entre distribuidor e exibidor é envolta em conflitos de interesses, uma vez que a maximização dos rendimentos para cada agente obedece a lógicas distintas. Enquanto para o distribuidor o maior tempo de exibição dos filmes nas salas de cinema tende a elevar, mesmo que marginalmente, o total obtido com a bilheteria, para a exibidora quanto mais lançamentos, maior sua capacidade de atrair público (CHISHOLM *et al.*, 2015). Isso ocorre pois o desempenho do filme na pré-estreia e/ou na primeira semana de lançamento é determinante do seu sucesso (CHEN; XU; ZHANG, 2016; KARNIOUCHINA, 2011; LEGOUX *et al.*, 2016; SAWHNEY; ELIASHBERG, 1996). No Brasil, essa problemática também se mostra presente; na média, os filmes nacionais arrecadam 48% de suas receitas na primeira semana. Ademais, a concentração da distribuição em *majors*, como apontam Michel e Avellar (2014), reduz a competitividade dos atores nacionais.

A maioria dos estudos que buscam compreender a demanda cinematográfica aplicam técnicas de regressão linear. Apesar de tais técnicas permitirem uma análise aprofundada desses determinantes, o comportamento não linear de escolha do consumidor leva o método a apresentar fracos resultados preditivos. Ademais, como a elevada incerteza da demanda do setor reflete em um comportamento de bilheteria que

¹ Em seu site institucional, a Formata Produções e Conteúdos afirma atuar no elo de distribuição. Contudo, como ela não está elencada como distribuidora na base de filmes nacionais exibidos da ANCINE, acredita-se que a mesma atue como distribuidora em diferentes produtos do audiovisual brasileiro que não os longas-metragens.

apresenta variância infinita (WALLS, 2005), os modelos lineares de predição, como os que utilizam o método dos mínimos quadrados, mostram-se pouco aderentes às características da demanda cinematográfica. Esse cenário fez com que houvesse uma tendência de desenvolvimento de estudos que buscam encontrar métodos mais robustos de análise, com aprendizagem computacional (CHEN; XU; ZHANG, 2016; DELEN; SHARDA, 2010; GHIASSI; LIO; MOON, 2015; GUO; ZHANG; HOU, 2015; HUR; KANG; CHO, 2016; LEE *et al.*, 2018; LIU; ZHAO, 2016; SHARDA; DELEN, 2006; ZHANG; LUO; YANG, 2009).

O desenvolvimento de um modelo que estime o desempenho futuro de bilheteria de um filme expande a compreensão dos determinantes e da dinâmica da demanda brasileira, e permite elaborar estratégias tanto no âmbito dos atores da cadeia (produtoras, distribuidoras e exibidoras) como da política pública, aumentando a competitividade das produções nacionais. Adicionalmente, o cinema nacional vive em um contexto no qual a influência televisiva é forte, em especial da Rede Globo, tanto por meio de narrativas mais afeitas à televisão, quanto pela utilização de elencos popularizados nas telenovelas (BUTCHER, 2006). Dentro desse panorama, torna-se imprescindível a compreensão de como essa referência afeta o sucesso comercial de um filme. Portanto, um modelo de previsão deve observar a influência da televisão tanto na construção das narrativas das obras cinematográficas, quanto da exposição prévia do elenco que irá interpretar aquela narrativa.

1.2 Objetivos

Dessa forma, estabeleceu-se como objetivo principal da tese a análise das particularidades do contexto brasileiro nos determinantes da demanda de produções cinematográficas locais. Para tanto, são objetivos específicos:

- a) Criar modelo genérico dos determinantes da demanda das produções cinematográficas.
- b) Adaptar as variáveis genéricas ao contexto brasileiro
 - Criar uma forma de mensuração da capacidade de atração de público do elenco a partir de sua exposição transmídia, isto é, exposição em produto televisivo.
 - Entendimento de como as principais políticas públicas de

incentivo ao cinema impactaram a estrutura produtiva

- c) Criar modelo empírico específico para o contexto brasileiro e analisar o impacto das variáveis escolhidas.
- d) Analisar a robustez do modelo genérico proposto.

1.3 Estrutura da tese

Para atender aos objetivos de pesquisa, a presente tese está estruturada em oito capítulos. O primeiro é composto pela introdução, com enquadramento do problema de pesquisa, a justificativa e o delineamento de seus objetivos. O segundo apresenta a evolução das políticas públicas para o cinema no período que vai desde o desmonte da Embrafilme até meados da década de 2010. No terceiro capítulo é explorada a influência transmídia, em especial a partir da televisão (TV), nas produções nacionais. No quarto capítulo é apresentada a base teórica sobre os determinantes da demanda na indústria cinematográfica. No quinto é proposto o modelo teórico e conceitual dos determinantes da demanda, com o apontamento do método e técnicas de análise. No sexto capítulo é apresentado o processo de construção da base e a descrição da amostra. No sétimo capítulo são apresentados os resultados dos modelos. No oitavo e último capítulo são apresentadas as conclusões.

2 A Indústria Cinematográfica Brasileira

Ao longo do seu desenvolvimento, o cinema nacional tem demonstrado grande dificuldade em criar condições de produção que permitissem uma atividade contínua e autossustentável, vivendo uma alternância entre fases de produção com períodos de dificuldades e relativa dormência, que podem ser caracterizadas por ciclos, iniciando com o da Bela Época no início dos anos 1900, seguido pela Cinédia na década de 1920, Atlântida Cinematográfica nas décadas de 1940 e 1950, Vera Cruz na década de 1950, o Cinema Novo na década de 1960, o Cinema Marginal nas décadas de 1960 e 1970, a Boca do Lixo entre as décadas de 1970 a 1980, o período da Embrafilme, de 1969 a 1990, e o Cinema da Retomada na década de 1990 e início dos anos 2000. Em cada um desses ciclos, a produção se expandiu e depois foi acompanhada de grande dificuldade na execução do fazer cinematográfico (MAIA, , 2008; MARSON, 2006). A análise de cada um desses ciclos envolve a observação da relação do campo cinematográfico, encabeçada pelos cineastas, com o Estado brasileiro, que culminou em uma série de projetos e propostas para que o cinema nacional se tornasse sustentável (MARSON, 2006).

Como a década de 1990 marcou um importante período de transição da relação do cinema tanto com o Estado quanto com a televisão, a análise que se segue se inicia a partir desse período. Ela trará as bases históricas e estruturais da adaptação das variáveis do modelo empírico ao contexto brasileiro.

2.1 Estado e Cinema

Os anos 1990 assistiram a um esgotamento da forma como o Estado atuava em relação ao cinema brasileiro, impulsionado pelo neoliberalismo (MARSON, 2006; MICHEL; AVELLAR, 2010). Como resultado, a estrutura de gestão do recurso público do setor passou da mão centralizadora do Estado para a iniciativa privada por meio de leis de incentivo. O governo Collor foi responsável pela extinção dos instrumentos de apoio, financiamento e regulação da produção cinematográfica nacional, a saber, a EMBRAFILME, a Fundação do Cinema Brasileiro e o Conselho Nacional do Cinema (CONCINE), caracterizando um período de completo desamparo estatal à atividade cinematográfica (AUTRAN, 2009). Mediante o apagão dos recursos, diversos veteranos do cinema, como Jorge Furtado e Guel Arraes, se viram obrigados a ir trabalhar na televisão (BALLERINI, 2012).

Com o objetivo de incentivar a atividade cultural, em 1991, a Lei Rouanet foi criada no

seio do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC). Por meio dela, o financiamento das produções culturais se dá de 3 formas (IKEDA, 2020; MAIA, , 2008):

- **Fundo Nacional de Cultura (FNC):** composto por recursos oriundos do Tesouro Nacional. A execução orçamentária é feita pela Secretaria de Cultura que financia produções culturais de baixo retorno financeiro.
- **Fundos de Investimentos Culturais e Artísticos (FICART):** financiamento por meio de cotas negociadas com o setor privado. Caso o projeto gere lucro, a distribuição é feita de acordo com as cotas. Caso haja prejuízo, o valor é deduzido do imposto de renda. Destinado às produções e edição de projetos culturais.
- **Mecanismo de Incentivo Fiscal:** financiamento por meio de recursos advindos de pessoas físicas e jurídicas, as quais abatem o montante investido do imposto de renda.

No governo Itamar Franco foi recriado o Ministério da Cultura e, em 1993, foi criada a Lei Nº 8685/93, conhecida como Lei do Audiovisual. De acordo com Simis e Pellegrini (1998), a Lei, apesar de trazer modificações, reintroduziu diversas medidas extintas pelo Collor. Por meio do seu artigo 1º, ela previa que o valor investido em produções de obras audiovisuais por Pessoas Físicas poderia ser o abatido do Imposto de Renda em até 3%. No caso de Pessoas Jurídicas, o abatimento chegaria a até 1%. O artigo 3º destinava-se às distribuidoras estrangeiras, permitindo que parte do imposto sobre a remessa dos lucros (70%) fosse investido em produções nacionais (BORGES, 2007; MAIA, 2008). Já em 1994, a Lei do Audiovisual sofreu sua primeira alteração. A captação dos recursos se daria via certificados lançados na Comissão de Valores Mobiliários (CVM), conhecido como Certificado de Investimento Audiovisual.

Assim, o modelo de participação indireta do Estado por meio das leis de incentivo foi caracterizado, conforme apontado por Ikeda (2020), pelo binômio “mecenato da Lei Rouanet/Art.1º da Lei do Audiovisual”. Os primeiros filmes cujos recursos foram captados por meio das leis de incentivo foram lançados em 1995, caracterizando o “Cinema de Retomada”. Ele é recorrentemente associado ao governo Fernando Henrique Cardoso (FHC). Em seu primeiro mandato, uma série de medidas destinadas ao campo cultural e específicas ao cinema foram implementadas (quadro 1). O lançamento de filmes brasileiros em salas de exibição assumiu tendência ascendente,

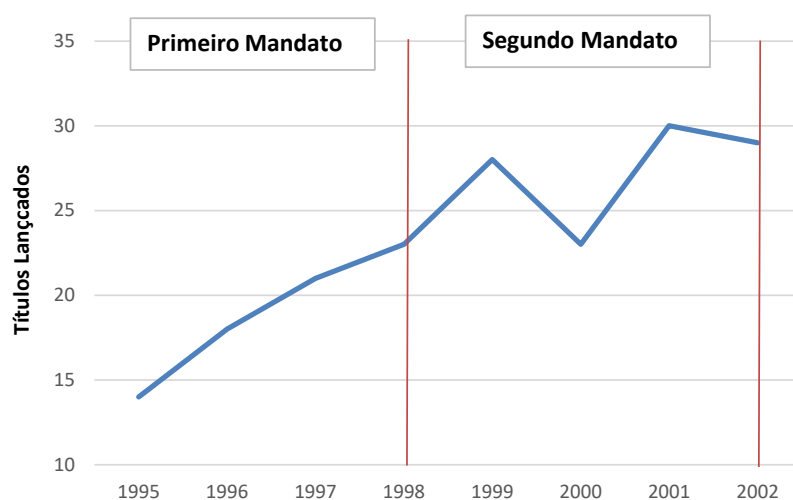
passando de 14 títulos em 1995 para 23 títulos em 1998 (Figura 1). Entre 1995 e 1998 foram lançados 76 longas-metragens no circuito comercial, caracterizando o que Marson (2006) define como “a fase mais visível” do Cinema da Retomada.

Quadro 1: Principais medidas de incentivo ao cinema no primeiro mandato do governo FHC

Setor Cultural	Cinema
1) Ampliação do orçamento do Ministério da Cultura	1) Instalação da Câmara Setorial do Cinema, composta por representantes do campo cinematográfico e do governo;
2) Alterações na Lei Rouanet:	2) Criação de linha de financiamento através da Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil;
- Aumento da alíquota de dedução do imposto de renda (de 2% para 5%)	3) Apoio e patrocínio a Festivais de Cinema.
- Reconhecimento da figura do agente cultural, cuja remuneração foi passível de ser incluída no orçamento dos projetos	
- Maior flexibilizada e agilidade na submissão e avaliação dos projetos, que passaram a poder ser submetidos em qualquer data do ano, com prazo máximo de avaliação em 60 dias.	

Fonte: adaptado de Marson (2006), Michel e Avellar (2014)

Figura 1: Evolução dos Filmes Brasileiros Lançados Comercialmente nos Governos FHC – 1995 a 2002



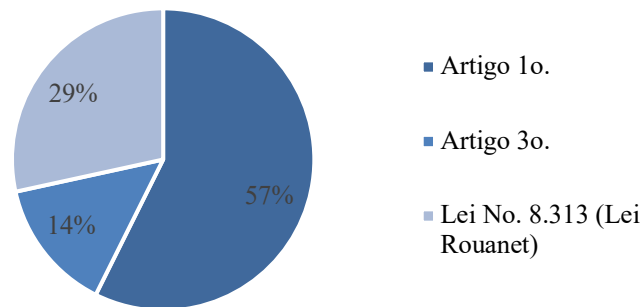
Fonte: ANCINE (2022a)

A partir da tabela 1, é possível observar que as inversões públicas no setor no primeiro mandato de FHC alcançaram mais R\$ 300 milhões. Dentre os mecanismos de incentivos fiscais, o maior destaque ficou para o Artigo 1º da Lei do Audiovisual, responsável por 63% dos recursos alocados no período (Figura 2). Percebe-se, também, que o grande foco estava nas medidas de fomento indireto, que emprega recursos de renúncia fiscal. A atuação por meio do fomento direto, que se refere ao emprego de recursos orçamentários mediante seleção e concursos públicos, teve baixa participação no período.

Tabela 1 Evolução das Inversões Públicas na Produção Audiovisual – 1995 a 1998

INVESTIMENTOS (R\$)	1995	1996	1997	1998	TOTAL
INCENTIVO FISCAL (1)	28.347.902	75.550.881	113.615.462	73.181.069	290.695.314
Artigo 1o.	16.260.928	51.233.048	75.607.335	39.093.362	182.194.673
Artigo 3o.	4.030.992	6.819.036	3.848.491	3.999.707	18.698.226
Lei No. 8.313 (Lei Rouanet)	8.055.982	17.498.797	34.159.636	30.088.000	89.802.415
Orçamento da União	1.600.000	3.835.840	9.822.212	5.541.491	20.799.543
TOTAL	29.947.902	79.386.721	123.437.674	78.722.560	311.494.857

Fonte: Secretaria do Audiovisual (2002)

Figura 2: Participação dos distintos mecanismos de Fomento Indireto

Fonte: Secretaria do Audiovisual (2002)

Diferente do que ocorreu no cinema pré-retomada, em que todos os sucessos de bilheteria eram franquias associadas aos sucessos televisivos “Os Trapalhões” e/ou “Xuxa”, (na próxima sessão detalharemos a características das produções desse período), a retomada trouxe novos diretores e novos formatos para o circuito comercial. O clima de euforia e a recuperação da autoestima do cinema nacional eram evidentes na Retomada. A indicação ao Oscar de melhor filme estrangeiro de “O Quatrilho” deixara esse fenômeno ainda mais claro. O filme de Fábio Barreto captara um pouco mais de R\$ 1 milhão com as leis de incentivo e foi sucesso de público, com bilheteria superior a R\$ 4 milhões. O filme “Carlota Joaquina”, de Carla Camurati, atingiu inesperado sucesso. Apesar de não ter recorrido às Leis de Incentivo para produção, a produtora fundada por Camurati buscou captar sua verba na iniciativa privada, se aproximando do modelo de captação das leis de incentivo (CAMPOS, 2005). Do total de 76 títulos lançados no período, 48 (63,2%) obtiveram apoio das leis de incentivo. Dentre os 5 filmes que obtiveram público superior a 1 milhão, 3 deles foram apoiados por leis de incentivo, como mostra a tabela 2.

Tabela 2: Lançamentos nacionais com público superior a 1 milhão e valores captados por

Mecanismos de Incentivo – 1995 a 1998

Ano de Lançamento	Título	Público	Renda (R\$)	Mecanismos de Incentivo	Montante
1998	Simão, o Fantasma Trapalhão	1.658.136	6.118.522,00	Não	Não se aplica
1998	Central do Brasil	1.593.967	8.087.276,00	Art.18 - R\$ 579.000,00 Art.1o. - R\$ 2.239.000,00 Art.3o. - R\$ 254.415,70	R\$ 3.072.415,70
1997	O Noviço Rebelde	1.501.035	6.019.150,00	Art. 1o. - R\$ 1.083.234,00	R\$ 1.083.234,00
1995	Carlota Joaquina, Princesa do Brasil	1.286.000	6.430.000,00	Não	Não se aplica
1995	O Quatrilho	1.117.154	4.513.302,00	Art. 18 - R\$ 182.000,00 Art. 1o. - R\$ 948.552,00	R\$ 1.130.552,00

Fonte: ANCINE (2022a)

Contudo, o ano de 1998 foi marcado por uma reversão da trajetória de crescimento das inversões do Estado na atividade cinematográfica, demonstrando uma fragilidade do binômio das leis de incentivo. De acordo com os dados apresentados na Tabela 1, houve queda de mais de 35% do volume aportado por essas leis no ano. Em parte, essa oscilação era resultado da primeira crise econômica enfrentada pelo Plano Real. Mas, sobretudo, os escândalos associados à recompra dos Certificados de Investimento Audiovisual e a consequente prática de superfaturar os custos das obras cinematográficas impactaram diretamente a reputação do cinema junto ao empresariado e à sociedade (MARSON, 2006).

E essa prática se iniciava com a promessa de recompra do Certificado feita pelo produtor ao investidor. Essa recompra estava pautada na garantia de “lucros futuros”. Com isso, além da dedução do imposto, o investidor conseguia divulgar a sua marca e lucrar. Tal prática em si não era ilegal, uma vez que a recompra dos Certificados estava prevista em lei. Contudo, para conseguir viabilizá-la, os produtores precisavam superfaturar os custos de produção. A disseminação dessa prática no campo cinematográfico criou as bases para futuras alterações nos mecanismos de incentivo (MARSON, 2006). Em paralelo, outros escândalos continuaram a surgir e demonstrar a fragilidade do arranjo no qual se assentavam as leis de incentivo. Um caso emblemático foi do filme “O Guarani”, cuja prestação não foi aprovada pelo Ministério da Cultura. Já o filme “Chatô – o rei do Brasil” havia captado R\$8,6 milhões, mas não conseguia ser concluído. Nesse caso, as críticas se assentavam na captação de volume elevado de recursos por um produtor sem experiência prévia na condução e gerência de projeto no cinema (IKEDA, 2020).

A defesa do campo cinematográfico diante dos escândalos se pautava na alegação de que o Estado não estava criando critérios suficientemente rigorosos para classificar os projetos aptos à captação. Independente da necessidade de autocrítica do que gerou a crise, os mecanismos de incentivo, da maneira como estavam construídos, se mostravam incapazes de gerar uma atividade econômica autossustentada. A resposta do Estado, a princípio, foi aumentar a fiscalização sobre a negociação dos Certificados e limitar o valor a ser captado pelos projetos a R\$ 4 milhões (MARSON, 2006). Foi somente em 1999 que se estabeleceu duas faixas de valores para captação de recursos. Os estreantes só poderiam captar até R\$ 120 mil. Já os produtores com mais dois longas metragens realizados poderiam chegar no teto de R\$ 3 milhões por produção, podendo pleitear até 3 produções concomitantemente (MARSON, 2006).

Dada a fragilidade do binômio das leis de incentivo, também buscou-se ampliar as medidas de fomento direto ao longo de toda cadeia. Assim, o governo elevou o montante do orçamento do Ministério da Cultura, que culminou na implementação de diversos programas (SECRETARIA DO AUDIOVISUAL, 2002) (ver tabela 3):

- **Programa Mais Cinema (1999):** Parceria entre Ministério da Cultura, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico – BNDES, Banco do Brasil – BB, e o Serviço Brasileiro de Apoio ao Micro e Pequeno Empresário – SEBRAE para o financiamento da produção, distribuição, exibição e infraestrutura técnica.
- **Programa de Apoio à Comercialização de Filmes (1999):** visando dar visibilidade a cinematografia nacional, foi criada uma linha de financiamento destinada a empresas produtoras e distribuidoras que comercializavam filmes nacionais. Os recursos poderiam ser aplicados na produção de cópias, o que aumentava a capacidade de alcance dos lançamentos nas salas de exibição.
- **Concursos Públicos**
 - **Premiação de roteiros de longa-metragem:** objetivava a formação de novos profissionais para o audiovisual e possibilitar a desconcentração regional dos processos de criação e produção do cinema nacional. A primeira edição premiou 32 textos, totalizando um dispêndio de R\$320 mil. A segunda edição selecionou 14 textos, perfazendo o total de R\$ 70 mil;
 - **Premiação de curtas-metragens:** visavam alavancar a carreira de novos talentos, que costumam iniciar sua trajetória com a produção de curtas. Os

projetos de curtas-metragens inscritos deveriam ser dos gêneros ficção e animação e divulgar valores culturais regionais brasileiros. O primeiro concurso premiou 31 projetos, realizando um aporte de R\$ 1,3 milhão. O segundo selecionou 25 projetos, aportando R\$ 1 milhão;

- **Premiação de documentários culturais:** com a crescente demanda desse tipo de produção por canais de televisão fechada, o concurso visava reforçar a história, arte e cultura nacional. A primeira edição aportou R\$ 900 mil, premiando 11 documentários. Já a segunda, contemplou 13 documentários, perfazendo um total de R\$ 1 milhão.
- **Premiação de longas-metragens e telefilmes de baixo orçamento:** visava estimular a experimentação na produção cinematográfica. A primeira edição aplicou R\$4,07 milhões, premiando 11 longas. Na segunda, 10 telefilmes e 6 longas receberam um total de R\$ 4,4 milhões.

Tabela 3: Recursos dos concursos públicos do audiovisual (1999 a 2002)

Ano de Lançamento	Programa	Valor (R\$)
1999	Concurso de média-metragem	960.000,00
	Concurso de roteiro	320.000,00
	Concurso de curta-metragem	1.280.000,00
	Programa mais cinema	2.570.200,00
2000	Concurso de baixo orçamento – programa cinema Brasil	4.070.000,00
	Concurso de comercialização	1.460.000,00
2001/2002	Concurso de roteiro	70.000,00
	Concurso de curta-metragem	1.000.000,00
	Concurso de documentário	1.040.000,00
	Concurso de longa metragem	2.400.000,00
	Concurso de telefilme	2.000.000,00
Total		22.534.600,75

Fonte: Secretaria do Audiovisual (2002)

Em 2001, a partir das diretrizes dadas pelo III Congresso Brasileiro de Cinema e do Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (GEDIC), FHC promulgou a

Medida Provisória Nº 2.228-1. Vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, ela estabeleceu os princípios gerais da Política Nacional do Cinema, criou o Conselho Superior do Cinema e da Agência Nacional de Cinema (ANCINE), instituiu o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE) e autorizou a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINES).

A ANCINE, além de fiscalizar e regular o setor, tinha a particular função de fomentar, isto é, promover a expansão da oferta e demanda, bem como a inserção do setor no mercado externo, e fortalecer as empresas de capital nacional comprometidas com conteúdo brasileiro (ANCINE, 2022b). O conjunto de medidas adotadas fez com que a queda de 10,9% no total de recursos via Leis de Incentivo ocorrida entre o primeiro e segundo mandato do FHC fosse amenizada. No total, a inversão de recursos no setor chegou a R\$ 315 milhões no segundo mandato, 1,2% a mais do que no segundo, conforme dados apresentados na tabela 4.

Tabela 4: Evolução das Inversões Públicas na Produção Audiovisual – 1999 a 2002

INVESTIMENTOS (R\$)	1999	2000	2001	2002	TOTAL
INCENTIVO FISCAL (1)	59.400.243	55.831.445	100.694.241	43.055.854	258.981.783
Artigo 1o.	35.931.645	28.312.509	41.487.618	7.926.592	113.658.364
Artigo 3o.	3.865.016	5.092.993	15.225.127	5.979.529	30.162.665
Lei No. 8.313 (Lei Rouanet)	19.603.582	22.425.943	43.981.496	29.149.733	115.160.754
Conversão Dívida Externa	952.653	5.505.668	540.217	3.191.673	10.190.211
Programa Mais Cinema	7.041.667	2.125.000			9.166.667
Orçamento da União	11.703.668	13.929.500	15.537.710	15.038.980	56.209.858
TOTAL	79.098.231	77.391.613	116.772.168	61.286.507	315.191.641

Fonte: Secretaria do Audiovisual (2002)

Enquanto no primeiro mandato de FHC os lançamentos apresentaram trajetória consistente de crescimento, o cenário do segundo mandato causou oscilação nos lançamentos em circuito comercial ano a ano, como é possível observar na Figura 1 e Tabela 5. Ainda assim, o período totalizou 110 lançamentos, 44,7% acima dos 4 anos anteriores.

Tabela 5: Evolução dos lançamentos no circuito comercial – 1995 a 2002

Ano	Títulos lançados	Var.% anual
1995	14	
1996	18	28,6%
1997	21	16,7%
1998	23	9,5%
1999	28	21,7%
2000	23	-17,9%
2001	30	30,4%
2002	29	-3,3%

Fonte: ANCINE (2022a)

Dos 7 filmes lançados com público superior a 1 milhão, 6 foram financiados com Leis de Incentivo, como é possível observar na Tabela 6.

Tabela 6: Lançamentos nacionais com público superior a 1 milhão e valores captados por Mecanismos de Incentivo – 1999 a 2002

Ano de Lançamento	Título	Público	Renda (R\$)	Lei de Incentivo	Montante
1999	Xuxa Requebra	2.074.461	8.173.376,00	Art.18 - R\$ 213.529,97 Art.1o. - R\$ 2.829.806,00	R\$ 3.043.335,97
2000	O Auto da Compadecida	2.157.166	11.496.994,00	Não	Não se aplica
2000	Xuxa Popstar	2.394.326	9.625.191,00	Art.18 - R\$ 90.000,000 Art.1o. - 212.354,00 Art.3o. - R\$ 1.600.000,00	R\$ 1.902.354,00
2001	A Partilha	1.449.411	8.797.925,00	Art. 1o. - R\$ 1.000.000,00 Art 3o. - R\$ 789.365,71	R\$ 1.789.365,71
2001	Xuxa e os Duendes	2.657.091	11.691.200,00	Art. 1o. - R\$ 700.000,00 Art 3o. - R\$ 2.999.999,98	R\$ 3.699.999,98
2002	Cidade de Deus	3.370.871	19.066.087,00	Art. 1o. - R\$ 1.590.000,00 Art 3o. - R\$ 1.412.325,99 Conversão da dívida - R\$ 4.582.609,27	R\$ 7.584.935,26
2002	Xuxa e os Duendes 2	2.301.152	11.485.979,00	Art.18 - R\$ 2.250,00 Art.1o. - 2.522.000,00 Art.3o. - R\$ 3.000.000,00	R\$ 5.524.250,00

Fonte: ANCINE (2022a)

Ao mesmo tempo em que a participação das medidas de incentivo caía, a fração de produções brasileiras não conseguia ultrapassar 10% no mercado nacional (IKEDA, 2020). Ainda assim, apesar das oscilações, as leis de incentivo, sem dúvida, proporcionaram um salto na produção cinematográfica brasileira, representando um avanço ante os ciclos anteriores (BALLERINI, 2012).

O governo sucessor, de Luiz Inácio Lula da Silva, passou a reavaliar o modelo de intervenção estatal consolidado no governo FHC. Conforme apontado por Pinto (2010), era necessário aproveitar o potencial das leis de incentivo, mas dentro de um sistema de financiamento mais amplo. Nas gestões de Gilberto Gil (2003-2008) e Juca Ferreira (2008-2010) no Ministério da Cultura, a tônica era de que o Estado deveria retomar seu poder na proposição das políticas culturais (IKEDA, 2020) e de que o foco deveria estar na articulação de toda a cadeia produtiva (MOREIRA; BEZERRA; ROCHA, 2010).

Em 2003, a ANCINE deixou de estar vinculada ao MDIC e passou a enquadrar-se no MINC². No mesmo ano foi lançado o “Programa Brasileiro de Cinema e Audiovisual: Brasil, um país de todas as telas”, com quatro eixos temáticos: produção, difusão, formação & memória e política externa (MOREIRA; BEZERRA; ROCHA, 2010). O fomento à produção deveria permitir a regionalização e democratização das produções. Para tanto, foram criados diversos editais, como o “Revelando os Brasis”, que selecionava histórias e produções de vídeos de residentes de municípios com até 20.000 habitantes (MOREIRA; BEZERRA; ROCHA, 2010).

Em 2007 foi regulamentado o art.1º-A da lei do audiovisual, em vigor até o presente momento³. Ele permite o abatimento do Imposto de Renda devido de 100% de valores patrocinados. Na prática, essa instrução normativa garante às produções independentes de diferentes formatos (longa, média e curta-metragem; telefilme; minissérie; obra seriada; e programa de televisão de caráter educativo e cultural) o acesso a recursos, cujo limite máximo de aporte por projeto é de R\$ 4 milhões (ANCINE, 2007).

Visando criar uma alternativa às leis de incentivo, foi criado o Fundo Setorial Audiovisual (FSA), que, conforme apontado por Calabre e Tavares (2020), estabeleceu a base para a configuração de uma nova matriz econômica do audiovisual brasileiro. O seu primeiro artigo estabelece que o total de recursos oriundo da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) será destinado ao Fundo Nacional de Cultura em categoria específica. No novo dispositivo, a contribuição (CONDECINE) deve ser gerada pela veiculação, produção, licenciamento e distribuição das produções cinematográficas e vídeo-fonográficas com fins comerciais. Nesse sentido, não somente as

² Não se pretende detalhar aqui o debate que ocorreu em torno da transformação da ANCINE em ANCINAV (Agência do Cinema e do Audiovisual), na medida em se busca estabelecer as bases da política pública que efetivamente impactaram o desempenho da indústria no período analisado.

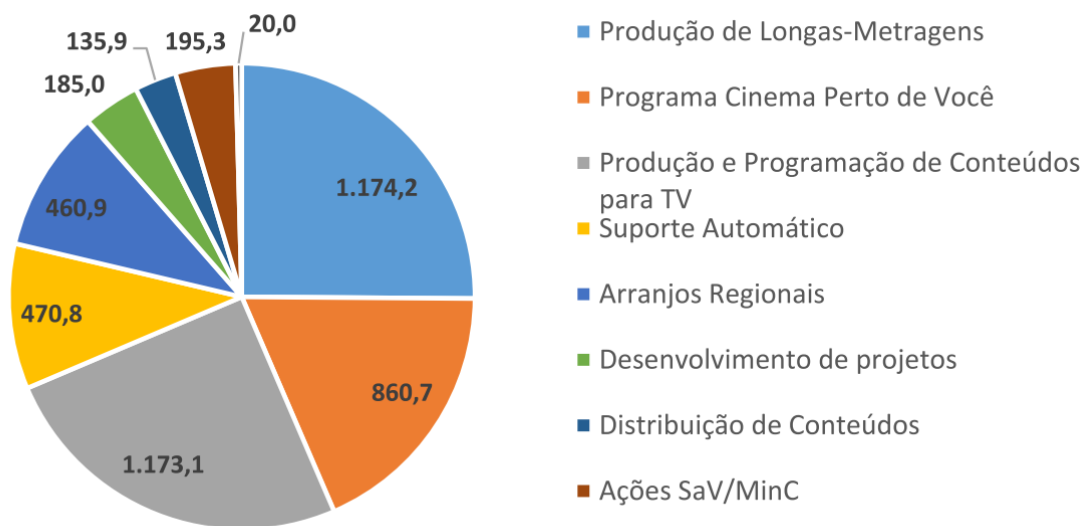
³ Em 2020 foi sancionada a lei Nº 14.044/2020, que prorroga até 2024 o prazo para utilização dos benefícios fiscais dispostos nos artigos 1º e 1º-A da Lei do Audiovisual.

salas de exibição são fatores geradores da arrecadação, mas toda a cadeia difusora das obras (CALABRE; TAVARES, 2020).

A destinação dos recursos do FSA se dá em três programas: Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (PRODECINE), Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual (PRODAV) e Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual (PROINFRA) (CALABRE; TAVARES, 2020).

Atualmente, o fomento se dá através de diferentes mecanismos, sejam eles diretos ou indiretos. O fomento direto é feito por meio de editais e seleções públicas e pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). Já o fomento indireto se dá por meio de mecanismos de incentivo fiscal preconizados pela Lei 8.313/91 (Lei Rouanet), na Lei 8.685/93 (Lei do Audiovisual) e na Medida Provisória 2.228-1/01 (ANCINE, 2022). Ao compilar os dados da ANCINE para o período que vai de 2009 a 2018, Calabre e Tavares (2020) concluíram que o FSA foi responsável por 57% dos investimentos públicos no setor, as leis de incentivo por 41%, e Editais, Programas e Prêmios por 2%. Os elos que mais beneficiaram dos recursos do FSA, como é possível ver na Figura 3, foram a produção de longas e a distribuição (Programa Cinema Perto de Você).

Figura 3: Destinação dos recursos do FSA – 2008 a 2018

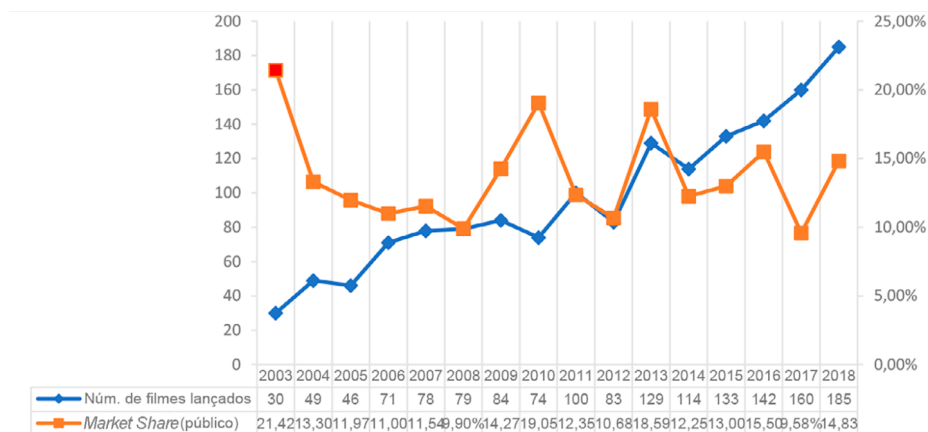


Fonte: PINHO; ALVES (2018)

Conforme apontado por Moreira, Bezerra e Rocha (2010), as ações de distribuição e difusão, como as previstas por meio do Programa Cinema Perto de Você visavam minimizar o caráter

excludente da estrutura de exibição no país, evidente ao se analisar os dados relativos à quantidade de habitantes por sala (83 mil hab/sala), pela presença dos cinemas em apenas 8,7% dos municípios brasileiros, e pela dispersão desses nas cidades. Dado o processo de consolidação do parque exibidor, os cinemas se localizavam, em sua maioria, nos *shopping centers*, o que elevou o preço dos ingressos. Assim, o Programa Cinema Perto de Você configurou linhas específicas para os pequenos e médios exibidor visando promover a digitalização das salas já existentes (e com isso torná-las mais competitivas) e permitir a abertura de novas (CALABRE; TAVARES, 2020). O aumento do parque exibidor permitiu, naturalmente, um aumento do público que vai aos cinemas no Brasil. Contudo tal medida foi incapaz de aumentar a participação das produções nacionais no mercado. Esse fato fica evidente por meio da Figura 4:

Figura 4: Lançamentos nacionais *versus* Participação das produções nacionais



Fonte: CALABRE; TAVARES (2020)

Novos desdobramentos políticos a partir de 2016 têm afetado a condução da política pública do setor: os escândalos de corrupção envolvendo diretores nomeados da ANCINE, a alteração pelo governo Temer, em 2018, do regulamento geral de utilização do FSA, o desmonte do MINC em 2019. Apesar de fundamentais para o entendimento dos novos rumos do setor, ainda mais diante a pandemia COVID-19, não são objeto da presente tese, cujo período analítico se estende de 2009 a 2016.

3 Influência transmídia nas produções nacionais

3.1 Relação entre cinema e televisão

Conforme exposto no capítulo 2, o início dos anos 1990 assistiu a um desmonte das políticas públicas voltadas ao cinema nacional, que culminou em um afluxo de mão de obra do cinema para a televisão. Nesse período, as produções nacionais de maior sucesso nas bilheteiras nacionais tinham um forte nexos com a mídia televisiva. Tanto os filmes da franquia “Os Trapalhões” quanto os da “Xuxa”, como será detalhado a seguir, tinham seu sucesso relacionado com a exposição de seus personagens na televisão.

Historicamente, contudo, o cinema e a televisão eram encarados como formas de expressão antagônicas, que expressavam diversas dicotomias, conforme apontado por Bahia (2010, p.45):

Enquanto olhar sobre a televisão é dirigido para a indústria, o enfoque sobre o cinema volta-se para o artístico; enquanto a televisão é um negócio empresarial-comercial, o cinema é majoritariamente política estatal.

A análise das disputas potenciais entre as distintas mídias é encabeçada por Marshall McLuhan. Para ele, as mídias não disputam apenas mercados consumidores, mas também territórios e nichos. Dessa forma, o surgimento de uma mídia seria acompanhada pela busca de aglutinação pela outra mídia com o intuito de torná-la uma extensão da sua rede de operações (BUTCHER, 2006). A televisão surgiu após o cinema. Nesse sentido, a análise da disputa entre televisão e cinema busca compreender como o cinema se transformou a partir da televisão. Para André (2017), a televisão impulsionou importantes mudanças na estrutura da indústria, tecnológicas, e propiciou a necessidade de diferenciar a experiência do consumo de filmes, trazendo importantes inovações para o elo exibidor da cadeia.

Após a Segunda Guerra Mundial, a televisão começou uma expansão sem precedentes nos Estados Unidos acompanhada de uma queda vertiginosa das receitas oriundas do cinema. Para muitos ligados a Hollywood, a televisão ameaçava a existência do sistema de estúdios vigente na época. Contudo, muitos produtores independentes e estúdios menores encaravam a televisão como uma oportunidade de criação de um novo canal de exibição para as suas produções (ANDERSON, 1994). Ainda assim, a aversão dos grandes estúdios de Hollywood (*majors*) à televisão não era impulsionada pela competição ou pela ignorância em torno da nova mídia, mas sim em função da decisão governamental de entregar o controle da indústria nascente às redes de rádio (ANDERSON, 1994).

Em meados da década de 1950, contudo, os grandes estúdios passaram a produzir para a televisão. E a emergência dos *majors* como fornecedores de programas de televisão representou o momento mais significativo da transição do sistema de estúdios à Nova Hollywood. Nessa transição, os tradicionais estúdios de cinema se tornaram subsidiárias de conglomerados transnacionais de mídia (ANDERSON, 1994). Em termos de tecnologia, apesar do filme colorido existir desde 1950, foi apenas quando a televisão passou a adotar a cor no final da década que o cinema reagiu adotando também o padrão (ANDRÉ, 2017). A necessidade de diferenciar a experiência do consumo de filmes em salas de exibição da exibição doméstica fez emergir diferentes formatos de exibição. Acompanhando o forte crescimento do uso de automóveis, surgiu o Drive-In, e na esteira do crescimento dos subúrbios, os Multiplex. Também surgiram diferentes tecnologias e processos de filmagem e projeção, como o *CinemaScope*, *Cinerama* e *VistaVision* (ANDRÉ, 2017).

Para Carroll (2001), a diferença entre os produtos do cinema (filme) e da televisão não é uma preocupação dos praticantes do meio, uma vez que grande parte da programação da televisão é composta por filmes. E, em muitos casos, os filmes acabam gerando conteúdo para os programas. O autor ainda cita o caso da Índia, em que muitos dos programas de televisão focam em *previews* de filmes e entrevistas com cineastas e celebridades. Contudo, é importante destacar que houve a necessidade do estabelecimento das janelas de veiculação, que estabeleciam quarentena de meses ou até anos para veiculação dos filmes na televisão, permitindo que esses percorressem o circuito dos cinemas (ANDRÉ, 2017). Mecanismos como esse certamente garantiram aos praticantes do meio maior segurança na relação entre os campos da televisão e do cinema, ao menos nos Estados Unidos.

Em países que sofrem com a concorrência Hollywoodiana, a percepção da televisão como ameaça às produções cinematográficas locais foi mais marcante e impactou, inclusive, as políticas públicas voltadas para o audiovisual. Na França, por exemplo, a televisão nasceu como um monopólio estatal, sendo que a entrada de emissoras comerciais só ocorreu a partir da década de 1980. Independente do período de análise, a relação cinema e televisão sempre foi fortemente pautada pela intervenção do Estado, seja determinando regras para exibição dos filmes ou criando mecanismos que permitissem que os canais financiassem a produção cinematográfica local, com o intuito de promover e desenvolver cultura e identidade nacional (BUTCHER, 2006; SCRIVEN; LECOMTE, 1999).

No Brasil, a televisão surgiu em 1950 sob domínio do sistema empresarial, pautado no padrão

industrial predominante na radiodifusão brasileira, o qual se caracterizava pela busca de audiência de massa, pela predominância do entretenimento em detrimento de programas educacionais e culturais, pelo controle privado sob fiscalização do Estado⁴ e pela economia baseada na publicidade (JAMBEIRO, 2001). Sua primeira emissora foi a PRF-3 TV Tupi-Difusora, empreendimento do jornalista Assis Chateaubriand na cidade de São Paulo (MATTOS, 1990). Como o surgimento da televisão brasileira se submetia à influência do rádio, ele não foi acompanhado de reação imediata do campo cinematográfico (BUTCHER, 2006). Dada a inexistência de uma cinematografia nacional que permitisse à televisão superar eventuais desafios técnicos e artísticos que pudessem surgir relacionados a imagem, ela também não enxergou no cinema um potencial parceiro para sua fixação (ORTIZ; ORTIZ, 1988 *apud* BAHIA, 2010). Essa parceria, como explicado acima, ela buscou no sistema radiofônico, copiando-lhe as bases do seu padrão industrial e recrutando seus profissionais (BAHIA, 2010).

Ao longo do tempo, contudo, surgiu um conflito entre cinema e televisão, conforme descrito por Eduardo Coutinho: “A visão do cinema era a de preconceito estético e político contra a televisão” (RESENDE, 2005, p. 90). Esse preconceito encontrou eco no chamado Cinema Novo, que, conforme Simonard (2006), visava criar um cinema de autor, genuinamente nacional, o qual permitisse construir uma identidade político-cultural para o povo brasileiro. Assim, o cinema foi se afastando cada vez mais da televisão em um momento em que ela ganhava imensa popularidade.

No período militar houve forte investimento estatal em infraestrutura para ampliação da indústria televisiva acompanhado de controle sistemático da programação e das propagandas por meio da censura. Contudo, a natureza comercial privada das emissoras, se manteve, e a principal beneficiária dessas políticas foi a TV Globo, criada em 1965 (BAHIA, 2010). Tal relação com o regime militar distanciou ainda mais o campo cinematográfico da televisão.

Em termos de política pública, o projeto cultural dos militares ancorava-se em uma distinção entre a chamada “cultura de massa” e a “cultura artística”. A cultura de massa, onde a TV se enquadrava, se beneficiou dos vultuosos investimentos em infraestrutura de telecomunicações feitos pelo Estado e cresceu por meio da iniciativa privada. Já o cinema, associado a cultura artística, ficou sob completo controle estatal, por meio da Embrafilme. Não se buscou qualquer

⁴ O sistema brasileiro de radiodifusão é considerado um serviço público. Nesse sentido, o Estado concede licenças e permissões para uso de frequências de rádio e televisão para empresas privadas. Até a promulgação da Constituição brasileira de 1988, as concessões eram realizadas a partir do favoritismo político. Com a Constituição, elas passaram a depender da aprovação do Congresso Nacional (MATTOS, 1990).

tipo aproximação entre os campos na esfera da política pública (BUTCHER, 2006). Assim, durante a década de 1970, quando a televisão se consolidou como principal veículo de comunicação em massa, o que se via era uma baixa relação entre televisão e produção de longas metragens, bem como uma participação quase inexistente de produções cinematográficas nacionais na grade de exibição televisiva (MAIA, 2008), bem diferente do que ocorria tanto na França quanto nos EUA.

Como resultado da penetração das televisão nos lares nacionais e por outros fatores econômicos, como a crise do petróleo, aumento do juros e hiperinflação, que geraram colapso industrial da economia vinculada ao Dólar, as salas de exibição começaram a fechar, saindo de 3500 salas em 1975 para 1200 em 1990 (ANDRÉ, 2017).

Apesar de algumas iniciativas pontuais, como a ida de cineastas para o Globo Repórter, programa da TV Globo, foi apenas durante o período do cinema da retomada que a relação entre os campos começou a mudar, por meio do estabelecimento de um referencial televisivo sobre a produção cinematográfica nacional (BUTCHER, 2006). Dado o poderio da TV Globo sobre o conteúdo audiovisual televisivo e da consequente concentração da audiência, os filmes nacionais, que antes seguiam padrões estrangeiros, sejam hollywoodianos ou europeus, passam a seguir o chamado “Padrão Globo de Qualidade” (BUTCHER, 2006). A disseminação do padrão na indústria cinematográfica é reforçada pela criação e consolidação da Globo Filmes, que atuou como produtora e coprodutora de grande parte dos sucessos de bilheteria, como é possível verificar na tabela 7, extraída de Figueiredo (2019).

Tabela 7: Evolução da fatia de produção e da fatia de mercado da Globo Filmes em relação à produção nacional - 1998 a 2016

Ano	Número de filmes com participação da Globo Filmes	Fatia da produção cinematográfica brasileira (%) com participação da Globo Filmes	Fatia de mercado (%) das produções com participação da Globo Filmes, segundo público	Fatia de mercado (%) das produções com participação da Globo Filmes, segundo renda
1998	1	4,35%	38,29%	32,87%
1999	3	10,71%	43,42%	43,01%
2000	2	8,70%	42,21%	46,38%
2001	3	10%	54,76%	54,33%
2002	2	6,90%	79,10%	77,70%
2003	11	36,67%	95,16%	95,16%
2004	9	18,37%	77,75%	79,32%
2005	7	15,22%	86,34%	85,99%
2006	12	16,90%	86,35%	86,09%
2007	15	19,23%	55,83%	53,72%
2008	13	16,46%	66,03%	64,62%
2009	12	14,29%	86,60%	87,94%
2010	9	12%	86,78%	87,93%
2011	12	12,00%	74,10%	72,05%
2012	13	15,66%	89,75%	89,66%
2013	16	12,40%	84,99%	85,26%
2014	20	17,54%	74,20%	73,96%
2015	18	13,53%	79,18%	80,61%
2016	29	20,42%	48,47%	53,19%
2017	35	21,88%	45,24%	45,22%

Fonte: FIGUEIREDO (2019)

Na presente tese, o Padrão Globo de Qualidade deverá ser caracterizado por meio da utilização de narrativas televisivas, abordando temas nacionais com linguagem e estética próprias e pela utilização de elencos popularizados nas telenovelas, conforme apontado por Butcher (2006).

Por fim, para atender aos objetivos dessa tese, foi feita uma análise da cinematografia brasileira de maior sucesso comercial, buscando captar os elementos necessários para a

utilização de modelos preditivos de bilheteria ao contexto brasileiro. Tendo em vista o estreitamento da relação entre os campos a partir da instauração do “Padrão Globo de Qualidade”, a análise se centrou na influência das narrativas televisivas, narrativa transmídia conforme proposto por Jenkins (2002)⁵, e da exposição dos atores na televisão. A lógica para análise da exposição dos atores na televisão se relaciona com a hipótese de que no Brasil, um país em que o cinema perdeu o protagonismo no audiovisual, a construção da marca do ator se dá na televisão. Dada a popularidade das telenovelas, a participação dos atores nesse tipo de produção auxilia o mesmo a alcançar uma marca coerente culturalmente e economicamente.

3.2 Cinema pré-retomada

De acordo com dados da ANCINE, de 1990 a 1994 (quadro 2), apenas 5 produções nacionais foram capazes de obter um público superior a um milhão de espectadores, todas com as características de se destinarem ao público infanto-juvenil e de contarem com alta exposição transmídia de seu elenco e/ou personagens.

Quadro 2: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 1990 a 1994

Ano de Lançamento	Título da obra	Direção	Empresa Produtora	Público
1990	Lua de Cristal	Tizuka Yamazaki	Dreamvision	4.178.165
1990	Uma Escola Atrapalhada	Antonio Rangel	Renato Aragão Produções Artísticas	2.571.095
1990	Sonho de Verão	Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes	Dreamvision	1.700.000
1990	O Mistério de Robin Hood	José Alvarenga Jr	Renato Aragão Produções Artísticas	1.269.658
1991	Os Trapalhões e a Árvore da Juventude	José Alvarenga Jr	Renato Aragão Produções Artísticas	1.174.274

Fonte: ANCINE (2022)

Os Trapalhões, grupo cômico liderado por Renato Aragão, tinham um programa na Televisão que foi um grande líder de audiência. De acordo com Bona (2018), os Trapalhões podem ser considerados precursores de um modelo de narrativa transmídia brasileira, atuando na televisão, cinema, revista em quadrinhos, além de terem diversos produtos e brinquedos licenciados. Ainda de acordo com o autor, a mídia de origem da narrativa do grupo é a

⁵ Conforme Jenkins, a narrativa transmídia se constitui como um processo no qual os elementos de uma ficção encontram-se dispersos sistematicamente entre diferentes canais com o propósito de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada mídia tem sua própria contribuição para os desdobramentos da história” (JENKINS, 2002, tradução nossa)

Televisão. A manutenção do nexos com a mídia de origem se dá por meio dos personagens, que interpretam a si mesmo, mantendo trejeitos e linguagens típicas.

(...) a linguagem do grupo, proveniente da televisão, é o que dá o principal ponto de acesso, no estabelecimento da narrativa transmídia. Da mesma forma, agrega novos personagens ao enredo e Os Trapalhões se deslocam do mundo cenográfico da televisão, para um novo universo narrativo, a partir de um nexos de histórias e personagens (BONA, 2018, p.240).

A estratégia da exposição transmídia dos personagens foi amplamente utilizada nas produções de maior sucesso do período: *Uma Escola Atrapalhada*, *O Mistério de Robin Hood*, e *Os Trapalhões* e a *Árvore da Juventude*. Em “*Uma Escola Atrapalhada*”, o quarteto testou novo formato, atuando como mero coadjuvante. A trama estava centralizada no núcleo jovem do elenco, composto por integrantes que faziam sucessos em distintos produtos culturais, tanto da música (Supla e a *boy band* Polegar), quanto da Televisão (apresentadora Angélica e atores já conhecidos pela participação em telenovelas da Rede Globo) (BUENO, 2018).

Xuxa, responsável pelo programa infantil de maior audiência na época, aplicou a mesma fórmula no filme “*Sonho de Verão*”. Após transformar seus assistentes de palco, os “Paquitos” e “Paquitas”, em grupos musicais juvenis com exposição em seu programa de televisão, lançou “*Sonho de Verão*”, comédia musical cuja trama também estava centrada no núcleo jovem já conhecido do público (BUENO, 2018). Em “*Lua de Cristal*”, Xuxa protagonizou um conto de fadas contemporâneo, ao lado de artistas de renome da televisão brasileira. Portanto, nas produções “*Lua de Cristal*” e “*Sonho de Verão*”, a estratégia de exposição se deslocou dos personagens associados à mídia de origem, para a fama do elenco, cuja construção se dera largamente na Televisão.

3.3 Cinema da Retomada

No “Cinema de Retomada” (1995 a 2002), houve mudança do perfil produção cinematográfica nacional e dos sucessos nacionais de bilheteria (quadro 3). O debate do campo quanto ao que deveria ser prioridade das políticas públicas foi intenso no período. De um lado, o argumento de democratização do fazer cinematográfico privilegiava os filmes de baixo orçamento (cinema como produtor de sentido). De outro, a necessidade de criar filmes de exportação, capazes de agradar a grandes públicos, priorizava as grandes produções (cinema como produtor de mercadoria). Contudo, apesar da contradição, os dois movimentos concordavam com a perspectiva do cinema autoral, com destaque para a figura do Diretor em detrimento do Produtor.

Quadro 3: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 1995 a 2002

Ano de Lançamento	Título	Direção	Empresa Produtora Brasileira Majoritária	Público	Renda (R\$)
1995	Carlota Joaquina, Princesa do Brasil	Carla Camurati	Copacabana Filmes e Produções	1.286.000	6.430.000
1995	O Quatrilho	Fábio Barreto	Filmes do Equador	1.117.154	4.513.302
1997	O Noviço Rebelde	Tizuka Yamasaki	Renato Aragão Produções	1.501.035	6.019.150
1998	Simão, o Fantasma Trapalhão	Paulo Aragão	Renato Aragão Produções	1.658.136	6.118.522
1998	Central do Brasil	Walter Salles	Videofilmes	1.593.967	8.087.276
1999	Xuxa Requebra	Tizuka Yamasaki	Diler & Associados	2.074.461	8.173.376
2000	O Auto da Compadecida	Guel Arraes	Globo Filmes	2.157.166	11.496.994
2000	Xuxa Popstar	Paulo Sérgio Almeida Tizuka Yamasaki	Diler & Associados	2.394.326	9.625.191
2001	A Partilha	Daniel Filho	Lereby	1.449.411	8.797.925
2001	Xuxa e os Duendes	Paulo Sérgio Almeida Rogério Gomes	Diler & Associados	2.657.091	11.691.200
2002	Cidade de Deus	Fernando Meirelles	O2 Filmes	3.370.871	19.066.087
2002	Xuxa e os Duendes 2	Paulo Sérgio Almeida Rogério Gomes	Diler & Associados LaboCine Quanta-Rio Tele Image	2.301.152	11.485.979

Fonte: ANCINE (2022a)

Apesar da continuidade do sucesso das comédias infantojuvenis das franquias *Os Trapalhões* e *Xuxa* (“O Noviço Rebelde”, “Simão, o Fantasma Trapalhão”, “Xuxa Requebra”, “Xuxa Popstar”, “Xuxa e os Duendes” e “Xuxa e os Duendes 2”), se observa a emergência de novas produtoras e novos diretores e “(...) a aceitação do fazer cinematográfico enquanto produto de entretenimento e como parte da indústria cultural, mais do que como pertencendo às artes eruditas” (MARSON, 2006, p.72).

Carlota Joaquina, O Quatrilho, Central do Brasil, O Auto da Compadecida e A Partilha tinham elencos com grande projeção na televisão, caracterizando a exposição transmídia dos seus atores. Já “Tieta”, “O Auto da Compadecida” e “A Partilha” também tinham narrativas transmídia. “Tieta do Agreste” foi um livro escrito por Jorge Amado, publicado em 1977. Em 1989, teve roteiro adaptado por Aguinaldo Faria para uma telenovela da Rede Globo, para então ser adaptada para o cinema. “O Auto da

Compadecida” era uma peça originalmente escrita por Ariano Suassuana. Em 1999 foi adaptada para o formato de minissérie, também exibida pela Rede Globo e, em 2000, para o cinema. Já “A Partilha” foi originalmente uma peça escrita por Miguel Falabela e que foi um grande sucesso de público, tendo ficado 6 anos em cartaz.

O filme “Cidade de Deus” foi o mais polêmico do Cinema da Retomada. Adaptado do um livro homônimo do escritor Paulo Lins, *best seller* traduzido para vários idiomas (GATTI, 2005). Contudo, em relação a exposição do elenco na televisão, Cidade de Deus se constituiu como a grande exceção dos sucessos comerciais: seus atores não eram profissionais e haviam sido selecionados nas comunidades cariocas.

3.4 Cinema Pós-Retomada

3.4.1 De 2003 a 2008

O Cinema Pós-Retomada foi caracterizado pela emergência da importância da figura do Produtor no fazer cinematográfico. Não que o cinema autoral e experimental não tivesse espaço, mas as produções com viés comercial se tornaram cada vez mais numerosas e exigiram uma intensa profissionalização do processo de produção de filmes (BALLERINI, 2012). Como é possível observar na tabela 8, somente no ano de 2003, sete produções cinematográficas nacionais alcançaram mais de um milhão de espectadores, um marco na história da indústria no Brasil. Essa marca foi acompanhada por subsequentes reduções dos grandes sucessos de bilheteria.

Todas as produções de maior alcance de público têm como característica a transmidialidade, seja do elenco, seja da narrativa. A narrativa transmídia basicamente ocorrera em função das produções serem adaptações de livros documentais, biografias ou obras literárias, de peças de teatro e de séries de televisão. O sucesso de algumas produções também gerou a produção de série na televisão (*Se eu fosse você*) e de teatro (*Dois filhos de Francisco*). Em relação ao elenco, em sua maioria, envolve grandes nomes das novelas e minisséries da Rede Globo.

Tabela 8: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 2003 a 2008

Ano de Lançamento	Título	Direção	Empresa Produtora Brasileira Majoritária	Público	Renda (R\$)
2003	Carandiru	Hector Babenco	HB Filmes	4.693.853	R\$ 29.623.481,00
2003	Deus é Brasileiro	Cacá Diegues	Rio Vermelho Filmes	1.635.212	R\$ 10.655.438,00
2003	Didi, o Cupido Trapalhão	Alexandre Boury Paulo Aragão	Diler & Associados	1.758.579	R\$ 8.984.535,00
2003	Lisbela e o Prisioneiro	Guel Arraes	Uns Produções e Filmes	3.174.643	R\$ 19.915.933,00
2003	Maria, Mãe do Filho de Deus	Moacyr Góes	Diler & Associados	2.332.873	R\$ 12.842.085,00
2003	Os Normais - O Filme	José Alvarenga Jr.	Globo Filmes MI 5 Filmes	2.996.467	R\$ 19.874.866,00
2003	Xuxa Abracadabra	Moacyr Góes	Diler & Associados	2.214.481	R\$ 11.677.129,00
2004	A Dona da História	Daniel Filho	Lereby	1.271.415	R\$ 9.025.423,00
2004	Cazuza - o Tempo Não Para	Sandra Werneck Walter Carvalho	Lereby	3.082.522	R\$ 21.230.606,00
2004	Olga	Jayme Monjardim	Nexus Cinema	3.078.030	R\$ 20.375.397,00
2004	Sexo, Amor e Traição	Jorge Fernando	Total Entertainment	2.219.423	R\$ 15.775.132,00
2004	Xuxa e o Tesouro da Cidade Perdida	Moacyr Góes	Diler & Associados	1.331.652	R\$ 7.108.730,00
2005	Dois Filhos de Francisco	Breno Silveira	Conspiração Filmes Globo Filmes Lereby Z.C.L. Comércio Promoções e Produções	5.319.677	R\$ 36.728.278,00
2006	Didi, o Caçador de Tesouros	Marcus Figueiredo	Diler & Associados	1.024.732	R\$ 6.220.016,00
2006	Se eu Fosse Você	Daniel Filho	Total Entertainment	3.644.956	R\$ 28.916.137,00
2006	Xuxa Gêmeas	Jorge Fernando	Diler & Associados	1.035.700	R\$ 5.802.977,00
2007	A Grande Família - o Filme	Maurício Farias	Globo Filmes	2.035.576	R\$ 15.482.240,00
2007	Tropa de Elite	José Padilha	Feijão Filmes Posto 9 Zazen Produções	2.421.295	R\$ 20.422.567,00
2008	Meu Nome não É Johnny	Mauro Lima	Atitude Produções	2.099.294	R\$ 18.092.043,00

Fonte: ANCINE (2022a)

Adaptações de livros documentais ou obras literárias

As adaptações de livros documentais do período foram “Carandiru” e “Tropa de Elite”.

Carandiru foi o grande destaque do ano de 2003, cujo roteiro foi adaptado de “Estação Carandiru”, de Drauzio Varella, que foi um fenômeno editorial com mais de 460 mil exemplares vendidos (CARANDIRU, 2022). Seu elenco mesclou grandes nomes da televisão, com passagens recentes em novelas e minisséries de sucesso, como Milton Gonçalves, Rodrigo Santoro e Maria Luisa Mendonça, com novos talentos. Já *Tropa de Elite* foi inspirado no livro “Elite da Tropa”, de Luiz Eduardo Soares, André Batista e Rodrigo Pimentel, que também foi co-roterista da produção (ANDRADE; NAVARRO, 2007). Seu elenco contou com atores já conhecidos da televisão e com um estreante.

As adaptações de Biografias de grandes nomes da música e história nacional foram marcantes no período. Em *Cazuza – O Tempo não Para* é narrada a história do cantor brasileiro, cujo roteiro partiu do livro “Cazuza, só as mães são felizes”, escrito pela mãe do mesmo, Lucinha Araújo. *Olga* foi adaptado da biografia de Olga Benário Prestes escrita por Fernando Morais. *Meu nome não é Johnny* é uma adaptação da biografia escrita por Guilherme Fiuza sobre João Guilherme Estrella, jovem de classe média do Rio de Janeiro que se tornou um dos maiores traficantes da década de 1980. As três adaptações contaram com elenco que vinha de grandes sucessos da televisão.

Apesar de não ter sido adaptação de um livro biográfico, vale abordar aqui a obra *Dois filhos de Francisco*. Na esteira das biografias de talentos musicais, como a do Cazuza, o filme se baseia na história de Francisco, pai da dupla sertaneja Zezé di Camargo & Luciano (PADIGLIONE, 2018). Seu elenco contou com atores famosos e com passagens recentes nas produções da Rede Globo. O sucesso absoluto do filme gerou uma adaptação para o formato musical no teatro.

“Deus é Brasileiro” e “Maria, Mãe do Filho de Deus” são as produções cujo roteiro foram adaptados de uma obra literária. O conto “O santo que acreditava em Deus” inspirou “Deus é brasileiro”, cujo elenco era constituído por grandes estrelas da Rede Globo. Já “Maria, Mãe do Filho de Deus” tinha inspiração na Bíblia e encabeçou o fenômeno dos filmes religiosos ao contar a vida de Jesus a partir da perspectiva de sua mãe, Maria. Conta com elenco de grande sucesso na televisão e com Padre Marcelo Rossi, que também contava com muitas inserções na televisão.

Adaptações de peças de teatro

Lisbela e o Prisioneiro é uma adaptação de uma peça de teatro, com elenco já muito

conhecido do público através da Rede Globo. A Dona da História era uma peça de João Falcão, que havia feito um grande sucesso anos antes de sua adaptação para o cinema. Seu elenco conta com celebridades atuantes da Rede Globo.

Adaptações de séries da televisão

Assim como descrito sobre Os Trapalhões, as adaptações para o cinema de séries de sucesso aproveitavam do sucesso gerado pelos personagens na Televisão para reproduzi-los em novas tramas. Tanto *Os Normais* quanto *A Grande Família – O Filme* eram séries de muito sucesso na Rede Globo e usaram do mesmo artifício, utilizando o mesmo elenco.

Refilmagens

Sexo, pudor e traição é refilmagem de um sucesso de bilheteria no México. Marca o início da carreira diretor de Jorge Fernando no cinema, apesar da vasta atuação na direção de novelas, minisséries e programas na Rede Globo. Seu elenco também é composto por grandes nomes da televisão brasileira.

3.4.2 De 2009 a 2016

O período que vai de 2009 a 2016 caracterizou um grande salto na quantidade de sucessos de público⁶ e um retorno da preferência nacional pelas comédias (tabela 9). Grande parte das produções do gênero tiveram como marca a utilização de humoristas em ascensão por meio de programas e *sitcoms* em emissoras da televisão por assinatura, em especial, do Multishow (canal do Grupo Globo) e da internet. Tal fato reforça a estratégia da abordagem transmídia, onde o cinema não se coloca como mídia hegemônica. Dada a grande quantidade de produções que compõe a lista, a análise que se segue deverá seguir a estrutura do período anterior, partindo da transmidialidade das narrativas para a análise da exposição do elenco.

Tabela 9: Produções Nacionais com Maior Alcance de Público – 2009 a 2016

Ano de Lançamento	Título	Direção	Empresa Produtora Brasileira Majoritária	Público	Renda (R\$)
2009	A Mulher Invisível	Cláudio Torres	Conspiração Filmes	2.353.646	20.500.361,00

⁶ Vale destacar que o salto não refletiu em aumento da preferência do espectador em relação ao filme nacional, como reflete a Figura 4.

Ano de Lançamento	Título	Direção	Empresa Produtora Brasileira Majoritária	Público	Renda (R\$)
2009	Divã	José Alvarenga Jr.	Total Entertainment	1.866.403	16.497.260,61
2009	Os Normais 2	José Alvarenga Jr.	Globo Filmes	2.202.640	18.978.259,88
2009	Se Eu Fosse Você 2	Daniel Filho	Total Entertainment	5.787.244	47.624.137,00
2009	Xuxa em o Mistério de Feiurinha	Tizuka Yamasaki	Playarte Pictures	1.307.135	8.484.823,94
2010	Chico Xavier	Daniel Filho	Lereby	3.413.231	30.279.855,27
2010	Muita Calma Nessa Hora	Felipe Joffily	Casé Filmes/Idéias Ideais	1.485.498	12.832.975,18
2010	Nosso Lar	Wagner de Assis	Cinética Filmes	4.060.971	36.128.751,00
2010	Tropa de Elite 2	José Padilha	Zazen Produções	11.146.723	103.461.153,74
2011	Assalto ao Banco Central	Marcos Paulo	Total Entertainment	1.966.736	18.657.595,20
2011	Bruna Surfistinha	Marcus Baldini	Damasco Filmes/TV Zero Cinema	2.177.018	20.038.457,43
2011	Cilada.com	José Alvarenga Jr.	Casé Filmes	2.959.460	28.030.183,67
2011	De Pernas pro Ar	Roberto Santucci	Morena Filmes	3.506.552	31.033.778,76
2011	O Homem do Futuro	Cláudio Torres	Conspiração Filmes	1.211.083	11.498.810,00
2011	O Palhaço	Selton Mello	Bananeira Filmes	1.243.069	11.903.278,18
2011	Qualquer Gato	Tomas Portella	Tietê Produções	1.194.628	10.742.238,99
2012	Até que a Sorte nos Separe	Roberto Santucci	Gullane	3.417.510	34.712.891,76
2012	De Pernas pro Ar 2	Roberto Santucci	Morena Filmes	4.846.273	50.312.134,36
2012	E Aí, Comeu?	Felipe Joffily	Casé Filmes	2.578.599	26.078.324,43
2012	Gonzaga - De Pai para Filho	Breno Silveira	Conspiração Filmes/D+Filmes	1.460.494	14.654.783,80
2012	Os Penetras	Andrucha Waddington	Conspiração Filmes	2.548.441	25.613.581,00
2013	Até que a Sorte nos Separe 2	Roberto Santucci	Gullane	3.978.191	45.274.441,66
2013	Crô - O Filme	Bruno Barreto	Globo Filmes	1.716.774	18.673.695,63
2013	Faroeste caboclo	René Sampaio	Fogo Cerrado Filmes/Gávea Filmes e Produções	1.469.772	15.560.125,66
2013	Mato sem cachorro	Pedro Amorim	Titânio Produções	1.134.563	11.586.523,40
2013	Meu Passado me Condena	Júlia Rezende	Atitude Produções	3.140.771	34.826.391,63
2013	Minha mãe é uma peça	André Pellenz	Migdal Filmes	4.603.398	49.549.268,08
2013	O Concurso	Pedro Vasconcelos	Globo Filmes	1.320.102	14.125.213,83

Ano de Lançamento	Título	Direção	Empresa Produtora Brasileira Majoritária	Público	Renda (R\$)
2013	Somos tão jovens	Antonio Carlos da Fontoura	Canto Claro Produções Artísticas	1.715.763	18.253.649,24
2013	Vai que dá certo	Maurício Farias	Fraiha Produções	2.729.340	28.990.665,92
2014	Muita calma nessa hora 2	Felipe Joffily	Casé Filmes/Globo Filmes	1.429.862	15.888.595,19
2014	O Candidato Honesto	Roberto Santucci	Camisa Listrada/Panorama Filmes	2.237.776	24.827.669,51
2014	Os Caras de Pau em o Misterioso Roubo do Anel	Felipe Joffily	Casé Filmes	1.892.337	22.614.310,17
2014	Os Homens são de Marte... E é para lá que eu vou	Marcus Baldini	Biônica Filmes	1.793.239	21.750.981,39
2014	S. O. S. Mulheres ao Mar	Cris D'Amato	Ananã Produções	1.776.579	20.732.500,00
2014	Vestido pra Casar	Gerson Sanginitto	Raconto Filmes	1.258.720	14.756.458,84
2015	Até que a sorte nos separe 3	Marcelo Antunez/Roberto Santucci	Gullane	3.335.670	42.263.286,12
2015	Carrossel - O Filme	Alexandre Boury/Mauricio Eça	Paris Entretenimento	2.537.628	27.221.239,28
2015	Loucas pra Casar	Roberto Santucci	Glaz Entretenimento	3.726.547	45.688.069,53
2015	Meu Passado Me Condena 2	Júlia Rezende	Atitude Produções	2.639.935	32.941.689,75
2015	S.O.S Mulheres ao mar 2	Cris D'Amato	Ananã Produções	1.638.272	21.119.066,91
2015	Vai que Cola - O Filme	César Rodrigues	Conspiração Filmes	3.307.837	41.803.908,21
2016	Carrossel 2 - O Sumiço de Maria Joaquina	Mauricio Eça	Paris Produções	2.525.347	28.590.845,61
2016	Minha mãe é uma peça 2	César Rodrigues	DiamondBack	9.235.184	124.687.721,82
2016	Os dez mandamentos - O filme	Alexandre Avancini	Rede Record de Televisão	11.305.479	116.833.026,88
2016	Tô ryca!	Pedro Antônio	Glaz Entretenimento	1.121.570	14.835.057,90
2016	Um Suburbano Sortudo	Roberto Santucci	Camisa Listrada	1.070.434	14.245.429,85
2016	É fada!	Cris D'Amato	Lereby	1.722.069	21.240.910,24

Fonte: ANCINE (2022a)

Comédias

Das 35 comédias que atraíram individualmente mais de um milhão de espectadores para o cinema, nove eram sequências de grandes sucessos de bilheteria. Com exceção de *Até que a sorte nos separe 2*, que teve a troca da atriz protagonista do filme, todos mantiveram elenco, composto em sua imensa maioria de grandes nomes das novelas da Rede Globo.

As adaptações de *sitcoms* e séries do Multishow, isto é, *Cilada.com*, *Vai que Cola – O filme*, *Meu Passado me Condena* usaram estratégias distintas na definição do elenco. Enquanto *Cilada.com* mesclou atores das produções originais com artistas de renome da Rede Globo, *Vai que Cola – O filme* e *Meu Passado me Condena* apostaram na manutenção do elenco da televisão, que de maneira geral, eram humoristas da nova geração. Houve também uma adaptação da série da Rede Globo “Os caras de pau”, que contou com a dupla protagonista no filme.

As adaptações do teatro, *Qualquer Gato Vira-Lata*, *E aí, Comeu?*, *Minha Mãe é uma Peça* e *Os Homens são de Marte... e é para lá que eu vou*, vieram todas de peças de grande sucesso, que ficaram muitos anos em cartaz. De maneira geral, contavam com elenco de grande exposição em novelas da Rede Globo.

Dois filmes tinham influência de outras obras cinematográficas hollywoodianas. *Vestido para Casar*, apesar de semelhante no título, tem roteiro distinto do “Vestida para Casar” (MILANI, 2022), e exibia um elenco famoso na televisão. *Tô ryca!*, cujo roteiro foi adaptado da comédia americana de 1985 *Chuva de Milhões* (ALOI, 2016), tinha como protagonistas alguns humoristas em ascensão.

Dentre as obras literárias, apenas “Divã”, de Martha Medeiros, produziu uma comédia de sucesso, com elenco formado por artistas de grande exposição na Rede Globo. Já o filme *Crô* foi baseado em um personagem de sucesso da novela *Fina Estampa* da Rede Globo e é interpretado pelo mesmo ator, Marcelo Serrado.

As demais comédias foram majoritariamente construídas a partir de roteiros inéditos, com elenco “global”. Em *S.O.S Mulheres ao Mar*, o casal protagonista também contracenava um par romântico na novela exibida a época do lançamento (ZYLBERKAN, 2014). Apenas duas produções mesclaram atores já conhecidos pelas novelas com humoristas em ascensão (*Os Penetras* e *Vai que dá certo*).

Produções infantojuvenis

Dois dos filmes infantojuvenis que foram sucesso de público foram baseados em livros⁷. Enquanto um é a última produção da franquia Xuxa para os cinemas até o presente momento, o outro sinaliza novas formas de exposição do elenco para atrair bilheteria: a protagonista de *É Fada!* é a youtuber, influenciadora digital e apresentadora da MTV Kéfera.

Os outros dois filmes de grande sucesso do gênero foram *O Carrossel* e *O Carrossel 2*, cujos roteiros estão baseados na novela homônima, grande sucesso de audiência, da emissora SBT. Os atores dos filmes eram os mesmos dos personagens da televisão, aumentando a identificação do público com a nova trama. A transmidialidade da narrativa, no entanto, supera a adaptação da televisão para o filme. Originalmente, Carrossel era uma novela mexicana que foi transmitida no SBT no início dos anos 1990 e também foi grande sucesso entre o público infantil.

Filmes policiais, de ação

Enquanto *Tropa de Elite 2* é uma sequência do sucesso de bilheteria, mostrando o amadurecimento do personagem Capitão Nascimento, que continua a ser estrelado por Wagner Moura. Outros atores da primeira edição também são reinseridos na narrativa. *Assalto ao Banco Central* se baseia em uma história real de grande repercussão na imprensa nacional. Ambas as produções contaram com atores de grande exposição na televisão.

Filmes biográficos

Breno Silveira, após o sucesso de “Dois filhos de Francisco”, dirigiu outra cinebiografia de sucesso: *Gonzaga – de pai para filho*. Baseado na biografia “Gonzaguinha e Gonzagão: uma história brasileira”, de Regina Echeverria, seu elenco não tinha grande projeção nas novelas da Rede Globo. *Somos tão jovens* foi outra biografia construída através de músicos nacionais consagrados. O início de carreira de Renato Russo, líder da banda Legião Urbana, foi retratado no filme, que contara com elenco de com um bom

⁷ *Xuxa em o Mistério de Feiurinha* foi adaptada de “O Fantástico Mistério de Feiurinha”, de Pedro Bandeira. Já o *É Fada!* foi adaptado do livro “Uma fada veio me visitar”, de Thalita Rebouças.

grau de exposição na televisão. Já o filme *Faroeste Caboclo*, apesar de não se tratar de uma biografia, narrou a história contada em canção homônima de Legião Urbana.

Bruna Surfistinha foi uma adaptação do best-seller autobiográfico “O Doce Veneno do Escorpião: diário de uma garota programa” e contou com elenco já conhecido do público pelas novelas da Rede Globo. Por fim, o filme *Chico Xavier*, baseado no livro biográfico “As vidas de Chico Xavier”, de Marcel Souto Maior, foi um grande sucesso, abrindo espaço para os filmes com temáticas religiosas do período analisado. Contou com elenco global e virou minissérie da Rede Globo em 2011

Filmes religiosos

Chico Xavier também foi inspiração para a criação de *Nosso Lar*, cujo roteiro foi adaptado de livro homônimo, do próprio Chico Xavier. Seu elenco não tinha tanta projeção. Já *Os dez mandamentos – O filme* marcou a entrada da Rede Record na indústria cinematográfica. Com uma narrativa baseada na Bíblia, obteve recorde absoluto de público e renda.

4 Determinantes da Demanda

A oferta e a demanda da indústria cinematográfica compõem processos dinâmicos e adaptativos (VANY; WALLS, 1999). A oferta é usualmente representada pelo número de telas (CLEMENT; WU; FISCHER, 2014). A demanda, por sua vez, é expressa pela audiência - público que assiste ao filme no circuito de exibição - e pela bilheteria - montante arrecadado com a exibição.

Diversos fatores nos ajudam a compreender o comportamento da demanda, tanto em termos de público quanto de renda: boca a boca (BAB), críticas e premiações, condições econômicas e demográficas, características do próprio mercado cinematográfico, características dos filmes, rede e reputação do elenco e equipe técnica e investimento e perfil de despesas.

Apesar da dificuldade em se comparar resultados dos estudos empíricos devido à falta de padronização das variáveis, algumas conclusões genéricas são relevantes para compreender as características e dinâmicas da demanda na indústria do cinema. A distribuição da receita de bilheteria tem variância infinita (COLLINS; HAND; SNELL, 2002; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013; WALLS, 2005), o que dá suporte a prática de discretização da bilheteria em faixas de valores nos modelos preditivos.

Ao mesmo tempo, como há uma discrepância na disponibilidade de informações entre os períodos de análise, as variáveis explicativas variam após o lançamento do filme (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; KIM, TAEGU; HONG; KANG, 2015). Dessa forma, o comportamento da bilheteria ao longo do tempo também recebeu atenção da literatura por meio de modelos que previam semana a semana o desempenho da bilheteria (BASUROY; CHATTERJEE; RAVID, 2003; CHEN; XU; ZHANG, 2016; KIM, TAEGU; HONG; KANG, 2015, 2017). Nessa mesma linha analítica, desenvolveram-se modelos que buscavam prever a demanda na primeira semana e após a primeira semana (CLEMENT; WU; FISCHER, 2014; DERRICK; WILLIAMS; SCOTT, 2014; KARNIOUCHINA, 2011; SAWHNEY; ELIASHBERG, 1996) e no primeiro final de semana (CRAIG; GREENE; VERSACI, 2015).

4.1 Previsores de demanda

As variáveis que compõem os diferentes modelos preditivos de demanda do cinema foram agrupadas nos fatores citados e serão exploradas a seguir.

4.1.1 Boca-a-boca, crítica e premiações

Como um filme se caracteriza como um bem cultural cuja qualidade é determinada somente através da experiência de consumo, as variáveis ligadas ao boca-a-boca (BAB), crítica e premiações são previsores relevantes de bilheteria (CRAIG; GREENE; VERSACI, 2015; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013). O quadro 4 resume a aplicação em modelos empíricos.

As redes sociais, como o Facebook, Twitter, Instagram se constituem como mídias relevantes para alcançar audiências, e o número de pessoas que se engajam nessas redes é crescente (PROULX; SHEPATIN, 2012). Esse engajamento permite mensurar o chamado “boca-a-boca”. O surgimento de comunidades online voltadas especificamente para o cinema, como o IMDb, permitiu que alguns estudos buscassem compreender como o *buzz* gerado por filmes nesse tipo de comunidade pode afetar a audiência e o desempenho econômico das produções cinematográficas. Sua mensuração se dá por meio da frequência ou volume e valência das menções na internet sobre o filme analisado (CHEN; XU; ZHANG, 2016; CRAIG; GREENE; VERSACI, 2015; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013; KIM, TAEGU; HONG; KANG, 2017). A variável reflete a preferência dos espectadores (CHANG; KI, 2005), mas é difícil isolar o seu impacto na bilheteria dos gastos com propaganda realizados pelos estúdios e/ou distribuidores. Foi utilizada como variável explicativa nos cinco tipos de modelos

mapeados na literatura sobre previsão de bilheteria.

A crítica é tida como um sinal de qualidade do filme. Em alguns estudos foi operacionalizada por meio de *ratings* ou média de *ratings* de revistas especializadas e comunidades online (BASUROY; CHATTERJEE; RAVID, 2003; BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; CLEMENT; WU; FISCHER, 2014; COLLINS; HAND; SNELL, 2002; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013; PACKARD *et al.*, 2016; TREME, 2010), de críticos específicos (MCKENZIE; WALLS, 2013), ou de uma combinação de ambos (CHANG; KI, 2005; SAWHNEY; ELIASHBERG, 1996).

De acordo com Basuroy, Chatterjee e Ravid (2003), a crítica tem um efeito dual nos modelos empíricos, qual seja, de atuar tanto como influenciador quanto previsor. Por sua vez, Chang e Ki (2005) observaram que a variável perde importância nos modelos de primeira semana quando comparados aos de bilheteria total. Nesse sentido, a crítica se comportaria mais como um previsor do que um influenciador. Kim, Park e Park (2013) encontraram que a classificação de valência é um previsor significativo, mais do que a simples frequência das menções.

Quadro 4: Variáveis de Boca a boca (BAB), críticas e premiações

	Total (carreira do filme)	Primeira semana	Após primeira semana	Semanal	Lançamento e primeiro final de semana
Boca a boca (BAB)	CHANG; KI (2005) NELSON; GLOTFELTY (2012) KIM; PARK; PARK (2013) PACKARD et al. (2016)	CHANG; KI (2005) KARNIOUCHINA (2011)		KIM; HONG; KANG (2015, 2017) CHEN; XU; ZHANG (2016)	CRAIG; GREENE; VERSACI (2015)
Crítica	COLLINS; HAND; SNELL (2002) CHANG; KI (2005) BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ (2009) KIM; PARK; PARK (2013) MCKENZIE; WALLS (2013) PACKARD et al. (2016)	SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) MCKENZIE; WALLS (2013) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	BASUROY; CHATTERJEE; RAVID (2003)	TREME (2010)
Prêmios e nomeações	PACKARD et al. (2016)				

Fonte: Elaborado pela autora

4.1.2 Condições econômicas

Variáveis que representam condições econômicas foram aplicadas apenas em modelos que visam prever a bilheteria total de um filme, como mostra o quadro 5. Das variáveis mapeadas, o total da população representa a audiência potencial e tem efeitos ambíguos na bilheteria, bem como a renda per capita (NELSON; GLOTFELTY, 2012). Em Brewer, Kelley e Jozefowicz (2009), a renda per capita dá suporte à hipótese de que o filme é um bem normal, com sua demanda respeitando a lei da demanda, pelo menos nos modelos pré-lançamento. Já o ano de lançamento, que indica condições macroeconômicas, também teve resultados ambíguos nos estudos empíricos (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; WALLS, 2005).

Quadro 5: Variáveis de condições econômicas

	Total (carreira do filme)
População (Audiência esperada)	Nelson; Glotfelty (2012)
Índice de preços e elasticidade	Brewer; Kelley; Jozefowicz (2009)
Renda per capita	Brewer; Kelley; Jozefowicz (2009) Nelson; Glotfelty (2012)
Ano de lançamento	Walls (2005) Brewer; Kelley; Jozefowicz (2009)

Fonte: Elaborado pela autora

4.1.3 Mercado cinematográfico

As variáveis mapeadas que se referem ao mercado cinematográfico são apresentadas no quadro 6. O primeiro conjunto delas reflete as expectativas dos agentes do mercado: número de cinemas, número de telas e número de assentos. O número de assentos é determinado pelo exibidor (KIM, TAEGU; HONG; KANG, 2015), ao passo que o número de telas e de cinemas na data de lançamento refletem as expectativas do distribuidor (CHANG; KI, 2005; CLEMENT; WU; FISCHER, 2014; MCKENZIE; WALLS, 2013). Em todos os casos, essas variáveis mostraram ter impacto positivo no desempenho de bilheteria.

Acerca da dinâmica da demanda, a receita de bilheteria acumulada na semana anterior tem um grande poder explicativo nos modelos pós-lançamento (CHEN; XU; ZHANG, 2016; KARNIOUCHINA, 2011; KIM, TAEGU; HONG; KANG, 2015). Além disso, a indústria cinematográfica é caracterizada por alta sazonalidade, com os picos de demanda nos feriados e férias escolares (DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005; EINAV, 2007). Como uma parte significativa da bilheteria de um filme é arrecadada na semana de lançamento, a data de

lançamento é crítica para o seu desempenho (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; CHANG; KI, 2005; DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005; EINAV, 2007). Contudo, Derrick, Williams e Scott (2014) não encontraram efeitos significativos da alta temporada na bilheteria arrecadada na primeira semana de exibição. A explicação para tal desempenho pode estar na presença de alta competição nesse período (EINAV, 2007).

O cenário competitivo refere-se à diversidade de filmes em exibição em um dado período e pode ser analisada tanto pela perspectiva da audiência quanto das telas. A racionalidade é que quanto mais filmes competem pela atenção da audiência ou por participação de mercado (em termos de tela), mais difícil é ter sucesso. A competição também segue um padrão ao longo do ano, de modo que Delen e Sharda (2006) analisaram o impacto dos diferentes níveis de competição ao longo do ano na bilheteria. Outros autores buscaram analisar a competição por meio do gênero e da classificação etária (CLEMENT; WU; FISCHER, 2014; KARNIOUCHINA, 2011) ou dos filmes em cartaz e novos lançamentos (CLEMENT; WU; FISCHER, 2014).

O poder econômico do distribuidor é uma importante variável explicativa do número de telas no lançamento (CLEMENT; WU; FISCHER, 2014). Sua influência na bilheteria, por sua vez, é controversa. Enquanto em Derrick, Williams e Scott (2014) apenas dois estúdios afetaram de maneira significativa o desempenho de bilheteria, em Kim, Park e Park (2013) a variável não se mostrou significante.

Por fim, ancorados na premissa de que o desenvolvimento de produções cinematográficas é caracterizado pela fluidez na construção e dissolução de suas equipes, cuja base de recursos humanos é construída projeto a projeto, Packard et al. (2016) propuseram que o tipo de estúdio – *Major ou independente* – é um moderador potencial da relação entre bilheteria e rede do elenco e equipe técnica.

Quadro 6: Variáveis do Mercado Cinematográfico

	Total (carreira do filme)	Primeira semana	Após primeira semana	Semanal	Lançamento e Primeiro final de semana
Número de cinemas		DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)		
Número de assentos				KIM; HONG; KANG (2015, 2017)	
Número de telas	CHANG; KI (2005) WALLS (2005) SHARDA; DELEN (2006) NELSON; GLOTFELTY (2012) KIM; PARK; PARK (2013) MCKENZIE; WALLS (2013)	CHANG; KI (2005) KARNIOUCHINA (2011) MCKENZIE; WALLS (2013) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	KARNIOUCHINA (2011) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	BASUROY; CHATTERJEE; RAVID (2003) KIM; HONG; KANG (2015, 2017) CHEN; XU; ZHANG (2016)	TREME (2010)
Bilheteria da semana anterior			KARNIOUCHINA (2011) CLEMENT; WU; FISCHER (2014) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	KIM; HONG; KANG (2015) CHEN; XU; ZHANG (2016)	
Sazonalidade	CHANG; KI (2005) DELMESTRI; MONTANARI; USAI (2005) BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ (2009) KIM, SANG HO; PARK; PARK (2013)	CHANG; KI (2005) KARNIOUCHINA (2011) CLEMENT; WU; FISCHER (2014) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	KARNIOUCHINA (2011) CLEMENT; WU; FISCHER (2014) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	BASUROY; CHATTERJEE; RAVID (2003)	TREME (2010)
Atenção da audiência e/ou competição por tela	SHARDA; DELEN (2006)	KARNIOUCHINA (2011) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	KARNIOUCHINA (2011) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	KIM; HONG; KANG (2017)	
Poder do estúdio/distribuidor	KIM, SANG HO; PARK; PARK (2013) PACKARD et al. (2016)	DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)		

Fonte: Elaborado pela autora

4.1.4 Características do filme

Classificação etária, gênero, origem da produção, sequência e efeitos especiais são características de um filme e compõem o conjunto de variáveis mais utilizadas nos estudos empíricos, como se pode notar no quadro 7.

A classificação etária é concedida por uma instituição terceira², levando em consideração conteúdos sexuais, violentos e de temática adulta. Indica o tamanho potencial da audiência (CHANG; KI, 2005), uma vez que restrições de idade reduzem o número de pessoas que podem assistir ao filme e, por consequência, a bilheteria. No entanto, os resultados obtidos nos estudos empíricos são controversos: enquanto alguns corroboram tal hipótese (CHANG; KI, 2005; NELSON; GLOTFELTY, 2012; WALLS, 2005), outros não apontam influência significativa (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013; SHARDA; DELEN, 2006).

Os resultados dos estudos empíricos a respeito do impacto do gênero na bilheteria são difíceis de serem analisados, pois não existe uma classificação única de gênero. Algumas categorias de gênero tem um impacto significativo no desempenho de bilheteria, mas Walls (2005) mostrou que as categorias só são relevantes enquanto grupo, e não individualmente. Em Collins, Hand e Snell (2002) e Chang e Ki (2005), drama é significativo e tem impacto negativo. Para Sharda e Delen (2006) quase todas as categorias não são significantes. Em Nelson e Glotfelty (2012), o gênero indica similaridades e diferenças nas preferências dos consumidores de diferentes países.

A origem da produção foi utilizada em estudos que visam avaliar o total da bilheteria de países específicos, com bases de dados contendo a produção nacional e estrangeira. Mckenzie e Walls (2013) analisaram o mercado interno australiano, enquanto Clement, Wu e Fischer (2014) analisaram os mercados dos EUA e da Alemanha. Em ambos os estudos, a origem da produção mostrou-se significativa.

A variável menos empregada em estudos é o tempo de projeção, o que faz com que sua influência no desempenho de bilheteria seja pouco conhecida (GHIASSI; LIO; MOON, 2015). De acordo com Ainslie, Drèze e Zufryden (2005), filmes de maior mérito artístico tendem a ser mais longos do que os sucessos de bilheteria. Nesse sentido, quanto mais longo o filme, menor a capacidade de atrair bilheteria.

² Nos EUA, a classificação é dada pela Motion Picture Association of America (MPAA), no Brasil pelo MJ.

Quadro 7: Variáveis das Características do Filme

	Total (carreira do filme)	Primeira semana	Após primeira semana	Semanal	Lançamento e primeiro final de semana
Classificação etária	COLLINS; HAND; SNELL (2002) CHANG; KI (2005) DELMESTRI; MONTANARI; USAI (2005) WALLS (2005) SHARDA; DELEN (2006) BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ (2009) NELSON; GLOTFELTY (2012) KIM; PARK; PARK (2013) PACKARD et al. (2016)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014) SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014) SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	BASUROY; CHATTERJEE; RAVID (2003)	CRAIG; GREENE; VERSACI (2015)
Gênero	COLLINS; HAND; SNELL (2002) CHANG; KI (2005) DELMESTRI; MONTANARI; USAI (2005) WALLS (2005) SHARDA; DELEN (2006) BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ (2009) NELSON; GLOTFELTY (2012) KIM; PARK; PARK (2013) PACKARD et al. (2016)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014) SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014) SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)		TREME (2010) CRAIG; GREENE; VERSACI (2015)
Origem da produção	MCKENZIE; WALLS (2013)	MCKENZIE; WALLS (2013) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014)		
Sequência	COLLINS; HAND; SNELL (2002) CHANG; KI (2005) WALLS (2005) SHARDA; DELEN (2006) BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ (2009) KIM; PARK; PARK (2013) MCKENZIE; WALLS (2013) PACKARD et al. (2016)	SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) CHANG; KI (2005) MCKENZIE; WALLS (2013) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	BASUROY; CHATTERJEE; RAVID (2003)	CRAIG; GREENE; VERSACI (2015)
Efeitos especiais	SHARDA; DELEN (2006)	SAWHNEY; ELIASHBERG (1996)	SAWHNEY; ELIASHBERG (1996)		

Sequências são filmes que têm uma base pré-existente de fãs. As sequências distinguem-se dos *remakes* (refilmagens) pelo grau de novidade trazido pela narrativa ou pelas experiências sensoriais associadas: enquanto sequências continuam uma história já conhecida do público ou baseiam-se em uma história já contada em outro produto cultural, como um programa de televisão, videogame ou livro, os *remakes* (refilmagens) contam uma história que já foi contada na mesma linguagem (filme, livro, etc.) (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; BOHNENKAMP *et al.*, 2015). Ambos, portanto, são extensões de marca em que se espera menores riscos e retornos mais altos. Os estudos empíricos, contudo, apontam impactos na bilheteria muito distintos.

Os *remakes* não têm impacto significativo na bilheteria (BOHNENKAMP *et al.*, 2015). Já as sequências mostram-se importantes para o desempenho da bilheteria (CHANG; KI, 2005; MCKENZIE; WALLS, 2013; NELSON; GLOTFELTY, 2012; PACKARD *et al.*, 2016). De acordo com Craig, Greene e Versaci (2015), elas tendem a diminuir o risco e a chance de se tornar um fracasso de bilheteria. Assim, estúdios buscam não estabelecer estratégias de cofinanciamento para esses tipos produções (CHISHOLM *et al.*, 2015).

Efeitos especiais refletem o mérito técnico do filme e são empregados intensivamente em animações e em ficções científicas (SHARDA; DELEN, 2006). Essa variável é pouco utilizada em modelos pois o orçamento também pode refletir o trabalho técnico contido em um filme (NELSON; GLOTFELTY, 2012). De toda forma, a presença de alto conteúdo de efeito especial tende a aumentar a chance de sucesso do filme (SHARDA; DELEN, 2006).

4.1.5 Reputação e rede da equipe técnica e elenco

A popularidade de um ator ou diretor pode afetar o desempenho de bilheteria por meio de diferentes racionalidades. Enquanto um diretor que tem boa reputação atrai indivíduos talentosos para trabalhar na produção do filme (DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005) ator famoso atrai audiência para o filme e, conseqüentemente, aumenta a bilheteria (KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013; NELSON; GLOTFELTY, 2012; SHARDA; DELEN, 2006).

O poder do ator famoso nos modelos empíricos traduz a forma como a marca de um ator é utilizada para fins de atração de audiência e está, portanto, intimamente associada ao fenômeno das celebridades, em que um pequeno grupo de pessoas dominam as atividades nas quais se engajam e passam a ter uma renda significativamente maior do que os demais

pares (ROSEN, 1981).

Enquanto para Rosen (1981) a diferença na renda está condicionada a pequenas alterações no talento, para Adler (1985), ela ocorre, inclusive, em casos em que não há qualquer distinção de talento. Nesse sentido, Adler argumenta que o fenômeno das celebridades está condicionado a atividades em que o consumo requer conhecimento. Como um exemplo, o autor cita o consumo de música. É possível aumentar a satisfação que se tem ao ouvir música quando se discute previamente sobre ela com outras pessoas que também se interessem por ela. E essa discussão é facilitada se todos os participantes compartilharem uma base comum de conhecimento. Assim, se há celebridades/estrelas, isto é, artistas que todos são familiarizados, é mais vantajoso para os consumidores. As celebridades atuam, portanto, como um instrumento de mercado ou como um sinalizador para economizar nos custos de aprendizagem em atividades econômicas onde quanto mais se sabe, mais satisfação se tem (PENG *et al.*, 2019).

Situando o fenômeno das celebridades na indústria cinematográficas, um vasto corpo da literatura buscou compreender como um ator-celebridade afeta o desempenho de bilheteria. Essa capacidade de atração de bilheteria expressa o que chamamos nessa tese de “poder do ator famoso⁸”, que é resultado das suas habilidades de atuação e de seus traços de personalidade e reflete, além da capacidade que o ator tem de atrair audiência, a capacidade de obter financiamento e melhores parceiros para distribuição (KARNIOUCHINA, 2011), ou de atrair publicidade gratuita e garantir investimentos (ELBERSE, 2007).

Ancorados nessa abordagem, Peng *et al.* (2019) analisaram os efeitos de sinalização e qualidade do poder do ator famoso nas variáveis de desempenho de bilheteria. Na medida em que os produtos culturais exigem que seus consumidores aprendam e compartilhem conhecimento sobre eles antes do consumo, atores famosos deveriam diminuir o custo de aprendizagem nas experiências de consumo dos filmes. Assim, o conhecimento prévio em torno dos atores proveria ao consumidor maior satisfação no consumo de filmes. O efeito sinalização promovido pelo ator famoso atua no sentido de reduzir o custo de se buscar audiência em produções cinematográficas e está, portanto, intimamente ligado ao desempenho econômico. Já o efeito qualidade expressa o reconhecimento da indústria a respeito de um talento e, nesse sentido, não estaria necessariamente relacionado com o desempenho econômico (PENG *et al.*, 2019).

⁸ Tradução adaptada de “Star Power”.

Assim como ocorre com o gênero, a variável poder do ator famoso não tem uma única forma de mensuração. Enquanto alguns estudos a mensuraram a partir da aparição de atores em rankings da indústria e nas chamadas *top lists* (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; COLLINS; HAND; SNELL, 2002; MCKENZIE; WALLS, 2013; WALLS, 2005), outros utilizaram a bilheteria acumulada de filmes que o ator participou anteriormente (CHANG; KI, 2005; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013), nomeações ou premiações (PENG *et al.*, 2019; DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005; BASUROY; CHATTERJEE; RAVID, 2003), número de filmes feitos anteriormente (CHANG; KI, 2005) ou cachê cobrado (SHARDA; DELEN, 2006). Karniouchina (2011) mediu o poder do ator famoso a partir do *buzz* gerado pelo elenco por meio da intensidade das buscas realizadas no IMDb por qualquer um de seus atores integrantes. PENG *et al.* (2019) também se valeu do *buzz* gerado na internet para avaliar o efeito sinalização das celebridades. Tais abordagens se baseiam na premissa de que os eventos da vida privada e pública dos atores geram interesse no consumidor.

A mensuração do poder do ator famoso pode ser feita por variáveis *dummy* e categóricas. Essa abordagem é empregada por estudos que utilizam métricas baseadas em prêmios e/ou nomeações e por aquelas que estabelecem parâmetros de desempenho anterior do ator, como a presença em filmes com público superior a 2 milhões (HUR; KANG; CHO, 2016). Como apontado por Nelson e Glotfelty (2012), esse tipo de abordagem limita o número de celebridades que podem ser consideradas na métrica.

Outra abordagem utilizada é das variáveis contínuas, como por exemplo o número de vezes que um ator apareceu em rankings da indústria e *top lists*. Tal qual no caso da abordagem anteriormente citada, essa forma de mensuração limita o número de celebridades que compõem a métrica.

Apesar das diferenças nas formas de mensuração, a maioria dos resultados convergem para a sua importância (KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013; NELSON; GLOTFELTY, 2012; SHARDA; DELEN, 2006). No entanto, para Brewer, Kelley e Jozefowicz (2009), a variável só impacta a bilheteria após o lançamento do filme, e para McKenzie e Walls (2013), o impacto só ocorre no modelo log-linear. Em Collins, Hand e Snell (2002), apesar do ator famoso estar positivamente relacionado com a bilheteria, o erro é grande, aumentando a incerteza da análise de impacto. Já em um estudo que analisou o circuito italiano de cinema, curiosamente, o ator famoso só impactou o mérito artístico e não o desempenho comercial

(DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005). Esse resultado está alinhado com o alcançado por Chang e Ki (2005), em que o poder do ator famoso não foi empiricamente suportado.

O poder do diretor, por sua vez, não é suportado na literatura. Nelson e Glotfelty (2012) testaram o impacto da variável ao substituir diretores medianos com um bem-sucedido em termos bilheteria. Os resultados mostraram que um diretor bem-sucedido não influencia no sucesso financeiro do filme. Em Chang e Ki (2005), a variável mostrou-se insignificante.

Quadro 8: Variáveis de reputação e rede da equipe técnica e elenco

	Total (carreira do filme)	Primeira semana	Após primeira semana	Semanal	Lançamento e primeiro final de semana
Diretor	CHANG; Ki (2005) DELMESTRI; MONTANARI; USAI (2005) NELSON; GLOTFELTY (2012) KIM; PARK; PARK (2013) PACKARD et al. (2016)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014)		
Poder do ator famoso	COLLINS; HAND; SNELL (2002) CHANG; Ki (2005) DELMESTRI; MONTANARI; USAI (2005) WALLS (2005) SHARDA; DELEN (2006) BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ (2009) NELSON; GLOTFELTY (2012) KIM; PARK; PARK (2013) MCKENZIE; WALLS (2013) PACKARD et al. (2016) PENG et al. (2019)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014) CHANG; Ki (2005) MCKENZIE; WALLS (2013) SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) KARNIOUCHINA (2011) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014) CHANG; Ki (2005) MCKENZIE; WALLS (2013) SAWHNEY; ELIASHBERG (1996) KARNIOUCHINA (2011) DERRICK; WILLIAMS; SCOTT (2014)	BASUROY; CHATTERJEE; RAVID (2003)	TREME (2010) CRAIG; GREENE; VERSACI (2015)

Fonte: Elaborado pela autora

4.1.6 Investimento e perfil de despesas

Todo filme exige a alocação de recursos financeiros em sua produção, os quais compõem o orçamento. Ademais, para ser lançado comercialmente, exige investimentos em divulgação e propaganda. Os gastos com propaganda são definidos pelo distribuidor. Há um grande potencial de endogeneidade dessa variável com a receita de bilheteria pois o distribuidor normalmente aloca o recurso em função de previsões a respeito do comportamento da bilheteria (MCKENZIE; WALLS, 2013; CLEMENT; WU; FISCHER, 2014).

O orçamento impacta positivamente a bilheteria (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013). A racionalidade desse comportamento é que quanto maior o orçamento, maior o número de atores famosos e de efeitos especiais o filme emprega (NELSON; GLOTFELTY, 2012). Ademais, a variável é altamente correlacionada com gastos com propaganda e número de telas no lançamento. Nesse sentido, quando tais variáveis estão presentes em um modelo, há uma redução significativa do seu poder explicativo.

Quadro 9: Variáveis de investimento e perfil de despesas

	Total (carreira do filme)	Primeira semana	Após primeira semana	Semanal	Lançamento e primeiro final de semana
Gastos com propaganda	MCKENZIE; WALLS (2013)	MCKENZIE; WALLS (2013) CLEMENT; WU; FISCHER (2014)	CLEMENT; WU; FISCHER (2014)		
Orçamento	CHANG; KI (2005) WALLS (2005) BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ (2009) NELSON; GLOTFELTY (2012) KIM; PARK; PARK (2013) MCKENZIE; WALLS (2013) PACKARD et al. (2016)	CHANG; KI (2005) MCKENZIE; WALLS (2013)		BASUROY; CHATTERJEE; RAVID (2003)	TREME (2010) CRAIG; GREENE; VERSACI (2015)

Fonte: elaborado pela autora

4.2 Modelos estatísticos e computacionais preditivos de bilheteria

Como apontou Kim, Hong e Kang (2015), diversos estudos se utilizam de modelos lineares de regressão para prever o comportamento da bilheteria. No entanto, a alta incerteza da demanda cinematográfica torna tais modelos pouco aderentes a sua realidade (WALLS, 2005). Com vistas a melhoria da acurácia preditiva, algoritmos não lineares de aprendizado de máquinas estão sendo cada vez mais empregados nos estudos empíricos da indústria cinematográfica (CHEN; XU; ZHANG, 2016; DELEN; SHARDA, 2010; GHIASSI; LIO; MOON, 2015; GUO; ZHANG; HOU, 2015; HUR; KANG; CHO, 2016; KIM, TAEGU; HONG; KANG, 2015, 2017; LEE *et al.*, 2018; SHARDA; DELEN, 2006; ZHOU; YEN, 2018; ZHOU; ZHANG; YI, 2017).

O processo de estimação da bilheteria pode ser considerado um problema de classificação, onde cada classe representa um intervalo possível de receita de bilheteria, os quais variam do fracasso total ao sucesso de bilheteria. A discretização da variável dependente em intervalos torna os algoritmos de aprendizado de máquinas mais rápidos e melhores (GHIASSI; LIO; MOON, 2015; SHARDA; DELEN, 2006).

A regressão logística (RL) foi empregada em modelos cuja variável dependente era dicotômica. Sua aplicação em problemas com mais de duas classes requer a conversão de uma variável binária em um problema de multi-classificação, que pode ser realizada por meio de diferentes métodos, como o *one-vs-all* e o *one-vs-one* (LEE *et al.*, 2018). Em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica, RL foi empregada por Sharda e Delen (2006) e Lee *et al.* (2018) e os resultados são apresentados na tabela 10. Em nenhum desses estudos, a RL apresentou os melhores resultados individuais.

Tabela 10: Resultados preditivos dos algoritmos de Regressão Logística em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica

Autores	Amostra (N)	Número de classes	Métrica	Desempenho médio dos algoritmos de Regressão Logística (RL)
Sharda; Delen (2006)	834	9	Bingo	30.17%
			One-Away	69.6%
Lee <i>et al.</i> (2018)	375	10	Bingo	49.7%
			One-Away	88.3%

Fonte: Elaborado pela autora

O algoritmo da Floresta Aleatória (FA) é um método que melhora o desempenho preditivo de

árvores de decisão (JAMES *et al.*, 2000) e tem mostrado eficiência em bases de dados que lidam com uma grande quantidade de variáveis (DELEN; SHARDA, 2010). Ademais, FA é robusto com os outliers (LEE *et al.*, 2018). Como mostra a tabela 11, o algoritmo foi bastante empregado nos estudos da indústria do cinema.

Tabela 11: Resultados preditivos dos algoritmos de Floresta Aleatória em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica

Autores	Amostra (N)	Número de classes	Métrica	Desempenho médio dos algoritmos de Floresta Aleatória (FA)
Delen; Sharda (2010)	2632	9	Bingo	54.62%
			One-Away	89.60%
Guo; Zhang; Hou (2015)	14551	8	Bingo	54.27%
			One-Away	90.96%
Zhou; Yen (2018)	3807	5	Bingo	47.78%
			One-Away	82.86%
Lee et al. (2018)	375	10	Bingo	53.1%
			One-Away	86.4%

Fonte: Elaborado pela autora

O método do Classificador de Vetor de Suporte (SVC) envolve a transformação dos dados de entrada para um espaço n-dimensional de *features*. Ele cria hiperplanos que separam os grupos de *features* em um espaço n-dimensional. Cada grupo, por sua vez, corresponde a uma classe a ser predita. Nesse sentido, o SVC “(...) achieves a classification based on the value of the linear combination of features” (DELEN; SHARDA, 2010, p. 35). O modelo também tem uma forte habilidade de generalização e é robusto com outliers (LEE *et al.*, 2018). Os resultados dos estudos empíricos sobre a indústria do cinema são apresentados na tabela 12.

Tabela 12: Resultados preditivos dos algoritmos do Classificador de Vetor de Suporte em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica

Autores	Amostra (N)	Número de classes	Métrica	Desempenho médio dos algoritmos do Classificador de Vetor de Suporte (SVC)
Delen; Sharda (2010)	2632	9	Bingo	55.49%
			One-Away	85.55%
Guo; Zhang; Hou (2015)	14551	8	Bingo	32.15%
			One-Away	59.62%
Zhou; Yen (2018)	3807	5	Bingo	34.37%
			One-Away	64.84%
Lee et al. (2018)	375	10	Bingo	28.7%
			One-Away	58.9%

Fonte: Elaborado pela autora

O algoritmo Perceptron de Múltiplas Camadas (MLP) é uma arquitetura popular de rede neural *feedforward* e, em estudo anterior, foi o melhor modelo preditivo de bilheteria (ZHANG; LUO; YANG, 2009). Comparado às técnicas estatísticas tradicionais, tem a vantagem de não fazer qualquer tipo de suposição acerca da distribuição dos dados (GARDNER; DORLING, 1998). O modelo consiste em três camadas; na camada de entrada, cada *feature* representa um nó que age como um neurônio que usa uma função de ativação não linear; a(s) camada(s) oculta(s) adicionam neurônios à rede neural, permitindo o aprendizado de grupos de *features* mais complexos; e a camada de saída refere-se as possíveis classes de dados (categorias a serem preditas). Os resultados do MLP nos estudos empíricos de bilheteria são apresentados na tabela 13.

Tabela 13: Resultados preditivos dos algoritmos do *Perceptron* de Múltiplas Camadas (MLP) em estudos empíricos sobre a indústria cinematográfica

Autores	Amostra (N)	Número de classes	Métrica	Desempenho médio dos algoritmos do Perceptron de Múltiplas Camadas (MLP)
Sharda; Delen (2006)	834	9	Bingo	36.9 %
			One-Away	75.2%
Zhang; Luo; Yang (2009)	241	6	Bingo	39.9%
			One-Away	77.2%
Delen; Sharda (2010)	2632	9	Bingo	52.60%
			One-Away	87.28%
Guo; Zhang; Hou (2015)	375	10	Bingo	19.68%
			One-Away	48.67%

Fonte: Elaborado pela autora

O LightGBM é um algoritmo de aumento de gradiente baseado em árvores de decisão desenvolvido em 2017 e, dessa forma, pouco utilizado em estudos empíricos. A diferença para os outros algoritmos baseados em árvores é a direção que a árvore cresce, que é vertical e não horizontal (BEJUK; BRAJDIC; LUKSIC, 2018). Essa característica tornou o algoritmo mais rápido (KE et al., 2017).

A análise do desempenho do aprendizado dos algoritmos e seus classificadores pode ser feita por diversas métricas, comparando os resultados preditos com os dados reais (SOKOLOVA; JAPKOWICZ; SZPAKOWICZ, 2006). Em um problema em que há dois possíveis resultados, por exemplo, o filme ser um sucesso de bilheteria ou não, é possível extrair a seguinte matriz (quadro 10):

Quadro 10: Exemplo aplicado de matriz de confusão

		Verdadeiro	
		<i>Sucesso de bilheteria</i>	<i>Não é sucesso de bilheteria</i>
Predita	<i>Sucesso de bilheteria</i>	Positivo Verdadeiro (PV)	Falso Negativo (FN)
	<i>Não é sucesso de bilheteria</i>	Falso Positivo (FP)	Negativo Verdadeiro (NV)

Fonte: Elaborado pela autora

Ao considerar esses resultados possíveis, a precisão do modelo é calculada como segue:

$$(1) \textit{Precisão} = \frac{PV}{PV+FP}$$

A métrica de precisão mostra como o modelo é bem-sucedido em prever uma determinada classe. Uma outra métrica importante é o *recall*, que representa com que frequência o modelo classifica o filme de uma classe específica em uma classe específica (2) (SOKOLOVA; JAPKOWICZ; SZPAKOWICZ, 2006)

$$(2) \textit{Recall} = \frac{PV}{PV+FN}$$

Uma outra métrica, o *F1-score*, combina precisão e recall, gerando um valor que representa a qualidade geral do modelo. Quanto mais alto o valor, melhor o modelo (SOKOLOVA; JAPKOWICZ; SZPAKOWICZ, 2006):

$$(3) F1 = \frac{2 * \text{precisão} * \text{recall}}{\text{precisão} + \text{recall}}$$

A taxa média de acertos (em inglês, *Average Present Hit Rate* - APHR) é uma medida de acurácia. Há duas taxas de acertos possíveis: a taxa exata de acerto (Bingo), isto é, a taxa de sucesso de classificar o filme exatamente na categoria desempenhada (igual ao *recall*); e a taxa um de distância (*1-away*), isto é, a taxa de sucesso de classificar o filme em até uma classe de distância do desempenho real. Essas métricas podem ser empregadas tanto para avaliar uma categoria de desempenho específica quanto para avaliar todas as categorias (desempenho médio). São representadas algebricamente como segue em (4) e (5), onde n representa a amostra, c o total de classes e p_i o total de exemplos da amostra corretamente classificado na categoria i .

$$(4) APHR = \frac{p_i}{n_i}$$

$$(5) APHR_{Bingo} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^c p_i$$

$$(6) APHR_{1-away} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^c (p_{i-1} + p_i + p_{i+1})$$

5 Procedimentos metodológicos

Esse capítulo visa descrever os procedimentos metodológicos que permitiram trilhar o caminho necessário para atender aos objetivos propostos dessa tese. Nesse sentido, será apresentado o modelo de análise construído a partir da revisão da literatura, as bases de dados para execução dos experimentos quantitativos e as respectivas técnicas de coleta e, por fim, as técnicas estatísticas e computacionais a serem empregadas.

5.1 Método

Para atingir o objetivo principal da tese, quatro objetivos específicos foram propostos:

- i. Criação de modelo genérico dos determinantes da demanda das produções cinematográficas locais
- ii. Adaptação das variáveis genéricas ao contexto brasileiro
- iii. Criação de modelo empírico específico para o contexto brasileiro e análise do impacto das variáveis escolhidas
- iv. Análise da robustez do modelo genérico proposto

Visando capturar cada um dos objetivos específicos e, assim, responder ao objetivo principal, as metodologias propostas para cada uma das análises estão apresentadas na tabela 14.

Tabela 14: Metodologia aplicada em cada objetivo específico

Objetivo específico	Metodologia
i.	Revisão de literatura
ii.	Revisão de literatura e adequação das variáveis genéricas em base de dados nacionais
iii.	Criação de modelos empíricos de previsão de bilheteria
iv.	Análise quantitativa e qualitativa da robustez do modelo estabelecido

Fonte: A autora

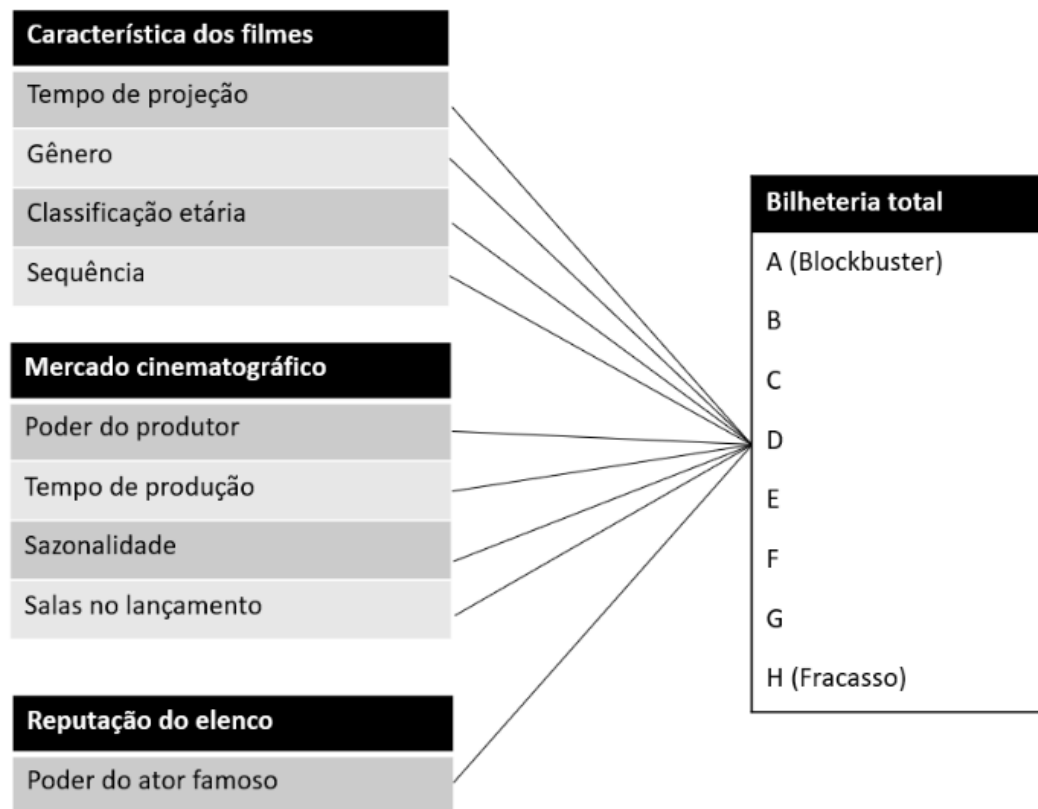
Para responder ao primeiro objetivo foi comparada a importância dos determinantes de bilheteria em diferentes países. Estes estão presentes nos diversos artigos acadêmicos apresentados na revisão da literatura e substanciaram a adaptação ao contexto brasileiro. Para responder ao segundo objetivo, uma análise detalhada dos determinantes genéricos foi replicada para o contexto brasileiro. Desta forma, o contexto específico da indústria no Brasil influenciou algumas variáveis mais do que a outras. Para validação dos objetivos três e quatro foram rodados, ao todo, cinco modelos utilizando técnicas do aprendizado de máquinas (FA, RL, SVC, MLP, LightGBM).

Em relação à modelagem, o uso de técnicas de inteligência artificial como forma de validar a robustez dos modelos propostos coloca o trabalho na fronteira do conhecimento. Contudo, tais técnicas apresentam a limitação de não permitirem a compreensão do sentido do impacto das variáveis. Espera-se, assim, ao final do trabalho, contribuir com a criação de um instrumento de apoio a tomada de decisão dos agentes da cadeia cinematográfica. Ao mesmo tempo, espera-se ter uma caracterização da demanda cinematográfica nacional que permita a formulação de estratégias e políticas públicas mais assertivas.

5.2 Análise do modelo genérico e proposição do modelo específico

O modelo proposto para os determinantes da demanda cinematográfica nacional das produções locais é apresentado na figura 5. Praticamente todas as variáveis independentes foram extraídas de estudos anteriores que visavam prever especificamente a bilheteria total (carreira do filme) (BREWER; KELLEY; JOZEFOWICZ, 2009; CHANG; KI, 2005; COLLINS; HAND; SNELL, 2002; DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005; KIM, SANG HO; PARK; PARK, 2013; MCKENZIE; WALLS, 2013; NELSON; GLOTFELTY, 2012; PACKARD et al., 2016; SHARDA; DELEN, 2006; TREME, 2010; WALLS, 2005).

Figura 5 Modelo dos determinantes da demanda cinematográfica nacional das produções locais



Fonte: Perez, Reis, Nakano (2019)

A escolha das variáveis deu-se em função da disponibilidade dos dados e da viabilidade de operacionalização. Duas variáveis foram adaptadas ao contexto brasileiro. O poder do distribuidor/estúdio foi substituído por poder da produtora, entendido como necessário a partir do direcionamento das políticas públicas ao elo da produção que culminou no processo de profissionalização vivenciado pela cadeia desde o Cinema da Retomada, como exposto no capítulo 2. E o poder do ator famoso (*Star Power*) foi construído por meio de métrica inédita, pautada na exposição do elenco do filme em novelas da Rede Globo. Partindo da premissa de que um ator enquanto marca se caracteriza como um veículo simbólico usado para criar familiaridade e conhecimento em torno de um filme, e de que, no Brasil, a construção dessa marca é impulsionada pela participação em novelas da Rede Globo, o poder do ator famoso foi elaborado como um índice de exposição do elenco em novelas da Rede Globo.

5.3 Variáveis e base de dados

Tendo em vista as adaptações propostas, as variáveis do modelo e sua forma de operacionalização são expostas no quadro 11:

Quadro 11: Quadro resumo das variáveis da base nacional

Variável	Descrição	Racionalidade para inclusão no modelo	Operacionalização	Fonte
Tempo de projeção	Duração do filme	Filmes de maior mérito artístico tendem a ter maior tempo de duração do que os grandes sucessos de bilheteria	Minutos	Ministério da Justiça, Filmow
Gênero	Classificação de gênero mais frequente	Público tem preferência por alguns gêneros	Indicador de gênero: - Biografia - Comédia - Documentário - Drama - Outros	IMDb, do Ministério da Justiça e do Adorocinema
Classificação etária	Recomendação de idade mínima em função do conteúdo do filme	Quanto maior a restrição, menor o potencial de audiência	Indicador de classificação etária: Livre 10+ 12+ 14+ 16+ 18+	Ministério da Justiça
Sequência	Existência de base prévia de fãs	Reduz riscos e aumenta a chance de sucesso em bilheteria	Dummy: 0 - não 1 - sim	autor
Poder produtora	Poder econômico da principal produtora	"Principais" produtoras tendem a produzir filmes de maior "qualidade" e têm maior suporte financeiro (Packard et al., 2016)	Indicador de poder: Major Medium Minor	Ancine; autor
Tempo de produção	Tempo decorrente entre o registro da produção na ANCINE e o lançamento	Demonstra habilidade na mobilização de recursos (capacidade empreendedora) e tendência a melhor aproveitar as oportunidades	Número de anos	Filmow e Ancine
Sazonalidade	Flutuações da demanda na data de lançamento	Feriados e férias escolares atraem maior público	Dummy: 1 – Lançamento em férias escolares ou feriado 0 – Lançamento em outros períodos	Calendar e Ancine
Salas no lançamento	Número de salas no momento do lançamento	Quanto maior o alcance no parque exibidor no momento do lançamento, melhor tende a ser o desempenho de bilheteria do filme	Número de salas (unidade)	Ancine
Star Power	Grau de fama dos atores do filme	Atores famosos tendem a atrair público	Índice (I) de exposição do elenco em novelas da Rede Globo	Rede Globo, Wikipedia, IMDb

Fonte: Elaborado pela autora

5.4 Abordagem do aprendizado de máquinas

A base foi dividida em duas: 80% dos títulos foram utilizados para treinar os algoritmos, enquanto os 20% restantes foram utilizados para testar o seu poder preditivo. A estratificação da base de dados por categoria de desempenho da base da produção nacional é apresentada na tabela 15:

Tabela 15: Proporções das classes das bases de treinamento e teste da produção cinematográfica nacional

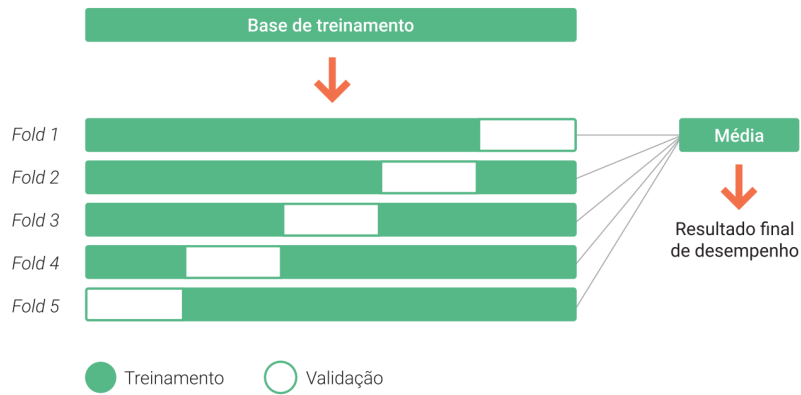
Classe	Treinamento	Teste
A	41	10
B	40	10
C	39	10
D	41	11
E	40	10
F	40	10
G	41	10
H	40	10
Total	322	81

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

Para atender à premissa da reprodutibilidade, a base de dado foi segmentada com o parâmetro $random_state = 1$, o qual permite que todas as vezes que o experimento for repetido, sua divisão entre teste e treinamento será a mesma.

Para treinar e validar o modelo, bem como otimizar seus parâmetros, foi utilizada a validação cruzada “*k-fold*”, em que a base de treinamento foi dividida cinco vezes (*5-folds*) entre treinamento e validação, e o resultado é a média de cada *fold*. A figura 6 ilustra o conceito.

Quando treinamos um modelo, esse pode sofrer ou por ficar muito simples (*high bias*) e não se ajustar aos dados (*underfitting*) ou por ficar muito complexo (*high variance*) e se ajustar demais aos dados (*overfitting*). Nos dois casos, quando apresentados novos dados ao modelo, este não terá capacidade suficiente para generalizar suas recomendações. Esse problema é conhecido como *bias-variance trade-off* (RASCHKA, 2015). A validação cruzada ajuda a estimar o erro de generalização do modelo em dados que esse não teve contato.

Figura 6: Validação cruzada “k-fold”

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

Para calibrar os modelos foi utilizada uma técnica chamada *grid search*, recomendada quando o espaço de parâmetros não for muito grande, realizando uma busca exaustiva entre todas as combinações de parâmetros.

6 Construção da base de dados

A base contém 403 filmes brasileiros lançados e exibidos entre 2009 e 2016 (Anexo I). A variável dependente foi originada a partir da renda bruta do filme, corrigida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo para o Cinema (IPCA-cinema) e depois convertida em 8 classes de desempenho dividida por quartis de 12,5%. Os intervalos são apresentados na tabela 16:

Tabela 16: Classes de desempenho da bilheteria total de um filme

Intervalo (R\$)	Classes	Quantidade de filmes
[5.800.000,∞)	A (<i>Blockbuster</i>)	51
[920.000,5.800.000)	B	50
[170.000,920.000)	C	49
[62.000,170.000)	D	52
[29.000,62.000)	E	50
[13.000,29.000)	F	50
[5.500,13.000)	G	51
[0,5.500)	H (Fracasso)	50

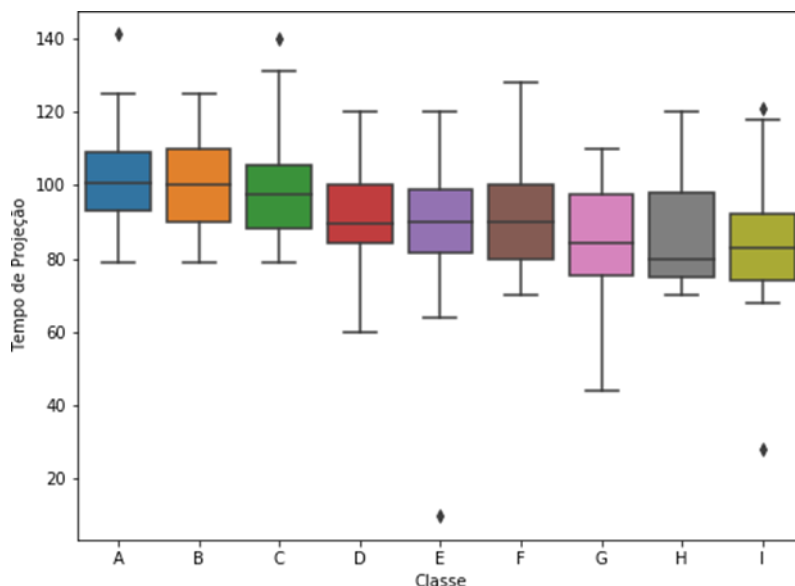
Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

6.1 Tempo de projeção

A variável tempo de projeção é um número inteiro que indica a duração do filme em minutos. Para obtê-la, duas fontes distintas foram consultadas, o Ministério da Justiça e a rede social de filmes e séries Filmow³. Sua coleta foi realizada por meio de *Scrapers* que automaticamente consultava essas páginas e tabulava os dados.

Os filmes com melhor desempenho de bilheteria têm, em média, cem minutos. Na medida em que o tempo de projeção cai, o seu desempenho de bilheteria também tende a cair, como é possível notar na Figura 7.

³ <https://filmow.com/>

Figura 7: Tempo de projeção por classe de desempenho

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

6.2 Gênero

Como discutido, o impacto de categorias de gênero específicas, isto é, se o filme é um romance ou drama, por exemplo, varia de país para país, em razão de condicionantes culturais que acabam por afetar o gosto e a preferência dos consumidores (NELSON; GLOTFELTY, 2012).

A classificação de gênero nos estudos empíricos não segue um padrão, o que também se observou nas diferentes fontes analisadas para a construção da base. Para superar tal adversidade, optou-se pelo cruzamento das classificações das diferentes fontes. Assim, a construção da variável gênero foi obtida por meio de uma análise de frequência entre as classificações do IMDb, do Ministério da Justiça e do Adorocinema. Os dados do IMDb foram obtidos por meio de um API e os do Ministério da Justiça e do AdoroCinema por meio de *Scrapers*.

Algumas classificações de gênero possuíam poucos exemplares, ou mesmo eram únicas na amostra, como é possível observar na Tabela 17, o que traz um problema para as técnicas de aprendizado de máquinas. Em primeiro lugar, porque não há exemplos suficientes para treinar e testar o algoritmo; em segundo, porque cada classificação se transforma em uma dimensão distinta do modelo. Dessa forma, optou-se por agrupar todos os gêneros que possuíam menos de 20 filmes na classe “outros”. A classificação final utilizada com a respectiva frequência ficou como se mostra na Tabela 17.

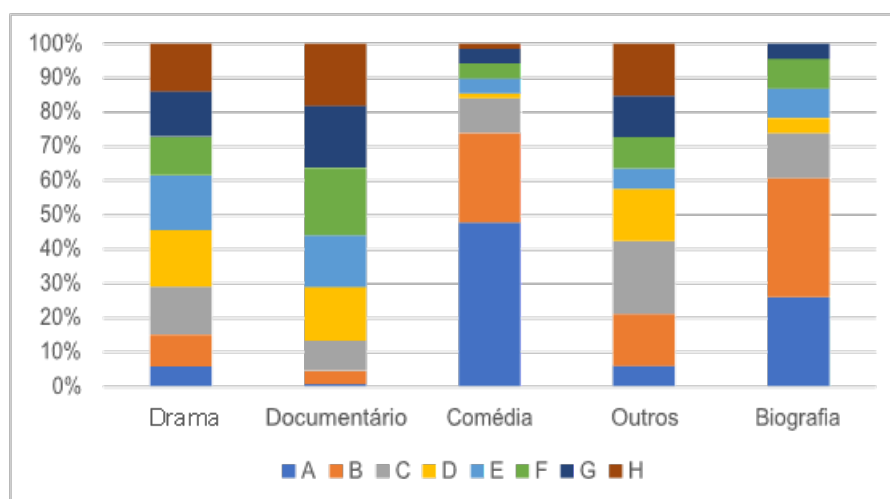
Tabela 17: Classificação de Gênero

Classificação Inicial		Classificação Final	
Gênero	Quantidade	Gênero	Quantidade
Drama	151	Drama	151
Documentário	127	Documentário	127
Comédia	69	Comédia	69
Biografia	23	Outros	33
Suspense	8	Biografia	23
Aventura	5		
Ação	4		
Animação	4		
Musical	3		
Terror	2		
Crime	1		
Histórico	1		
Família	1		
Romance	1		
Faroeste	1		
Fantasia	1		
Policia	1		

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

A Figura 8 traz o percentual de filmes por gênero e classe. Observa-se que 48% das comédias e 26% das biografias da amostra são *blockbusters*. Em outras palavras, esses, somados, são os gêneros que alcançam melhor desempenho de bilheteria.

Figura 8: Percentual de filmes por gênero e classe



Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

6.3 Classificação etária

No Brasil, a classificação indicativa das obras audiovisuais é feita pela Coordenação de Classificação Indicativa (COCIND), do Departamento de Promoção de Políticas de Justiça (DPJUS) filiado à Secretaria Nacional de Justiça (SNJ) do Ministério da Justiça (MJ). A quantidade de filmes por faixa etária recomendada da amostra é representada na Tabela 18.

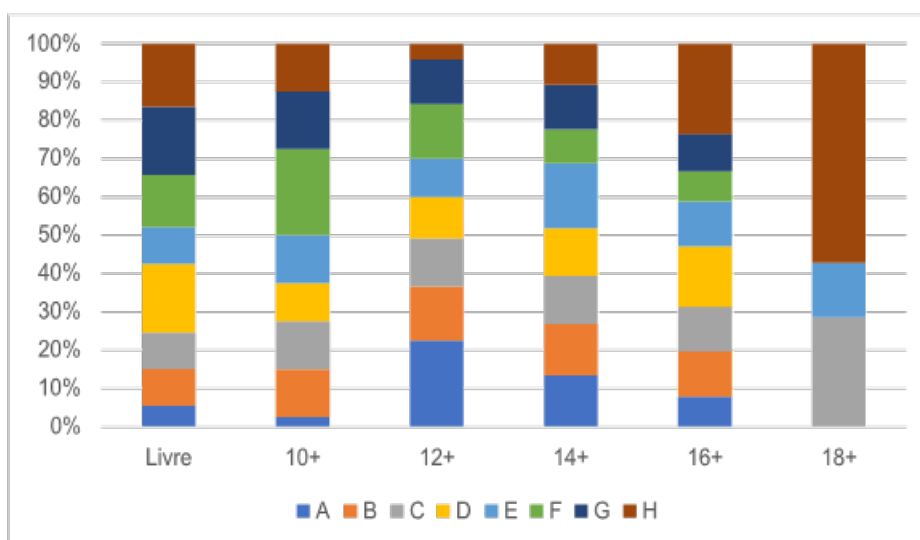
O desempenho dos filmes em cada categoria é apresentado na Figura 9. Enquanto a participação de *blockbusters* é mais bem distribuída, observa-se que, em filmes para maiores de 18 anos, as chances de ser um verdadeiro fracasso de bilheteria aumentam significativamente.

Tabela 18: Distribuição da indicação da classificação etária na amostra

Classificação Indicativa	Quantidade
Livre	73
10+	40
12+	120
14+	112
16+	51
18+	7
Total	403

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

Figura 9: Porcentual de filmes por classe e por classificação etária



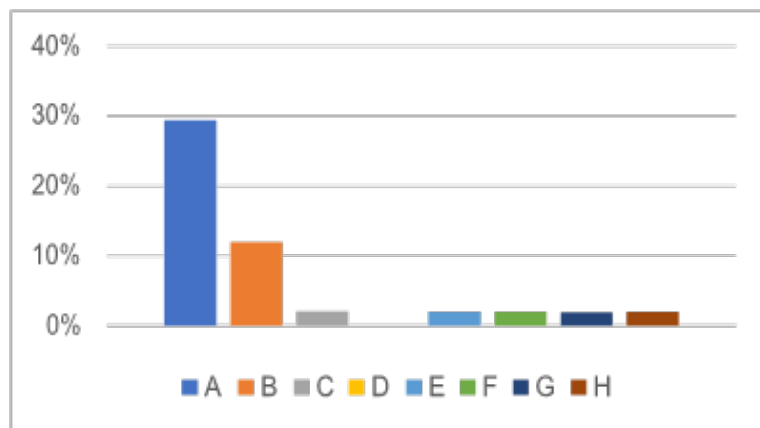
Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

6.4 Sequências

Os filmes da amostra foram classificados manualmente mediante avaliação da existência de uma base prévia de fãs ou não, seja porque o filme era uma continuação de outro ou porque baseava-se em um programa de televisão, por exemplo.

Os resultados por classe de desempenho são apresentados na Figura 10. À primeira vista, a hipótese de que as sequências diminuem o risco é comprovada. No entanto, a baixa quantidade de filmes classificada como sequência, 26 filmes ou 6,5% da base, faz com que o número de exemplos para aprendizado seja insuficiente, mesmo nas classes em que há maior quantidade de sequências (A e B).

Figura 10: Participação de sequências por classe



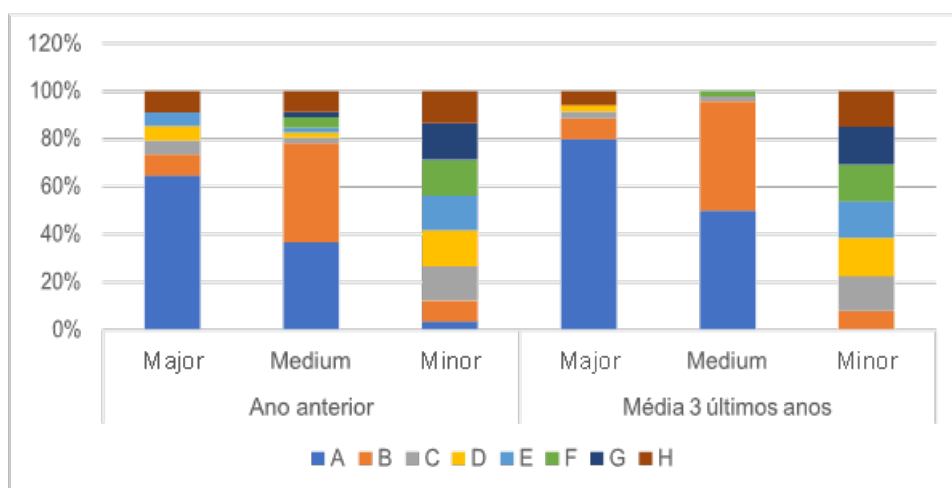
Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

6.5 Poder da produtora

Como no Brasil as atividades de produção e distribuição não estão verticalmente integradas, buscou-se avaliar de que maneira uma produtora tende a influenciar o sucesso de bilheteria. A análise do agente produtor se deu, pois, a capacidade de influência do distribuidor deve estar refletida no número de telas em que o filme é exibido no lançamento, outra variável do modelo.

A operacionalização da influência de agentes da cadeia ocorre, usualmente, por meio da determinação de classes de poder econômico, sendo *majors* aqueles agentes com maior poder econômico. Neste estudo, buscou-se criar três classes de influência: *major*, *medium* e *minor*. *Major* refere-se àquelas produtoras que acumulam aproximadamente 85% do total arrecadado com bilheteria em todo o país para o período analisado; as *medium* acumulam 10% do total da bilheteria; e as *minor* são aquelas que abocanham a “franja”, isto é, os 5% restantes da bilheteria. Dois períodos de determinação da influência do produtor foram considerados, sendo adotado aquele que apresentou melhores resultados. No primeiro, buscou-se categorizar a produtora em função do desempenho do ano anterior. No segundo, em função do desempenho médio dos três últimos anos por filme. Os resultados são apresentados na Figura 11.

Figura 11: Comparativo dos métodos de classificação da produtora



Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

Observa-se que, ao utilizar a média dos últimos três anos, obteve-se uma separação melhor entre as classes. Ao comparar Medium na média dos três últimos anos, a maioria dos filmes está nas classes A e B (96% dos filmes), enquanto, no método do ano anterior, Medium

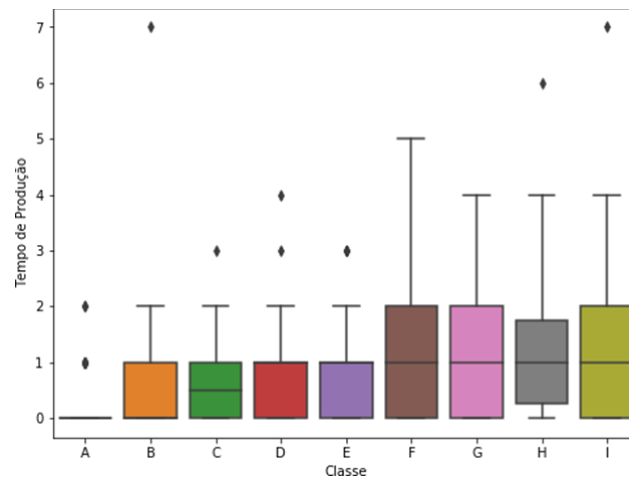
classifica nas classes A e B apenas 78% dos filmes. Na classe Minor, no método dos três últimos anos, não há filme algum da classe A, enquanto no método do ano anterior há 4% dos filmes, o que gera mais ruído para o algoritmo de aprendizado de máquina, incrementando o erro em suas classificações.

6.6 Tempo de produção

A variável “tempo de produção” ainda não foi explorada na literatura. É um número inteiro que representa o tempo decorrido entre o ano de registro da produção na ANCINE e seu lançamento. O ano de produção foi coletado do site *Filmow* por meio de *Scraper*, enquanto o ano de lançamento foi retirado da base da ANCINE.

Um filme cuja produção se iniciou em 2009 e foi lançado no mesmo ano tem um tempo de produção igual a zero; uma produção iniciada em 2009 e lançada em 2010, tem valor igual a um e assim sucessivamente. Há, dessa forma, um problema de granularidade da informação, mas essa estratégia foi adotada devido a forma como a informação estava disponível.

A racionalidade para inclusão da variável é que seja uma *proxy* para capacidade empreendedora. Nesse sentido, quanto menor o tempo decorrido entre o início da produção e o seu lançamento, maior a capacidade do empreendedor cultural de mobilizar recursos. Essa capacidade empreendedora, por sua vez, aumenta as chances de o público perceber a qualidade do filme. Tal hipótese só faz sentido para o contexto nacional, largamente baseado na produção de dramas, documentários e comédias que se utilizam de poucos efeitos especiais. Dessa forma, a etapa de pós-produção é naturalmente reduzida. A Figura 12 traz a relação entre o tempo de produção e as classes de desempenho de bilheteria. Observa-se que, quanto maior o tempo de produção, pior, em média, é o seu desempenho.

Figura 12: Relação entre tempo de produção e desempenho de bilheteria

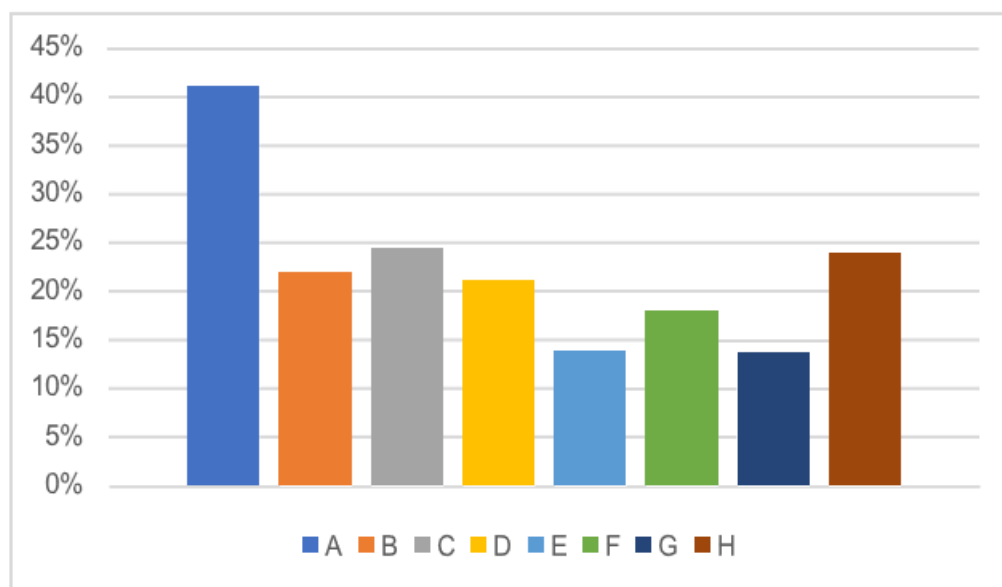
Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

6.7 Sazonalidade

A indústria cinematográfica é caracterizada por uma elevada sazonalidade, com os picos de demanda ocorrendo nas férias e em feriados (DELMESTRI; MONTANARI; USAI, 2005; EINAV, 2007). Nesse sentido, os filmes que são lançados nesse período tendem a ter melhor desempenho de bilheteria. No modelo, a sazonalidade foi operacionalizada por meio da análise da data de lançamento. Considerou-se como período de férias escolares os meses completos de janeiro, julho e dezembro, e os feriados nacionais de cada ano foram consultados no website Calendar⁴. Filmes lançados, portanto, nesses períodos receberam valor um, e filmes lançados nos demais períodos, valor zero. A Figura 13 mostra o percentual de filmes lançados nas férias ou em feriados.

⁴ <https://www.calendarr.com/brasil/>

Figura 13: Porcentual de filmes lançados nas férias ou em feriados por classe

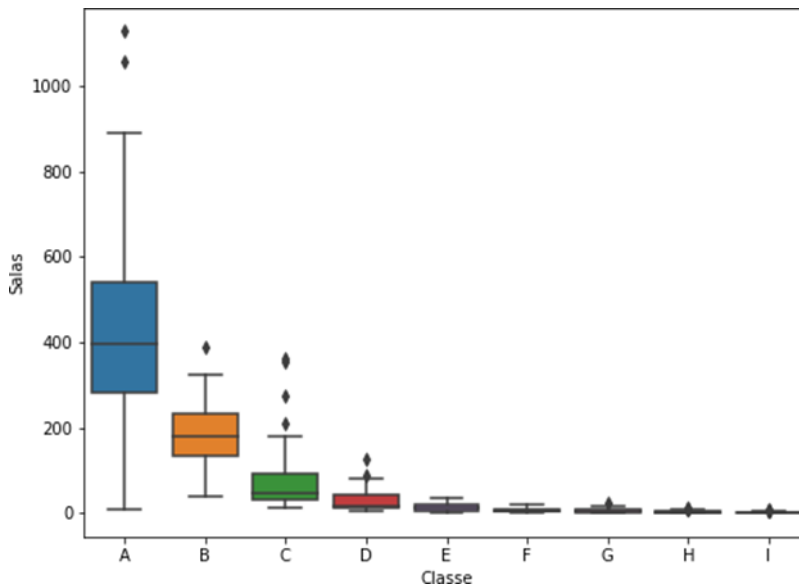


Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

É possível observar que há certa correlação entre a sazonalidade e as classes. Entre os *blockbusters* (classe A), 41% dos filmes foram lançados nessas datas especiais. Nas demais classes, esse porcentual vai caindo quase que linearmente, não fosse pela classe H, que inverte a tendência e traz ruído para a variável. Suspeita-se que, como nessas datas costuma ocorrer os lançamentos dos grandes estúdios, como Disney e Fox, pode haver uma tendência de filmes nacionais serem preteridos.

6.8 Número de telas/salas no lançamento

O número de salas no lançamento foi obtido na ANCINE. Como o total de bilheteria é, em grande medida, determinado pelo desempenho do filme na primeira semana, quanto maior o número de salas em que for exibido no lançamento, maior o alcance ao público e, conseqüentemente, maior a chance de sucesso. Como mostra a figura 14, o número de salas no lançamento está positivamente relacionado com a renda que o filme atinge.

Figura 14: Número de salas no lançamento por classe de desempenho

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

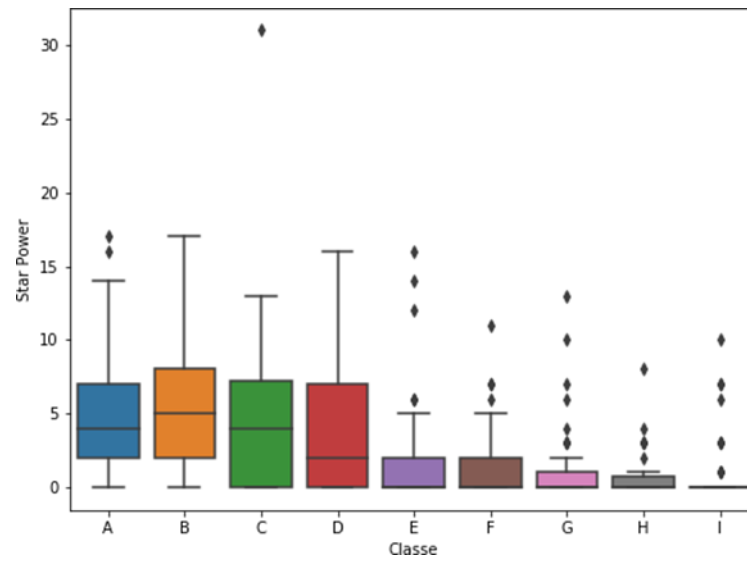
6.9 Poder do ator famoso

No Brasil, dada a grande popularidade das novelas da Rede Globo, a operacionalização da variável (7) levou em consideração aparição de atores do elenco nesse tipo de produção nos cinco anos antecessores ao lançamento.

(7) Poder do Ator Famoso ($Star\ Power$) = $\sum_1^n \alpha_n$, onde α representa a quantidade de novelas em que o ator n apareceu nos últimos cinco anos.

O índice final reflete, portanto, não apenas a presença de ator famoso, mas o grau de fama do elenco. O valor final da variável é a somatória de cada ator.

A figura 15 apresenta a relação entre o grau de fama do elenco do filme e o desempenho de bilheteria. Apesar das classes com melhor desempenho econômico apresentarem médias superiores em relação ao grau de fama, é possível observar muitos *outliers* nas classes de pior desempenho econômico. Dessa forma, a presença de ator famoso não diminui o risco de o filme ser um fracasso de bilheteria. Possivelmente, este fato é explicado pela disposição das celebridades em trabalhar em projetos independentes cobrando menos do que cobram das produções do circuito comercial, conforme análise feita por Schatz (2008) no contexto dos Estados Unidos.

Figura 15: Grau de fama do elenco por classe de desempenho

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2019)

7 Resultados

A validação da robustez do modelo foi feita por meio do emprego de diversos algoritmos do aprendizado de máquinas. Os resultados são apresentados a seguir.

7.1 Algoritmos do aprendizado de máquinas

A análise dos resultados dos algoritmos do aprendizado de máquinas exige que se estabeleça um parâmetro de comparação, um *baseline*. Para a presente tese, foi utilizado o Classificador da Maior Classe, que é um algoritmo que classifica todo filme a ser previsto na classe de desempenho com maior incidência de casos na base de treinamento. Ou seja, o algoritmo sempre irá prever o resultado da classe de maior frequência. Com base na estratificação apresentada na tabela 16, as classes A, D e G têm a maior frequência, com 41 casos cada. O algoritmo escolhe, então, a primeira classe (A) e prediz que todas as observações da base de dados são filmes cujo desempenho é “A”. Nesse sentido, a acurácia que norteia a avaliação dos resultados dos modelos é 12,35%, algebricamente representada por (8):

(8) *Acurácia baseada na maioria* = $\frac{m}{t}$, onde m é a quantidade possível de casos para teste na maior classe; e t é o total possível de casos em toda a base de teste.

Inicialmente, os modelos foram treinados sem a otimização dos hiperparâmetros e comparados ao *baseline*. Os resultados são apresentados na tabela 19:

Tabela 19: Resultados dos modelos sem otimização dos hiperparâmetros

Classificador	Treinamento/Validação	Teste
RL	39,42 ± 3,35%	48,15%
FA	31,35 ± 7,15%	43,21%
SVC	30,16 ± 4,66%	30,86%
MLP	13,69 ± 1,22%	12,35%
LightGBM	34,44 ± 4,84%	33,33%
Ensemble_all	35,02 ± 3,70%	39,51%
Ensemble_selected	35,95 ± 6,36%	45,68%

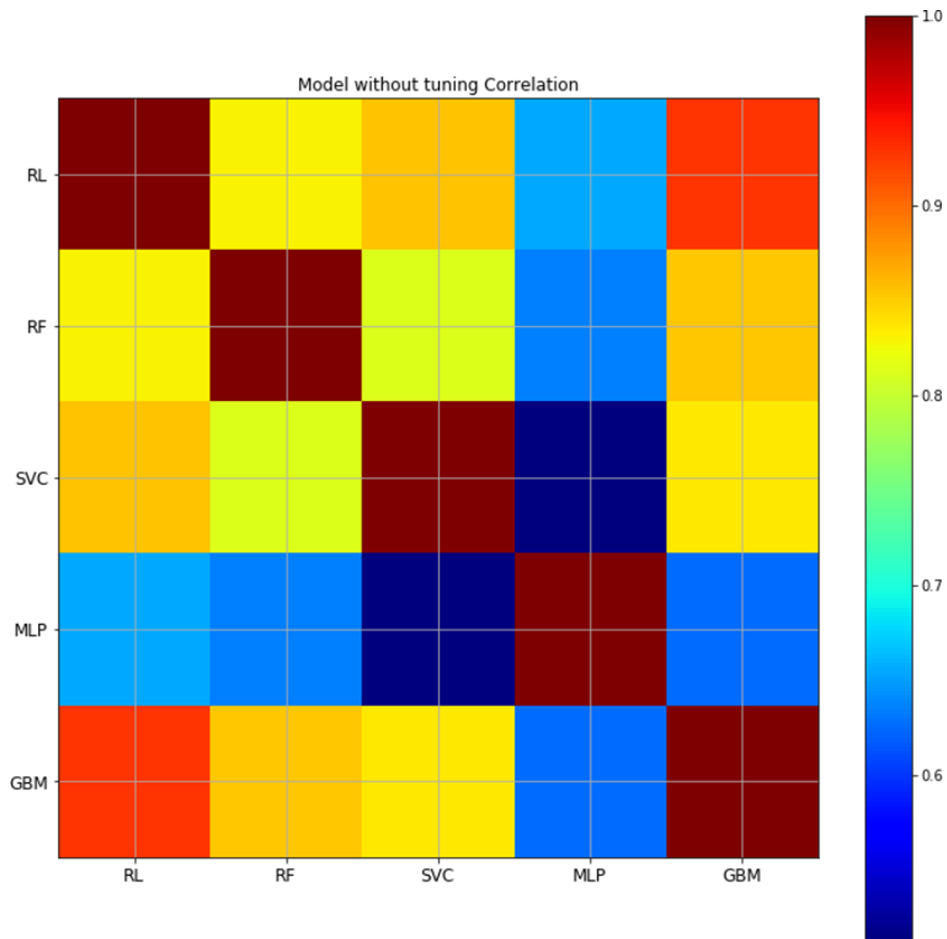
O *ensemble* é um conjunto de classificadores que considera a probabilidade de cada classe nos diferentes modelos. Ele é calculado como a *argmax*⁹ das somas das probabilidades

⁹ Argmax é uma função matemática que retorna os argumentos que atingem o valor máximo de uma dada função. Em contraste com o máximo global, que retorna o valor máximo de uma função, a *argmax* se refere aos inputs, ou

preditas. Na tabela, *Ensemble_all* refere-se ao classificador que considera todos os modelos propostos. Seu resultado é pior que dois modelos individuais, a Regressão Logística e a Floresta Aleatória. Para melhorar os resultados do *ensemble*, um novo foi proposto, em que somente são considerados para a sua composição os classificadores que obtiveram desempenho satisfatório e que possuem baixa correlação. A matriz de correlação dos modelos é apresentada na figura 16.

O classificador que alcançou o melhor desempenho e utilizado como referência para a criação do novo *ensemble* foi a Regressão Logística. O MLP teve a mais baixa correlação, mas obteve um resultado igual ao *baseline*, considerado insatisfatório. Dessa forma, o MLP foi excluído do novo *ensemble*. O outro modelo com menor correlação foi o Floresta Aleatória, que obteve a segunda melhor performance individual. Então, o *ensemble* com modelos selecionados (*ensemble_selected*) considerou os resultados da Regressão Logística e da Floresta Aleatória e obteve uma acurácia de $35,95 \pm 6,36$ na validação cruzada e 45,68% na base de teste. Comparado ao *ensemble* que englobava a totalidade dos modelos (*ensemble_all*), houve uma melhora significativa. Contudo, o resultado ainda se mostrou pior do que a Regressão Logística. Dessa forma, adicionar a Floresta Aleatória aumenta o erro, o que traz a necessidade de calibrar os hiperparâmetros dos classificadores.

Figura 16: Matriz de correlação dos classificadores



7.1.1 Otimização dos hiper parâmetros

O parâmetro final de cada classificador é apresentado na tabela 20 e os resultados pós-otimização dos hiperparâmetros, apresentados na tabela 21:

Tabela 20: Resultados dos classificadores com hiperparâmetros otimizados

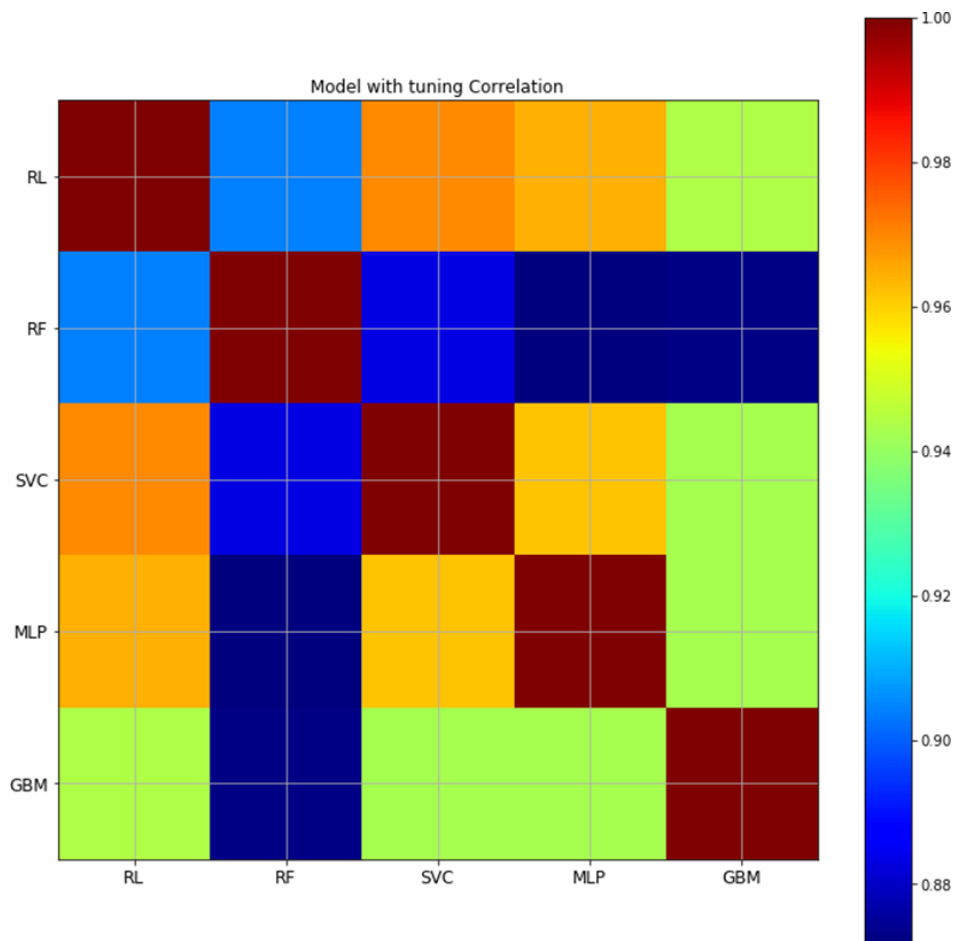
Classificador	Treinamento/Validação	Teste
Regressão Logística	42,47 ± 4,65%	46,91%
Floresta Aleatória	36,64 ± 2,63%	39,51%
SVC	38,45 ± 6,23%	45,68%
MLP	44,38 ± 2,64%	53,09%
LightGBM	35,02 ± 4,04%	51,85%
Ensemble_all	40,95 ± 2,00%	50,62%

Tabela 21: Valor final dos hiperparâmetros por classificador

Classificador	hiperparâmetros	Valores
Floresta Aleatória	max_depth	2
	min_samples_leaf	9
	criterion	gini
	n_estimators	550
SVC	C	512
	gamma	3.0517578125e-05
Regressão Logística	C	0.07543120063354623
	solver	lbfgs
	multi_class	multinomial
LightGBM	boosting_type	dart
	num_leaves	7
	learning_rate	0.005
	subsample_for_bin	50000
	min_child_samples	10
	reg_alpha	0
	reg_lambda	2
	min_data	5
	min_data_bin	1
	colsample_bytree	0
	subsample	0
	bagging_fraction	1
	feature_fraction	1
	n_estimators	166
	max_depth	7
	min_child_weight	0
MLP	hidden_layer_sizes	(66,)
	activation	tanh
	solver	lbfgs
	alpha	0.7579105263157895
	learning_rate	adaptive

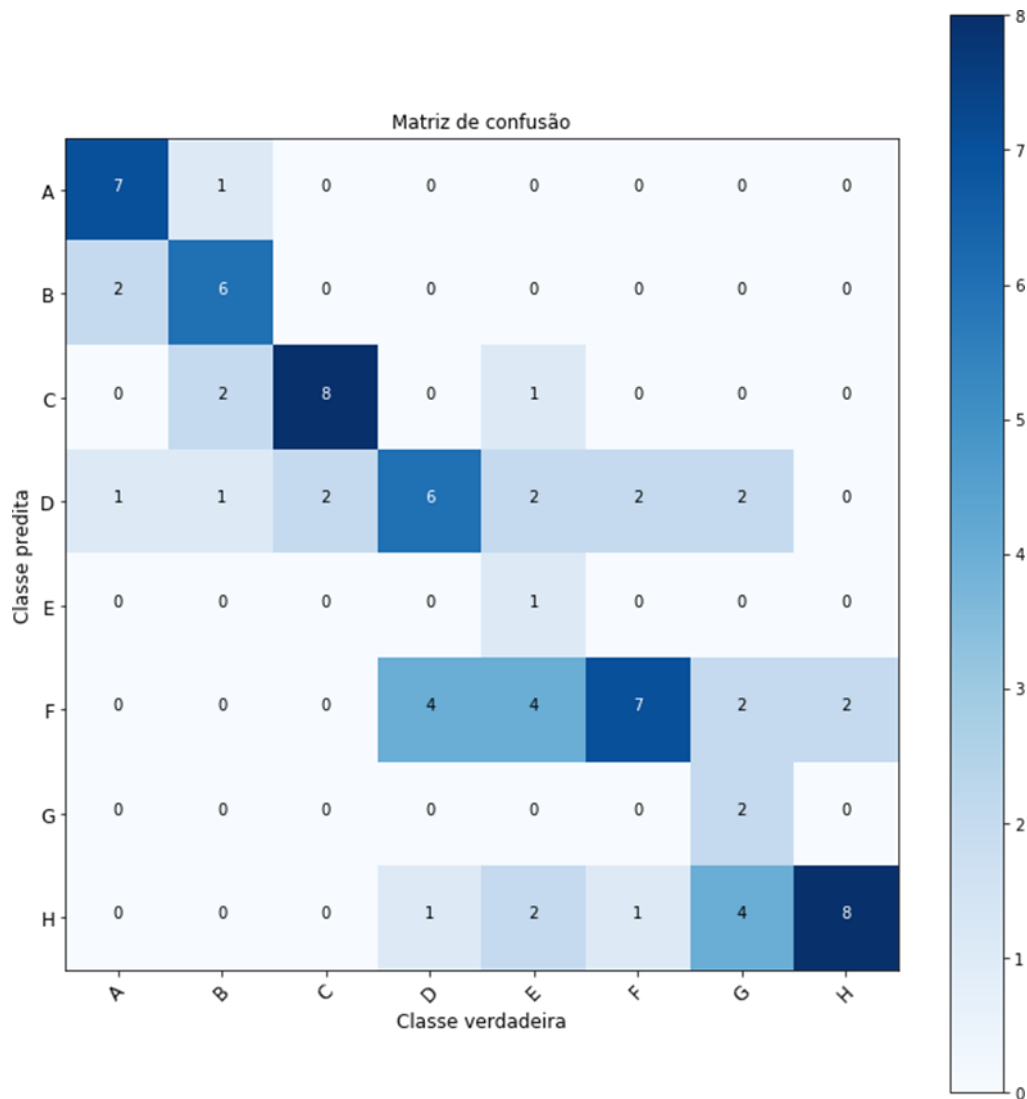
Observou-se uma melhora em todos resultados das bases de treinamento/validação. Contudo, o mesmo não ocorrera com a base de teste. Após a otimização, a rede neural MLP teve o melhor resultado individual, como ocorrera em Sharda e Delen (2006). O resultado foi melhor, inclusive, do que o do *ensemble_all*. A correlação dos classificadores é apresentada na figura 17.

Figura 17: Matriz de correlação dos classificadores após otimização dos hiperparâmetros



MLP teve o melhor resultado e foi considerado o modelo de referência. A Floresta Aleatória e o LightGBM tiveram as menores correlações e foram selecionados para o novo *ensemble*. A combinação desses três classificadores obteve uma acurácia $45,02 \pm 1,64\%$ na base de treinamento/validação e 55,56% na base de teste, o melhor resultado alcançado. Assim, esse *ensemble* é considerado o *ensemble* final e sua matriz de confusão é apresentada na figura 18.

A matriz de confusão compara o resultado previsto com o dado real, de modo que a diagonal principal apresenta a quantidade de filmes cuja bilheteria foi prevista corretamente. As métricas derivadas de tal matriz de confusão são mostradas na tabela 22.

Figura 18: Matriz de confusão do ensemble final**Tabela 22:** Métricas de desempenho por classe do ensemble final

Classe	Precisão	recall	f1-score	support
A	0,88	0,70	0,78	10
B	0,75	0,60	0,67	10
C	0,73	0,80	0,76	10
D	0,38	0,55	0,44	11
E	1,00	0,10	0,18	10
F	0,37	0,70	0,48	10
G	1,00	0,20	0,33	10
H	0,50	0,80	0,62	10
Média/Total	0,70	0,56	0,53	81

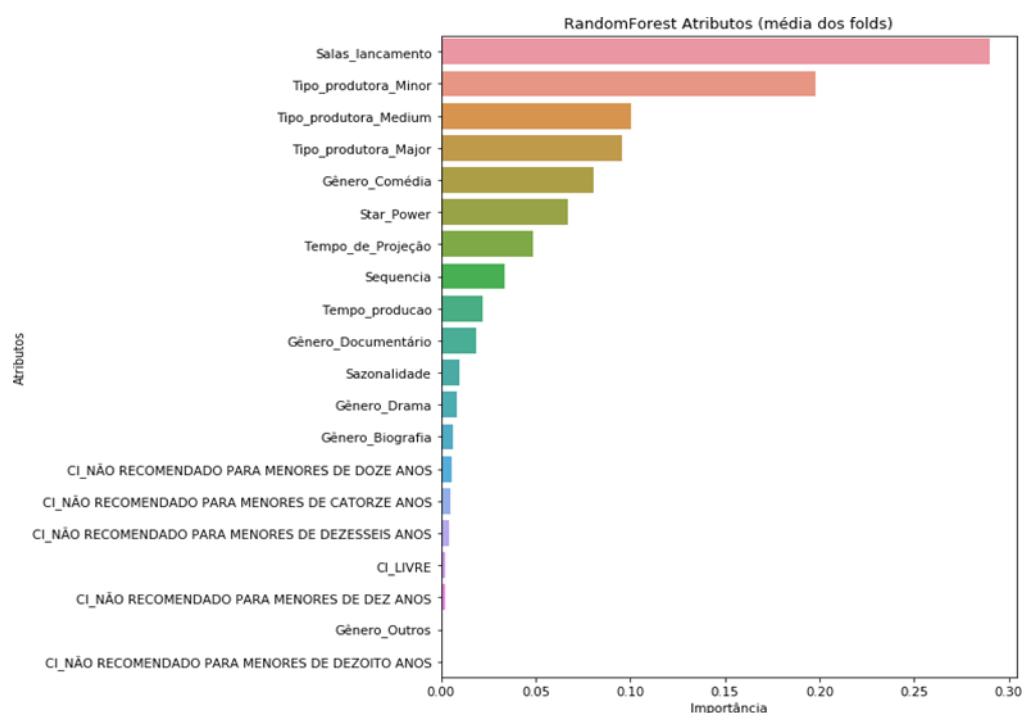
Um modelo perfeito teria um *F1-Score* igual a 1. A média do *F1-score* do *ensemble* final é 0,53, um resultado considerado satisfatório. É possível observar que o classificador tende a ter maior acurácia nas classes cujo desempenho de bilheteria é maior (“A”, “B” e “C”, respectivamente) e pior (“H”).

As classes “E” e “G” são as mais difíceis de prever, apresentando os piores F1-Score, ou seja, os classificadores raramente preveem tais classes. Ao analisar a matriz de confusão, nota-se que apenas 1 filme foi classificado como “E” e 2 como “G”, sendo que originalmente havia 10 filmes em cada classe. Apesar da baixa frequência, o *ensemble* foi preciso em ambas as classificações.

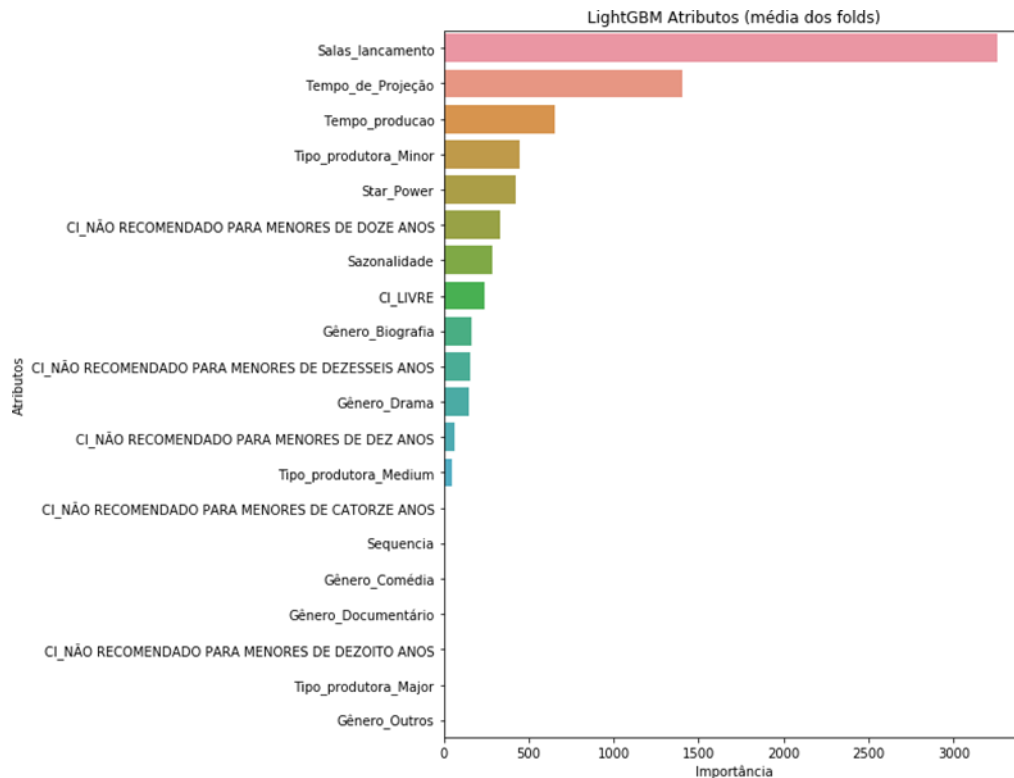
7.1.2 Importância das variáveis

Os modelos baseados em árvores de decisão permitem que a importância das variáveis seja analisada. Para tanto, observa-se como se comporta o erro de predição causado pela omissão daquela variável no modelo (BREIMAN, 2001; FISCHER; RUDIN; DOMINIC, 2018). Dessa forma, segue a análise da importância das variáveis para os classificadores de Floresta Aleatória e *LightGBM* (figuras 19 e 20):

Figura 19: Importância das variáveis na Floresta Aleatória



Fonte: Perez, Reis e Nakano (2020)

Figura 20: Importância das variáveis no LightGBM

Fonte: Perez, Reis e Nakano (2020) Número de salas no lançamento é a variável mais influente em ambos os classificadores. Essa variável é uma *proxy* para poder do distribuidor, como mostrou Clement, Wu e Fischer (2014).

O tempo de projeção é uma variável relevante para classificação. Contudo, o argumento apresentado por Ainslie, Drèze e Zufryden (2005) parece não refletir o comportamento da amostra. Os maiores sucessos de bilheteria têm, em média, maior tempo de projeção do que os fracassos, como foi apresentado no capítulo 6.

A sazonalidade exerce influência, porém em uma magnitude menor do que a esperada. Uma vez que a produção nacional enfrenta alta concorrência da produção estrangeira, é necessário criar um coeficiente que leve em consideração a competição nos feriados e férias escolares, como proposto por Einav (2007).

O tempo de produção mostrou-se relevante para os classificadores, mesmo com os problemas de operacionalização já mencionados.

O gênero foi considerado individualmente e os resultados foram muito restritivos, o que dificulta generalizações. Comédias mostraram-se importantes para a Floresta Aleatória, mas não impactaram a classificação no *LightGBM*. O mesmo aconteceu com a variável

Sequência.

A análise das produções brasileiras que levaram mais de um milhão de espectadores ao cinema conduzida no capítulo 3 nos auxilia a realizar, também, considerações em torno desse resultado. O sucesso das comédias e das cinebiografias mostra que esses gêneros ajudam a explicar o sucesso, mas não o fracasso das produções cinematográficas nacionais. Nada impede, por exemplo, que uma comédia ou biografia fracassem.

A classificação etária também mostrou resultados conflitantes entre os classificadores baseados em árvores de decisão, ainda assim, em ambos, a classificação não recomendada para crianças menores de 12 anos mostrou-se como a mais relevante.

As variáveis adaptadas ao contexto brasileiro, a saber, poder da produtora e *star power*/poder do ator famoso demonstraram ser relevantes. A discussão em torno delas se dará na próxima sessão.

7.2 Discussão dos resultados

O número de salas no lançamento demonstrou ser a variável mais relevante para o problema de classificação. Ao analisar a sua distribuição entre as classes de desempenho (figura 14), observa-se uma relação positiva entre número de salas no lançamento e o desempenho de bilheteria. Isso ocorre devido a dois fatores: i) parte expressiva da bilheteria de um filme é obtida na semana de seu lançamento; ii) um filme só obtém bilheteria se estiver alocado em uma sala, portanto, a quantidade de salas no lançamento torna-se fator limitador ao alcance da bilheteria. Se o número de salas de cinema que um filme consegue obter reflete a capacidade de seu distribuidor em convencer e negociar com os exibidores, filmes com maior divulgação e base prévia de fãs tendem a interessar mais tanto aos distribuidores quanto aos exibidores. Se não há uma política pública visando proteger a diversidade de lançamentos e a produção nacional, abre-se espaço para a ocorrência de fenômeno de concorrência predatória, como ocorrido em 2018 com o filme *Vingadores – Guerra Infinita*, da Marvel/Disney, lançado simultaneamente em 90% das salas no circuito nacional de exibição (POZZO, 2020), e em 2021 com *Homem Aranha: sem volta para casa*, também da Marvel/Disney, cuja ocupação alcançou 96% (MENDES, 2021). Em um cenário de elevada concorrência e com a presença de filmes hollywoodianos com capacidade de ocupação predatória das salas de cinema, a adoção de políticas públicas que confirmam maior competitividade às produções nacionais no elo da distribuição por meio da maior presença e ocupação de salas no circuito exibidor torna-se condição necessária para dar sustentabilidade à atividade cinematográfica brasileira.

A influência menor do que a esperada da variável de sazonalidade também reflete o comportamento agressivo da concorrência e maior capacidade das produções estrangeiras, em especial das franquias hollywoodianas, em oferecer maiores atrativos para barganha de definição da data de lançamento entre distribuidores e exibidores. Como tais tipos de produções tendem a atrair maior audiência, elas conseguem emplacar mais lançamentos nas férias e feriados, obrigando os títulos nacionais a buscarem outras datas para seu lançamento. Tal fenômeno acena para implicações no campo gerencial, da política pública, e da teoria. Em termos gerenciais, reforça a necessidade das produções locais em monitorar o calendário de lançamentos das produções estrangeiras. Também demonstra a necessidade de lançamentos regionalizados, com alocação de orçamentos concentrados para divulgação que permitam maior competitividade das produções nacionais em regiões específicas. Por

fim, do ponto de vista da teoria, observa-se a necessidade de aprimoramento da métrica, ponderando a maior capacidade de atração de audiência das férias e feriados com a maior concorrência, conforme proposto por Einav (2007). Vale destacar que, ao que tudo indica, nos casos de elevada concorrência estrangeira, como ocorre no Brasil, a métrica precisaria distinguir a concorrência nacional da estrangeira.

O tempo de produção mostrou-se relevante para o problema de classificação, abrindo espaço para estudos que relacionem capacidade empreendedora e sucesso financeiro na indústria cinematográfica, bem como que determinem os antecedentes dessa capacidade empreendedora. Contudo, é importante destacar as limitações de tal métrica. Como discutido acima, no Brasil, muitas produções precisam atrasar o seu lançamento em função dos lançamentos de grandes produções estrangeiras. Outra razão para o atraso está na agenda dos festivais de cinema. O filme *Bacurau*, por exemplo, só foi lançado no circuito comercial nacional após vencer o Prêmio do Júri no Festival de Cannes. A premiação, conforme visto, é uma forma de gerar buzz e atrair audiência. Por fim, problemas recentes no cadastramento dos filmes na ANCINE enfrentados pelos filmes *Marighella* e *Medida Provisória* demonstram que a própria Agência pode se caracterizar como uma fonte de atraso do lançamento. Dessa forma, o contexto brasileiro aponta para necessidade de aprimoramento da métrica.

As variáveis de gênero tiveram resultados inconclusivos. Expandir a base de modo a permitir maior quantidade de casos em cada gênero se mostra, portanto, condição necessária para entendimento da relação entre gênero e audiência.

Na esteira da importância das *majors* na análise do poder do distribuidor, esperava-se que as produtoras *majors* auxiliassem mais o problema de classificação do que as demais (*medium* e *minor*). Surpreendentemente, ser uma produtora *minor* auxilia mais o problema de classificação do que ser uma produtora *major*. Os filmes de melhor desempenho de bilheteria foram produzidos por produtoras *majors* e *medium*. Das produções da amostra, apenas duas que foram completo fracasso do ponto de vista de bilheteria (classe H) eram de uma *major*: *Amazônia Desconhecida* e *Aqui Deste Lugar*, ambas documentários da Gullane. Já nas classes E, F e G não há produções de *majors*. A coexistência de obras de cunho mais autoral com outras de caráter mais comercial não é raro no catálogo das produtoras nacionais. Por sua vez, ao observarmos a *minors*, nenhuma delas foi capaz de emplacar um *blockbuster* no mercado nacional. Tal fenômeno pode ser explicado pelo processo de

profissionalização da mão de obra enfrentado pelo setor e a capacidade de captação de dinheiro através das leis de incentivo e demais editais de fomento, questões fundamentais ao fazer cinematográfico após o Cinema da Retomada, como discutido por Toldo e Lopes (2017). Nesse sentido, observa-se a importância de políticas públicas que vão além do fomento, com ações educativas e de formação profissional.

O poder do ator famoso também se mostrou relevante para o problema de classificação. Essa confirmação indica que a participação do elenco em novelas da Rede Globo influencia o desempenho comercial do filme. A lógica por trás desse processo envolve a exploração de uma marca tanto do ator quanto do filme. O ator constrói sua marca a partir da sua reputação e experiência nos diferentes produtos culturais. A sua exposição nesses distintos produtos, como teatro, publicidade e televisão, por sua vez, retroalimentam sua reputação e experiência. Assim, sua marca é também construída por meio das interações nos diferentes produtos culturais.

Há, portanto, uma contribuição relevante em torno da construção da marca do ator. Grande parte dos estudos empíricos ancoram a construção do ator famoso através da sua participação em um meio específico, isto é, na própria indústria cinematográfica, seja mensurando a aparição dos atores em rankings da indústria, pelas nomeações e premiações associadas a indústria, pelo seu desempenho na própria indústria – número de filmes ou bilheteria acumulada -, ou pela renda obtida com a própria indústria – cachê cobrado. As exceções são os estudos que buscaram explicar que o interesse na vida privada dos atores também é reflexo de sua marca e pode auxiliar o desempenho do filme (KARNIOUCHINA, 2011; PENG *et al.*, 2019).

Em um contexto em que o cinema sofre forte influência da televisão, a construção da marca do ator é mais intensa na própria televisão do que pela atuação no cinema. Assim, é possível supor que o poder do ator famoso no Brasil, além de ser resultado da sua habilidade de atuação e de seus traços de personalidade, também reflete sua habilidade em transitar entre as distintas mídias, em especial, a televisão.

Na análise transmídia do capítulo 3 fica clara a importância da exposição do elenco na televisão para os sucessos de bilheteria e os resultados do modelo corroboram essa visão. Contudo, vale lembrar que há também exceções: o filme *Cidade de Deus* tinha um elenco basicamente constituído por desconhecidos do público; já o filme *Dores de Amores* tinha um elenco com boa exposição nas telenovelas, mas foi um fracasso de bilheteria. Portanto,

embora a exposição do elenco tenha importância, como os modelos mostram, outros fatores têm maior influência sobre o sucesso de uma produção. Também deve-se lembrar que na produção há elementos intangíveis e difíceis de capturar em modelos estatísticos: no caso de *Cidade de Deus*, a força da narrativa e qualidade do elenco superaram sua pouca exposição. Em *Dores de Amores*, o enredo que confronta valores típicos da sociedade brasileira e que mantém uma *'estrutura teatral'¹⁰ de muitos diálogos em poucos cenários e com uma quantidade ainda menor de personagens envolvidos* (RUSSO, 2022) parece não ter conquistado o público.

A maioria dos estudos empíricos que aplicaram técnicas do aprendizado de máquinas no contexto da indústria cinematográfica analisaram a acurácia por meio das taxas médias de acertos (APHR). A tabela 23 compara os resultados alcançados nessa tese com os da literatura. A comparação dos resultados precisa levar em consideração dois aspectos, o número de classes e o tamanho da amostra. Quanto maior o número de classes, mais difícil se torna a classificação, uma vez que o algoritmo tem mais possibilidades de enquadramento. O tamanho da amostra, por sua vez, influencia a qualidade dos resultados, pois quanto maior a quantidade de exemplos para teste, maior a capacidade de aprendizado do algoritmo.

Na presente pesquisa, o desempenho de bilheteria dos filmes brasileiros foi dividido em 8 categorias de desempenho. Comparado com estudos que se utilizaram de um número similar de classes (DELEN; SHARDA, 2010; GUO; ZHANG; HOU, 2015; SHARDA; DELEN, 2006), o resultado mostrou-se melhor do que o obtido por Sharda e Delen (2006), próximo a Delen e Sharda (2010) e pior do que Gou, Zhang and Hou (2015). Contudo, é importante notar que tais estudos utilizaram bases maiores. Dessa forma, os resultados obtidos com as informações disponíveis sobre a produção cinematográfica brasileira mostraram-se compatíveis com a literatura, o que demonstra a robustez do modelo.

¹⁰ O filme de Leo Lama é uma adaptação da sua peça homônima que fez grande sucesso em 1989 e 1990, tendo como casal protagonista Malu Mader e Taumaturgo Ferreira.

Tabela 23: Comparação resultados com a literatura

Autores	Ano	Métrica	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Average	Amostra	Algoritmos
Sharda; Delen	2006	Bingo(%)	41.1	41.6	30.4	37.6	56.7	29.2	25.8	21.7	47.3	-	36.9	834	LR, DA, C&RT and MLP
		1-Away(%)	77.8	95.5	62.0	71.3	88.7	76.4	72.0	68.5	64.8	-	75.2		
Zhang; Luo; Yang	2009	Bingo(%)	72.7	53.2	53.1	73.9	68.6	87.1	-	-	-	-	68.1	241	MLP e MLBP
		1-Away(%)	90.9	100	93.9	97.8	100	100	-	-	-	-	97.1		
Delen; Sharda	2010	Bingo(%)	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	-	56.1	2.632	SVC, MLP, C&RT, RF, Boosted Tree, Ensemble
		1-Away(%)	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	-	90.8		
Guo; Zhang; Hou	2015	Bingo(%)	82.5	56.5	49.7	50.6	50.8	53.6	58.3	80.9	-	-	60.4	14.551	Pruned RF ,RF,Decision Tree,SVC,MLP
		1-Away(%)	98.0	96.7	94.2	92.8	92.7	93.2	96.4	97.6	-	-	95.2		
Zhou; Zhang; Yi	2017	Bingo(%)	53.2	50.0	54.6	50.4	52.8	-	-	-	-	-	52.2	3807	SVM, RF, MLBP, DNN
		1-Away(%)	90.3	88.1	87.0	88.8	88.8	-	-	-	-	-	88.6		
Lee; Park; Kim; Choi	2018	Bingo (%)	60.0	56.0	61.3	62.7	48.0	58.7	56.0	58.7	62.7	61.3	58.5	375	ATB, GTB, LD, LR, NN (MLP), RF, SVC, Ensemble
		1-Away (%)	88.0	88.0	92.0	92.0	88.0	82.7	94.7	88.0	82.7	86.7	88.3		
Zhou; Yen	2018	Bingo (%)	55.6	54.3	56.4	52.6	55.1	-	-	-	-	-	55.0	3.807	SVC,RF,MLBP,DNN, Evolve d DNN
		1-Away (%)	92.1	91.1	89.5	91.5	90.8	-	-	-	-	-	91.3		
Perez; Reis; Nakano	2022	Bingo (%)	70	60	80	55	10	70	20	80	-	-	55.6	403	RL, SVC, GBM, MLP, RF, Ensemble
		1-Away (%)	90	90	100	54.6	70	70	80	80	-	-	79.3		

“-“ classe inexistente; “NA” informação não disponível

8 Conclusão

Como exposto anteriormente, o objetivo geral dessa tese era analisar as particularidades do contexto brasileiro nos determinantes da demanda de produções cinematográficas locais. Ao longo deste trabalho foi possível constatar que condicionantes históricos da indústria cinematográfica brasileira, associados à sua relação com o Estado, afetaram tanto a sua estrutura quanto a sua capacidade de explorar positivamente a relação com a mídia televisiva.

O foco da política pública na etapa de produção no período do cinema da retomada foi fundamental para criar regularidade nos lançamentos, conferindo maior estabilidade para a indústria como um todo. O FSA estabeleceu uma nova configuração da política de fomento, sustentando produção de longas metragens e permitindo um maior acesso da população às salas de cinema. Contudo, tais medidas foram incapazes de consolidar a autossustentação da indústria cinematográfica brasileira e de reduzir a assimetria de poder com a mídia hegemônica no Brasil, a televisão.

Compreender os determinantes da demanda de produções nacionais é parte essencial da tomada de decisão agentes da cadeia e da formulação de políticas públicas mais assertivas, que tragam a sustentação da indústria de maneira autônoma no longo prazo. Os fatores específicos do contexto nacional precisam ser levados em consideração na construção de um modelo de determinantes da demanda e essa contextualização é justamente a maior contribuição da presente tese. A opção por avaliar o poder da produtora em detrimento da distribuidora se deu em função da forte influência da televisão na mão de obra e no processo de profissionalização enfrentado pelo setor e no histórico de políticas públicas focadas nesse elo. Assim, a capacidade da produtora de estabelecer redes de parcerias com a televisão e, em especial, com a Rede Globo/Globo Filmes reflete nos resultados de bilheteria, como foi observado no capítulo 3. Nesse sentido, a segmentação das produtoras em *minor*, *medium* e *major*, apesar de pautada no desempenho pregresso em termos de bilheteria, reflete também, a permeabilidade que tem com a principal emissora da mídia hegemônica.

Buscando generalizações, sugere-se a inserção de variável que avalie o poder da produtora no contexto de indústrias cinematográficas que estejam inseridas em cadeias onde há outra mídia hegemônica.

A análise do impacto da presença de atores famosos, estrelas no elenco como forma de

atrair audiência foi objeto de estudo de diversos estudos. Contudo, grande parte do esforço das pesquisas esteve concentrado na indústria cinematográfica dos Estados Unidos. Essa tese se deteve em centrar a análise no contexto brasileiro, onde, como exposto no capítulo 3, o cinema sofre grande influência da televisão. Dado os condicionantes históricos do desenvolvimento da televisão em território nacional, uma emissora nacional ganhou grande destaque: a Rede Globo. Nesse sentido, a influência é dada pelo chamado “Padrão Globo de Qualidade” por meio de narrativas mais afetivas à televisão e pelo uso de atores e profissionais associados a à emissora. Essa relação estreita com a televisão associada ao sucesso das telenovelas levou a métrica do ator famoso a explorar a exposição do elenco nesse tipo de produção. Os resultados mostraram que, no Brasil é fundamental para a criação da marca do ator, e por consequência, para sua capacidade em atrair audiência, a presença nos produtos televisivos.

Assim, em contextos em que a indústria cinematográfica não é autossustentável, a marca do ator tende a ser mais valorizada a partir de sua aparição em outras mídias. Logo, sugere-se que a variável “poder do ator famoso” seja construída a partir da sua exposição em outros produtos culturais, em especial, aqueles de grande audiência e com relação direta a mídia hegemônica.

Por fim, o modelo empírico que explorou os determinantes da demanda nacional por produções cinematográficas locais apresentou resultados robustos e permitiu chegar em importantes conclusões nas esferas gerencial, da política pública e da teoria.

Para os agentes do setor, o modelo pode ser utilizado como instrumento preditivo. As produtoras poderão criar obras de maior valor comercial adequando algumas de suas características, como elenco e tempo de projeção. O mesmo instrumento preditivo pode trazer benefícios para as distribuidoras, melhorando o resultado de seu portfólio de filmes e auxiliando a alocação dos recursos de divulgação. No elo exibidor ele pode auxiliar na alocação das salas e na definição das datas de lançamento junto das distribuidoras.

Em relação a política pública, as variáveis “número de salas no lançamento” e “sazonalidade” corroboraram a importância de políticas públicas que assegurem a competitividade da produção cinematográfica nacional e que restrinjam a ocupação predatória do circuito comercial pelos chamados *Blockbusters* hollywoodianos, como as cotas de tela com limitações à ocupação de salas por um mesmo título. Já a variável “poder da produtora” apontou a importância da formulação de políticas públicas voltadas para a

educação e formação do profissional do cinema. Assim, o modelo demonstra a importância da política pública em transpassar todos os elos da cadeia do audiovisual com medidas que vão do fomento à formação de mão de obra.

Do ponto de vista da teoria, o modelo também trouxe contribuições significativas. Em contextos em que a indústria cinematográfica não é autossustentável, a presente tese sugere a necessidade de se avaliar o poder da produtora. A métrica desenhada para esse modelo é o primeiro esforço nesse sentido e pode ser explorada em estudos futuros. Também observou-se a necessidade de melhoria da variável de sazonalidade, que além de considerar os períodos em que há maior demanda nos cinemas (férias e feriados), deve considerar a concorrência de produções estrangeiras com elevados orçamentos de promoção e divulgação. Já a variável “poder do ator famoso” demonstrou a importância de distintas mídias na formação da marca do ator, apontando campo fértil de análise no campo da cultura da celebridade. Contudo, vale destacar que há espaço para melhorias, por exemplo, com a ponderação da métrica pela importância da personagem e/ou da audiência da novela.

Por último, alguns desafios ainda se mostram relevantes no campo. Com a pandemia COVID-19 e o consequente esvaziamento das salas de cinema em função do isolamento, o *streaming* ganhou força. Nesse sentido, compreender como o streaming irá impactar tanto a televisão quanto o cinema é fundamental para entender os desdobramentos e os impactos nas métricas adaptadas.

9 Referências

- ADLER, M. Stardom and Talent. *The American Economic Review*. V.75, n.1, p.208-212, 1985.
- AINSLIE, A.; DRÈZE, X.; ZUFREYDEN, F. Modeling movie life cycles and market share. *Marketing Science*, v. 24, n. 3, p. 508–517, 2005.
- ANCINE. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA). Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/oaca>>. Acesso em 12 dez. 2022a.
- ANCINE. *Fomento - O que é*. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/atribuicoes-ancine/fomento/o-que-e>>. Acesso em: 5 abr. 2022b.
- ANDERSON, .C. Hollywood TV: the studio system in the fifties. University of Texas Press. 1994.
- ANDRADE, R.; NAVARRO, A. Sociedade sem álibi : Tropa de Elite. *Revista Rio de Janeiro*, n. 20–21, p. 203–214, 2007. Disponível em: <http://www.forumrio.uerj.br/documentos/revista_20-21/Cap-15-Regina_Andrade_Andreya_Navarro.pdf>.
- ANDRÉ, T. A. *Cinema digital: a recepção nas salas*. 2017. 1–285 f. Universidade de São Paulo, 2017.
- AUTRAN, A. O cinema brasileiro contemporâneo diante do público e do mercado exibidor. *Significação: Revista de Cultura Audiovisual*, v. 36, n. 32, p. 119, 2009.
- BAHIA, L. Formação Do Campo Audiovisual Brasileiro: reflexões sobre a relação entre cinema e televisão no Brasil. *Sessões do Imaginário*, v. 15, n. 23, p. 45–58, 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/7788>>.
- BALLERINI, F. *Cinema brasileiro no século 21*. [S.l: s.n.], 2012.
- BASUROY, S.; CHATTERJEE, S.; RAVID, S. A.. How Critical Are Critical Reviews? The Box Office Effects of Film Critics, Star Power, and Budgets. *Journal of Marketing*, v. 67, n. 4, p. 103–117, 2003.
- BEJUK, B.; BRAJDIC, K.; LUKSIC, D. E. *Solving Community Question Answering Ranking Problem Using LightGBM*. . Zagreb: University of Zagreb, Faculty of Electrical Engineering and Computing. Disponível em: <https://www.fer.unizg.hr/_download/repository/TAR-2018-ProjectReports.pdf#page=21>. , 2018
- BOHNENKAMP, B. *et al*. When does it make sense to do it again? An empirical investigation of contingency factors of movie remakes. *Journal of Cultural Economics*, v. 39, n. 1, p. 15–41, 2015.
- BONA, R. J. Televisão, Star Wars e colaboração no cinema de Os Trapalhões: princípios de uma narrativa transmídia brasileira. *Revista Educação, Cultura e Comunicação*, v. 9, n. 17, p. 235–250, 2018. Disponível em: <<http://unifatea.com.br/seer3/index.php/ECCOM/article/view/433>>.
- BORGES, D. S. *A retomada do cinema brasileiro: uma análise da indústria cinematográfica nacional*. 2007. 170 f. Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.
- BREWER, S.M.; KELLEY, J.M.; JOZEFOWICZ, J.J. A blueprint for success in the US film industry. *Applied Economics*, v. 41, n. 5, p. 589–606, 2009.

BUENO, Z.P. Um possível cinema juvenil e musical brasileiro. In: MAIA, G.; ZAVALA, L. (Org.). *Cinema musical na América Latina: aproximações contemporâneas*. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2018. p. 249–275.

BUTCHER, P. *A dona da história: origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro*. 2006. 118 f. Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, 2006.

CALABRE, L.; TAVARES, T.S. O Fundo Setorial do Audiovisual e as políticas audiovisuais: interfaces com os estudos de cultura visual. *Estudos Históricos (Rio de Janeiro)*, v. 34, n. 72, p. 197–220, 2020.

CAMPOS, R. M. M.. *Carlota Joaquina, referencial de mercado para a retomada do cinema brasileiro: estratégias de produção, distribuição e exibição*. Universidade de Ribeirão Preto (UNAERP), NP07. [S.l.: s.n.], 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/15084936824724476176112691235035068288.pdf>>.

CARROLL, N. TV and Film: a philosophical perspective. *The Journal of Aesthetic Education*, v. 35, n. 1, p. 15–29, 2001. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/pdf/3333768.pdf?casa_token=qi9f1BmKyNQAAAAA:hQThi88x0mA514qlYsVU2XvLT9AsARPFwq-ikrgCvBW8VkyT3rO5VPF3vjBNJuNnwoObWPuo9I2FSlcG7XdXrz3_W2zJHkR8ICMH13nISD3idslt79Y>.

CHANG, B.; KI, E. Devising a Practical Model for Predicting Theatrical Movie Success: Focusing on the Experience Good Property. *Journal of Media Economics*, v. 18, n. 4, p. 247–269, 2005.

CHEN, R.; XU, W.; ZHANG, X. Dynamic Box Office Forecasting Based on Microblog Data. *Filomat*, v. 30, n. 15, p. 4111–4124, 2016.

CHISHOLM, D. C. *et al.* Economics of motion pictures: the state of the art. *Journal of Cultural Economics*, v. 39, n. 1, p. 1–13, 2015.

CLEMENT, M.; WU, S.; FISCHER, M. Empirical generalizations of demand and supply dynamics for movies. *International Journal of Research in Marketing*, v. 31, n. 2, p. 207–223, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2013.10.007>>.

COLLINS, A.; HAND, C.; SNELL, M. C. What makes a blockbuster? Economic analysis of film success in the United Kingdom. *Managerial and Decision Economics*, v. 23, n. 6, p. 343–354, 2002. Disponível em: <<http://dx.doi.org/doi:10.1002/mde.1069>>.

CRAIG, C S.; GREENE, W. H.; VERSACI, A. E-word of mouth: Early predictor of audience engagement: How pre-release “E-WOM” drives box-office outcomes of movies. *Journal of Advertising Research*, v. 55, n. 1, p. 62–72, 2015. Disponível em: <<http://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&PAGE=reference&D=psyc11&NEWS=N&AN=2015-13837-008>>.

DELEN, D.; SHARDA, R.. Predicting the Financial Success of Hollywood Movies Using An Information Fusion Approach. *Endüstri Mühendisligi Dergisi*, v. 21, n. 1, p. 30–37, 2010.

DELMESTRI, G.; MONTANARI, F.; USAI, A. Reputation and Strength of Ties in Predicting Commercial Success and Artistic Merit of Independents in the Italian Feature Film Industry. *Journal of Management Studies*, v. 42, n. 5, p. 975–1002, 2005.

DERRICK, F.W.; WILLIAMS, N.A.; SCOTT, C.E. A two-stage proxy variable approach to estimating movie box office receipts. *Journal of Cultural Economics*, v. 38, p. 173–189,

2014.

EINAV, L. Seasonality in the U. S. motion picture industry. *The RAND Journal of Economics*, v. 38, n. 1, p. 127–145, 2007.

ELBERSE, A. The Power of Stars: Do Star Actors Drive the Success of Movies? *Journal of Marketing*, v. 71, n. 4, p. 102–120, 2007. Disponível em: <<http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmkg.71.4.102>>.

FIGUEIREDO, J. L. O Sistema Produtivo Da Indústria Do Cinema Brasileiro E Sua Dispersão Concentrada. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 16, n. 2, p. 62, 2019.

GARDNER, M. W.; DORLING, S. R. Artificial neural networks (the multilayer perceptron): review of applications in the atmospheric sciences. *Atmospheric Environment*, v. 32, n. 14/15, p. 2627–2636, 1998.

GATTI, A. Cidade de Deus : blockbuster brasileiro em tempos de globalização. *Revista D'ART*, v. 12, p. 32–37, 2005. Disponível em: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/revista_dart/pdfs/dart12_cidade_de_deus_blockbuster_em_tempos.pdf>.

GHIASSI, M.; LIO, D.; MOON, B. Pre-production forecasting of movie revenues with a dynamic artificial neural network. *Expert Systems with Applications*, v. 42, n. 6, p. 3176–3193, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2014.11.022>>.

GUO, Z.; ZHANG, X.; HOU, Y. Predicting box office receipts of movies with pruned random forest. 2015, Istanbul: [s.n.], 2015. p. 55–62. Disponível em: <<https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/B9780124509603500105>>.

HUR, M.; KANG, P.; CHO, S. Box-office forecasting based on sentiments of movie reviews and Independent subspace method. *Information Sciences*, v. 372, p. 608–624, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ins.2016.08.027>>.

IKEDA, M.. Panorama das políticas públicas federais para o audiovisual a partir da “retomada”. In: GAMA, F. B. (Org.). *Produção, políticas e mercado no audiovisual brasileiro*. v. 4 ed. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2020. p. 9–21.

JAMBEIRO, O.. *A TV no Brasil do século XX*. Salvador: EDUFBA, 2001. v. 1999.

JAMES, G. *et al. An introduction to Statistical Learning*. [S.l: s.n.], 2000. v. 7.

KANZLER, M.; MILLA, J.T. *Focus 2016 - World Film Market Trends*. . [S.l: s.n.], 2016.

KARNIOUCHINA, E. V. Impact of star and movie buzz on motion picture distribution and box office revenue. *International Journal of Research in Marketing*, v. 28, n. 1, p. 62–74, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2010.10.001>>.

KE, G. *et al. LightGBM : A Highly Efficient Gradient Boosting Decision Tree*. 2017, Long Beach, CA, USA: [s.n.], 2017. p. 1–9.

KIM, S. H.; PARK, N.; PARK, S. H. Exploring the Effects of Online Word of Mouth and Expert Reviews on Theatrical Movies' Box Office Success. *Journal of Media Economics*, v. 26, n. 2, p. 98–114, 2013.

KIM, T.; HONG, J.; KANG, P. Box Office Forecasting considering Competitive Environment and Word-of-Mouth in Social Networks: A Case Study of Korean Film Market. *Computational Intelligence and Neuroscience*, v. 2017, 2017.

KIM, T.; HONG, J.; KANG, P.. Box office forecasting using machine learning algorithms based on SNS data. *International Journal of Forecasting*, v. 31, n. 2, p. 364–390, 2015.

- Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijforecast.2014.05.006>>.
- LEE, K. *et al.* Predicting movie success with machine learning techniques: ways to improve accuracy. *Information Systems Frontiers*, v. 20, n. 3, p. 577–588, 2018.
- LEGOUX, R. *et al.* The effect of critical reviews on exhibitors' decisions: Do reviews affect the survival of a movie on screen? *International Journal of Research in Marketing*, v. 33, n. 2, p. 357–374, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.07.003>>.
- LIU, L.; ZHAO, Y. Research of Box-Office Prediction based on Rough Set and Support Vector Machine. *International Journal of Hybrid Information Technology*, v. 9, n. 2, p. 417–426, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.14257/ijhit.2016.9.2.37>>.
- MAIA, L. B. *Produção, Distribuição e Exibição – Cinema Brasileiro Da Retomada (1995-2005)*. 2008. 83 f. Universidade Federal de Santa Catarina, 2008. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia291924.pdf>>.
- MARSON, M. I. *O CINEMA DA RETOMADA: ESTADO E CINEMA NO BRASIL DA DISSOLUÇÃO DA EMBRAFILME À CRIAÇÃO DA ANCINE*. 2006. 217 f. Universidade Estadual de Campinas, 2006.
- MATTOS, S. *Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história - 1950/1990*. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda, 1990.
- MCKENZIE, J.; WALLS, W. D. Australian films at the Australian box office: Performance, distribution, and subsidies. *Journal of Cultural Economics*, v. 37, p. 247–269, 2013.
- MENDES, F. A maldição do Homem-Aranha para o cinema brasileiro. VEJA. 2021. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/radar-economico/a-maldicao-do-homem-aranha-para-o-cinema-brasileiro/>>
- MESSERLIN, P.; PARC, J. the Effect of Screen Quotas and Subsidy Regime on Cultural Industry: a Case Study of French and Korean Film Industries the Effect of Screen Quotas and Subsidy Regime on Cultural Industry. *Journal of International Business and Economy*, v. 1517, n. 2, p. 57–73, 2014.
- MICHEL, R. C.; AVELLAR, A.P. A indústria da sétima arte no Brasil: uma análise da lei do audiovisual. 2010, Salvador: [s.n.], 2010. p. 1–15. Disponível em: <<http://www.vienecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload/24454.pdf>>.
- MICHEL, R.C.; AVELLAR, A.P. A indústria cinematográfica brasileira de 1995 a 2012: estrutura de mercado e políticas públicas. *Nova Economia*. v.24, n.3, p.491-516, 2014.
- MILANI, R. In: Papo de Cinema. Crítica. Disponível em: <<http://www.papodecinema.com.br/filmes/vestido-para-casar/>>. Acesso em 05/03/2022.
- MOREIRA, F. R.; BEZERRA, L.; ROCHA, R. A Secretaria do audiovisual/MinC no governo Lula: políticas de cultura, políticas de comunicação. 2010, Salvador: [s.n.], 2010. p. 1–15. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/wordpress/24615.pdf>>.
- NELSON, R.A.; GLOTFELTY, R. Movie stars and box office revenues: An empirical analysis. *Journal of Cultural Economics*, v. 36, p. 141–166, 2012.
- PACKARD, G. *et al.* The role of network embeddedness in film success. *International Journal of Research in Marketing*, v. 33, n. 2, p. 328–342, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.06.007>>.
- PADIGLIONE, C. *Diretor de '2 filhos de Francisco', Breno Silveira conta que Zezé quis tirá-lo do filme*. *Telepadi*. UOL. 2018. Disponível em: <<https://telepadi.folha.uol.com.br/diretor->

de-2-filhos-de-francisco-breno-silveira-conta-que-zeze-quis-tira-lo-filme/>

PENG, F. *et al. Star power and box office revenues: evidence from China*. [S.l.]: Springer US, 2019. v. 43. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s10824-018-9338-0>>.

PINHO, A. K. J.; ALVES, D. J.C. *Resultados Consolidados do Fundo Setorial do Audiovisual*. . [S.l: s.n.], 2018. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/resultados-consolidados-fsa-10-anos.pdf>>.

PINTO, V. C. *De Fernando Henrique Cardoso a Lula: uma análise das políticas públicas de cultura no brasil*. 2010. 1–31 f. Universidade de São Paulo (USP), 2010. Disponível em: <<http://www.usp.br/celacc/ojs/index.php/blacc/article/viewFile/178/209>>.

PROULX, M.; SHEPATIN, S. *Social TV: How Marketers Can Reach and Engage Audiences by Connecting Television to the Web, Social Media, and Mobile*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2012.

RASCHKA, S. *Python Machine Learning*. [S.l: s.n.], 2015.

RESENDE, A.C.F. *Globo Repórter: um encontro entre cineastas e a televisão*. 2005. 347 f. Universidade Federal de Minas Gerais, 2005.

PEREZ, J.T. REIS, E. R.; NAKANO, D. N. Estimador de bilheteria da produção cinematográfica brasileira. In: Figueiredo, J.L; Corrêa, S.B..*Economia Criativa: gestão estratégica dos setores criativos*. 1 ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2020.

PEREZ, J.T. REIS, E. R.; NAKANO, D. N. Estimador de bilheteria das produções cinematográficas brasileiras: uma abordagem no aprendizado de máquinas. São Paulo: Observatório Itaú Cultural, 2017. Disponível em: https://portal-assets.icnetworks.org/uploads/attachment/file/100184/Estimador_bilheteria_pt_4_AF.pdf. Acesso em: 18 out. 2022.

POZZO, R.R. O poder de narrar: geopolítica da distribuição cinematográfica no Brasil. *Liinc em Revista*, v. 16, n. 1, p. e5144, 2020.

ROSEN, S.. The Economics of Superstars. *The American Economic Review*, v. 71, n. 5, p. 845–858, 1981.

RUSSO, F. Dores de Amores. Críticas AdoroCinema, 2022. Disponível em: <<https://www.adorocinema.com/filmes/filme-213221/criticas-adorocinema/>>. Acesso em 13 dez 2022.

SAWHNEY, M.S.; ELIASHBERG, J. A Parsimonious Model for Forecasting Gross Box-Office Revenues of Motion Pictures. *Marketing Science*, v. 15, n. 2, p. 113, 1996. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsjsr&AN=edsjsr.184189&site=eds-live%5Cnhttp://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=5052854&S=R&D=bth&EbscoContent=dGJyMNxb4kSeqLU4y9f3OLCmr02eprdSsqy4SrWWxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGptU>>.

SCHATZ, T. The Studio System and Conglomerate Hollywood. *The contemporary Hollywood film industry*. Oxford: Blackwell, 2008. p. 13–42.

SCRIVEN, M.; LECOMTE, M. *Television Broadcasting in Contemporary France and Britain*. Berghahn Books. New York. 1999.

SECRETARIA DO AUDIOVISUAL. *Cinema, Som e Vídeo: 1995 a 2002. Relatório de*

- Atividades da Secretaria do Audiovisual*. [S.l: s.n.], 2002. Disponível em: <<http://thacker.diraol.eng.br/mirrors/www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/11/relatorio-de-atividades-sav-19952002.pdf>>.
- SHARDA, R.; DELEN, D. Predicting box-office success of motion pictures with neural networks. *Expert Systems with Applications*, v. 30, n. 2, p. 243–254, 2006.
- SIMIS, A.; PELLEGRINI, T. *O audiovisual brasileiro dos anos 90: questão estética ou econômica ?*. Chicago: [s.n.], 1998. Disponível em: <<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/352172/1j09b0jl7noc0sabfq81-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1649248998&Signature=VOXd2OZDLZ3Eu6XMa5wStefPK7YoLKDLVUF~1FHKUhUSOhQ0ouihobKwhPJY90nqqndfyYXeKZOMsKN-2zMI5iAGO6W9umz--2ELmKxgtRHpEBZnFnEGsFkdI-F863nCrLCl-n-s4>>.
- SIMONARD, P. *A geração do Cinema Novo: para uma antropologia do cinema*. Mauad Editora. Rio de Janeiro, 2006.
- SOKOLOVA, M.; JAPKOWICZ, N.; SZPAKOWICZ, S. Beyond Accuracy , F-Score and ROC : A Family of Discriminant Measures for Performance Evaluation. p. 1015–1016, 2006.
- STATISTA. *Theatrical market revenue worldwide from 2002 to 2020*. 2022. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/260198/filmed-entertainment-revenue-worldwide-by-region/>>. Acesso em 16/12/2022.
- TOLDO, G. S.; LOPES, F. D. Cinema como arte ou entretenimento: uma visão de seus realizadores e a estrutura organizacional de suas produtoras. *Revista Eletrônica de Administração - REAd*, v. 86, n. 2, p. 167–190, 2017.
- TREME, J. Effects of Celebrity Media Exposure on Box-Office Performance. *Journal of Media Economics*, v. 23, n. 1, p. 5–16, 2010.
- VANY, A.; WALLS, W. D. Uncertainty in the Movie Industry : Does Star Power Reduce the Terror of the Box Office ? *Journal of Cultural Economics*, v. 23, p. 285–318, 1999.
- WALLS, W. D. Modeling Movie Success When ‘Nobody Knows Anything’: Conditional Stable-Distribution Analysis Of Film Returns. *Journal of Cultural Economics*, v. 29, n. 3, p. 177–190, 2005.
- ZHANG, L.; LUO, J.; YANG, S. Forecasting box office revenue of movies with BP neural network. *Expert Systems with Applications*, v. 36, n. 3 PART 2, p. 6580–6587, 2009. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2008.07.064>>.
- ZHOU, Y.; YEN, G.G. Evolving Deep Neural Networks for Movie Box-office Revenues Prediction. *2018 IEEE Congress on Evolutionary Computation (CEC)*, p. 1–8, 2018.
- ZHOU, Y.; ZHANG, L.; YI, Z.. Predicting movie box-office revenues using deep neural networks. *Neural Computing and Applications*, p. 1–11, 2017.

Anexo I – Base das produções cinematográficas nacionais utilizada no modelo

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
1976 O ANO DA INVASÃO CORINTHIANA	90	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	4	0	58.053,02	E
A ALMA DA GENTE	73	Documentário	10+	Minor	0	0	0	6	0	23.669,75	F
A BALADA DO PROVISÓRIO	92	Comédia	14+	Minor	1	0	0	1	1	193,99	H
A BATALHA DO PASSINHO	70	Documentário	14+	Minor	0	0	0	6	0	24.019,24	F
À BEIRA DO CAMINHO	102	Drama	12+	Major	0	0	0	218	9	2223552,73	B
A CASA VERDE	72	Família	LIVRE	Minor	2	0	0	12	0	234.801,98	C
A DESPEDIDA	90	Drama	14+	Minor	0	0	0	9	3	38.281,69	E
A FALTA QUE ME FAZ	85	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	1	0	5.668,27	G
A FARRA DO CIRCO	93	Documentário	14+	Medium	0	0	0	6	3	18617,26	F
A FLORESTA DE JONATHAS	98	Drama	12+	Minor	1	0	0	1	3	12.755,02	G
A FRENTE FRIA QUE A CHUVA TRAZ	110	Drama	16+	Minor	1	0	0	2	11	29.635,76	E
A GRANDE VITÓRIA	110	Drama	12+	Minor	0	0	0	90	8	407.243,80	C
A HISTÓRIA DA ETERNIDADE	120	Drama	16+	Minor	1	0	0	7	2	144.166,54	D
A LUNETAS DO TEMPO	99	Faroeste	14+	Minor	2	0	0	22	2	91.219,80	D
A LUZ DO TOM	88	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	10	0	134.189,25	D
A MEMÓRIA QUE ME CONTAM	95	Drama	16+	Minor	0	0	0	6	3	95.763,33	D
A MÚSICA SEGUNDO TOM JOBIM	88	Biografia	12+	Minor	0	1	0	21	0	1.363.115,39	B
A NAÇÃO QUE NÃO ESPEROU POR DEUS	89	Documentário	LIVRE	Minor	0	1	1	7	0	14.803,39	F
A NOVELA DAS OITO	100	Drama	16+	Minor	0	0	0	21	14	77.804,13	D

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
A OESTE DO FIM DO MUNDO	104	Drama	14+	Minor	1	0	0	16	1	75.220,41	D
A PELADA	82	Comédia	14+	Minor	0	0	0	4	2	98.649,92	D
A SUPREMA FELICIDADE	125	Drama	16+	Medium	0	0	0	166	5	3651771,82	B
A VIAGEM DE YOANI	75	Documentário	10+	Minor	1	0	0	8	0	21.725,31	F
A VIDA PRIVADA DOS HIPOPÓTAMOS	91	Documentário	10+	Minor	1	0	0	11	0	15.508,07	F
ACÁCIO	88	Documentário	LIVRE	Minor	2	0	0	1	0	5.789,38	G
ALEMÃO	109	Ação	12+	Major	0	0	0	368	16	15145045,87	A
ALUCINADOS	83	Suspense	16+	Minor	7	1	0	2	3	1.690,29	H
AMAZÔNIA DESCONHECIDA	71	Documentário	12+	Major	0	1	0	1	0	572,35	H
AMAZÔNIA ETERNA	97	Documentário	LIVRE	Minor	2	0	0	2	0	3.978,53	H
AMOR EM SAMPA	113	Musical	12+	Minor	3	0	0	81	9	199.511,42	C
AMOR PLÁSTICO E BARULHO	86	Drama	14+	Minor	2	1	0	12	0	41.196,49	E
AMORES URBANOS	115	Drama	14+	Minor	1	0	0	19	0	137.765,12	D
ANABAZYS	90	Documentário	12+	Minor	2	0	0	4	0	11.804,20	G
ANITA E GARIBALDI	98	Histórico	12+	Minor	0	1	0	10	6	15.904,04	F
AOS VENTOS QUE VIRÃO	96	Drama	14+	Minor	2	0	0	1	7	29.943,49	E
APAIXONADOS O FILME	95	Comédia	12+	Minor	1	0	0	128	8	385.615,46	C
APARECIDA O MILAGRE	87	Drama	LIVRE	Minor	0	1	0	270	3	3.150.453,92	B
APENAS O FIM	80	Comédia	12+	Minor	1	0	0	5	3	299.988,48	C
APNEIA	88	Drama	16+	Minor	0	0	0	6	2	65.808,22	D
AQUARIUS	141	Drama	16+	Medium	0	0	0	110	7	5725905,57	B
AQUI DESTE LUGAR	86	Documentário	10+	Major	0	0	0	1	0	2585,86	H

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
AS DOZE ESTRELAS	99	Drama	14+	Minor	1	0	0	27	5	52.829,06	E
AS HIPER MULHERES	100	Documentário	10+	Minor	1	0	0	3	0	12.405,91	G
AS MELHORES COISAS DO MUNDO	107	Comédia	14+	Medium	0	0	0	151	2	4134399,78	B
ATÉ QUE A SORTE NOS SEPARE	104	Comédia	12+	Major	0	0	0	417	0	51151616,56	A
ATÉ QUE A SORTE NOS SEPARE 2	100	Comédia	12+	Major	0	1	1	778	3	60971584,17	A
ATÉ QUE A SORTE NOS SEPARE 3	120	Comédia	12+	Major	0	1	1	819	2	49807134	A
ATO ATALHO E VENTO	75	Comédia	12+	Minor	0	1	0	1	0	14.509,82	F
AVANTI POPOLO	72	Drama	12+	Minor	1	0	0	17	0	42.100,04	E
BATGUANO	73	Drama	18+	Minor	1	0	0	1	0	3.447,87	H
BEIRA MAR	85	Drama	14+	Minor	0	0	0	27	0	168.706,19	D
BELA NOITE PARA VOAR	87	Drama	12+	Minor	1	0	0	20	6	316.207,92	C
BELAIR	80	Documentário	12+	Minor	3	0	0	10	2	15.240,43	F
BEM CASADOS	91	Comédia	12+	Medium	0	1	0	445	8	8179314,87	A
BERNARDES	90	Documentário	12+	Minor	1	0	0	8	0	27.783,28	F
BILLI PIG	111	Comédia	12+	Medium	0	0	0	211	8	3858537,49	B
BOA SORTE	89	Drama	16+	Medium	0	0	0	179	7	2452683,56	B
BOA SORTE MEU AMOR	93	Drama	16+	Minor	0	0	0	1	1	43.284,98	E
BONITINHA MAS ORDINÁRIA	90	Drama	16+	Minor	0	0	0	44	2	194.217,25	C
BRASIL DNA ÁFRICA	70	Drama	LIVRE	Minor	0	0	0	3	0	6.400,93	G
BRASIL S/A	71	Drama	10+	Minor	2	0	0	17	0	18.474,57	F
BRINCANTE	90	Documentário	LIVRE	Minor	0	1	0	18	0	123.622,12	D
BRUNA SURFISTINHA	109	Biografia	16+	Major	0	0	0	347	6	34161824,13	A
CAMINHO DE VOLTA	76	Documentário	10+	Minor	0	0	0	4	0	9.842,53	G
CAMPO DE JOGO	71	Documentário	12+	Minor	1	1	0	9	0	34.825,65	E

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
CAMPO GRANDE	108	Drama	10+	Minor	1	0	0	13	0	73.865,09	D
CANÇÃO DA VOLTA	98	Drama	14+	Minor	0	0	0	14	4	36.614,33	E
CARA OU COROA	90	Drama	12+	Minor	1	1	0	12	6	123.566,80	D
CARO FRANCIS	95	Documentário	12+	Minor	1	1	0	1	0	81.381,23	D
CARROSSEL 2 O SUMIÇO DE MARIA JOAQUINA	93	Comédia	LIVRE	Major	0	1	1	888	0	31501145,4	A
CARROSSEL O FILME	90	Comédia	LIVRE	Major	0	1	1	616	0	33249206,18	A
CASA DA MÃE JOANA 2	79	Comédia	14+	Minor	0	0	1	187	17	2.156.498,96	B
CASA GRANDE	115	Drama	14+	Medium	1	0	0	33	9	654222,13	C
CÁSSIA ELLER	113	Biografia	12+	Medium	1	1	0	47	0	1222803,18	B
CASTANHA	95	Documentário	14+	Minor	0	0	0	17	0	37.289,10	E
CAUBY COMEÇARIA TUDO OUTRA VEZ	90	Documentário	12+	Minor	0	0	0	14	0	107.763,55	D
CAUSA E EFEITO	105	Drama	14+	Minor	0	1	0	126	6	1.269.254,24	B
CHAMADA A COBRAR	72	Drama	12+	Minor	1	0	0	1	1	9.028,62	G
CHARLOTE SP	118	Drama	14+	Minor	0	0	0	9	0	6.653,86	G
CHATÔ O REI DO BRASIL	102	Biografia	14+	Minor	0	0	0	17	31	1.190.164,30	B
CHICO ARTISTA BRASILEIRO	110	Documentário	10+	Minor	0	0	0	52	0	2.263.396,26	B
CHICO XAVIER	125	Biografia	LIVRE	Major	1	1	0	392	10	55464939,25	A
CÍCERO DIAS O COMPADRE DE PICASSO	79	Biografia	12+	Minor	0	0	0	4	0	18.791,22	F
CIDADE CINZA	80	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	12	0	179.679,26	C
CINE HOLLIÚDY	91	Comédia	12+	Medium	0	0	0	10	2	6910452,97	A
CINEMA NOVO	90	Documentário	12+	Minor	0	0	0	19	0	96.964,14	D
CIRCULAR	94	Drama	12+	Minor	1	1	0	3	2	25.588,56	F
CÔNFIANÇA EM MIM	95	Suspense	12+	Minor	2	0	0	67	6	736.932,36	C
CONFISSÕES DE ADOLESCENTE O FILME	95	Comédia	12+	Major	1	1	1	393	2	11642022,13	A

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
CONSTANTINO	80	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	1	0	4.394,17	H
CONTOS GAUCHESCOS	100	Drama	12+	Minor	1	1	0	4	0	12.488,16	G
COPA DE ELITE	99	Comédia	12+	Medium	0	0	0	267	0	10441601,24	A
CORAÇÃO DO SAMBA	72	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	1	0	5.058,54	H
CORAÇÕES SUJOS	107	Drama	14+	Minor	1	0	0	35	2	677.328,84	C
CORPO PRESENTE	75	Drama	14+	Minor	1	0	0	1	0	9.643,44	G
CÓRUMBIARA	117	Documentário	LIVRE	Minor	2	1	0	1	0	2.400,05	H
CUBA LIVRE	73	Documentário	10+	Minor	3	0	0	1	0	11.631,21	G
CURITIBA ZERO GRAU	105	Drama	12+	Minor	2	0	0	8	1	70.590,53	D
CURUMIM	102	Documentário	14+	Minor	0	0	0	12	0	45.120,30	E
DAMAS DO SAMBA	75	Documentário	10+	Minor	1	0	0	9	0	9.277,18	G
DE GRAVATA E UNHA VERMELHA	86	Documentário	12+	Minor	3	0	0	2	1	61.301,09	E
DE ONDE EU TE VEJO	140	Romance	12+	Minor	1	0	0	79	6	568.755,69	C
DE PERNAS PRO AR	98	Comédia	14+	Major	0	1	0	346	4	53421447,06	A
DE PERNAS PRO AR 2	110	Comédia	12+	Major	0	1	1	718	7	72930167,11	A
DEMOCRACIA EM PRETO E BRANCO	90	Documentário	10+	Minor	0	0	0	9	0	23.345,68	F
DENTRO DA CAIXINHA	44	Fantasia	LIVRE	Minor	0	1	0	2	0	18.739,38	F
DEPOIS DA CHUVA	95	Drama	16+	Minor	1	1	0	14	0	237.711,72	C
DESAPARECIDOS	73	Suspense	14+	Minor	0	1	0	17	0	162.005,11	D
DESCULPE O TRANSTORNO	94	Comédia	12+	Medium	0	0	0	323	8	2102626,13	B
DIA DE PRETO	85	Aventura	14+	Minor	0	0	0	6	0	2.951,81	H
DIÁRIO DE UMA BUSCA	74	Biografia	10+	Minor	0	0	0	2	0	54.604,02	E

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
DISPAROS	100	Ação	14+	Minor	0	0	0	16	3	72.501,14	D
DIVÃ	94	Comédia	12+	Major	0	0	0	137	9	31609043,85	A
DIVÃ A 2	90	Comédia	12+	Minor	0	0	1	315	13	2.452.953,02	B
DO LADO DE FORA	90	Drama	12+	Minor	1	0	0	30	0	199.864,09	C
DOCE AMIANTO	70	Drama	16+	Minor	0	0	0	5	0	8.503,44	G
DOIS CASAMENTOS	70	Drama	14+	Minor	0	1	0	2	0	5.540,98	G
DOMINGOS	80	Documentário	12+	Minor	1	0	0	1	0	8.355,51	G
DOMINGUINHOS	86	Biografia	LIVRE	Minor	1	0	0	13	0	157.859,10	D
DORES DE AMORES	77	Drama	14+	Minor	0	0	0	2	10	2.914,97	H
DOSSIÊ JANGO	102	Documentário	12+	Minor	0	1	0	8	0	133.291,07	D
DUAS MULHERES	100	Drama	14+	Minor	1	1	0	1	0	2.952,58	H
DZI CROQUETTES	101	Biografia	10+	Minor	1	1	0	6	2	411.082,34	C
É FADA!	85	Comédia	12+	Major	0	0	0	732	7	22756276,66	A
É PROIBIDO FUMAR	89	Drama	14+	Minor	0	1	0	42	4	763.868,34	C
ELA VOLTA NA QUINTA	108	Drama	12+	Minor	1	0	0	10	0	20.779,27	F
ELENA	82	Documentário	12+	Minor	1	0	0	14	0	976.750,76	B
ELES VOLTAM	100	Drama	12+	Minor	2	0	0	7	0	51.637,10	E
ELEVADO 3.5	75	Documentário	10+	Minor	3	0	0	1	0	14.698,98	F
ELIS	110	Biografia	14+	Medium	0	0	0	255	7	9092814,82	A
EM BUSCA DE IARA	91	Documentário	12+	Minor	1	0	0	8	0	107.150,28	D
EM NOME DA LEI	115	Drama	14+	Medium	1	1	0	389	9	3622294,37	B
EM TEU NOME	100	Drama	14+	Minor	1	0	0	16	0	374.504,67	C

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
EMBARGO	84	Drama	10+	Minor	1	1	0	1	0	5.187,45	H
EMBARQUE IMEDIATO	88	Comédia	14+	Minor	0	1	0	76	7	581.464,25	C
ENSAIO	82	Drama	14+	Minor	1	0	0	8	0	21.337,80	F
ENTRE ABELHAS	100	Comédia	14+	Medium	1	0	0	342	4	7161416,55	A
ENTRE IDAS E VINDAS	100	Comédia	12+	Minor	1	1	0	293	2	1.691.393,32	B
EPIDEMIA DE CORES	70	Documentário	10+	Minor	0	0	0	1	0	18.140,02	F
ERA UMA VEZ EU VERÔNICA	90	Documentário	18+	Minor	0	1	0	6	1	311.273,55	C
ESSE AMOR QUE NOS CONSUME	80	Drama	12+	Minor	2	0	0	4	0	20.236,80	F
ESSE VIVER NINGUÉM ME TIRA	75	Documentário	LIVRE	Minor	0	1	0	3	0	40.307,77	E
ESTAMOS JUNTOS	100	Drama	14+	Minor	1	0	0	43	7	434.109,64	C
ESTÓRIAS DE TRANCOSO	115	Drama	12+	Minor	2	0	0	1	0	3.551,54	H
ESTRANHOS	100	Drama	14+	Minor	2	0	0	1	0	6.605,06	G
EU E MEU GUARDA CHUVA	85	Drama	LIVRE	Minor	0	0	0	75	4	1.326.658,73	B
EU NÃO FAÇO A MENOR IDEIA DO QUE EU TÔ FAZENDO COM A MINHA VIDA	88	Comédia	10+	Minor	1	1	0	17	3	174.761,95	C
EU NUNCA	72	Drama	14+	Minor	1	0	0	3	1	7.126,32	G
EU RECEBERIA AS PIORES NOTÍCIAS DOS SEUS LINDOS LÁBIOS	100	Drama	16+	Minor	1	0	0	32	5	831.926,10	C
EU SOU CARLOS IMPERIAL	74	Documentário	16+	Minor	3	0	0	3	0	54.661,09	E
FAROESTE CABOCLO	106	Drama	16+	Major	0	1	1	356	14	21658859,43	A
FEBRE DO RATO	110	Drama	18+	Minor	0	0	0	10	8	381.488,16	C
FEDERAL	90	Drama	16+	Minor	1	0	0	63	0	1.708.511,96	B
FILME SOBRE UM BOM FIM	88	Documentário	12+	Minor	0	0	0	2	0	47.765,92	E
FILMEFOBIA	80	Drama	16+	Minor	1	0	0	5	0	66.207,99	D

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
FLORDELIS BASTA UMA PALAVRA PARA MUDAR	89	Biografia	14+	Minor	1	0	0	41	14	336.625,53	C
FLORES RARAS	118	Biografia	12+	Major	2	0	0	95	5	4649297,88	B
FLUIDOS	100	Drama	16+	Minor	1	0	0	1	0	5.044,35	H
FRAGMENTOS DE PAIXÃO	70	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	5	0	4.292,84	H
FRANCISCO BRENNAND	75	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	9	0	75.558,22	D
FUTURO DO PRETÉRITO TROPICALISMO NOW!	71	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	3	1	10.348,35	G
GATA VELHA AINDA MIA	89	Drama	14+	Minor	1	0	0	11	5	54.303,97	E
GERALDINOS	88	Documentário	12+	Minor	1	0	0	1	0	7.189,07	G
GETÚLIO	100	Biografia	12+	Medium	0	1	0	177	5	8454040,32	A
GIOVANNI IMPROTTA	100	Comédia	14+	Minor	2	0	1	202	8	2.733.911,93	B
GIRIMUNHO	90	Drama	12+	Minor	1	0	0	3	0	53.783,69	E
HECTOR	86	Drama	16+	Minor	1	0	0	2	1	1.263,68	H
HELENO	116	Biografia	14+	Minor	1	0	0	64	3	1.568.434,12	B
HÉLIO OITICICA	95	Documentário	LIVRE	Minor	2	1	0	3	0	62.876,31	D
HERBERT DE PERTO	90	Documentário	10+	Minor	1	0	0	29	0	447.983,18	C
HIGH SCHOOL MUSICAL O DESAFIO	90	Musical	LIVRE	Minor	1	0	1	206	1	3.743.138,03	B
HISTÓRIAS DE AMOR DURAM APENAS 90 MINUTOS	90	Drama	16+	Minor	0	0	0	10	7	154.163,74	D
HISTÓRIAS QUE SÓ EXISTEM QUANDO LEMBRADAS	98	Drama	10+	Minor	1	1	0	6	2	124.766,37	D
HOJE	82	Drama	12+	Minor	2	0	0	12	3	123.429,20	D
HOJE EU QUERO VOLTAR SOZINHO	95	Drama	12+	Medium	0	0	0	38	4	3207170,22	B
HOMEM COMUM	103	Documentário	10+	Minor	2	0	0	9	0	28.242,83	F
IBITIPOCA DROBA PRA LÁ	70	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	1	0	7.967,11	G

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
ILEGAL	90	Documentário	12+	Minor	0	0	0	24	0	95.920,04	D
INSUBORDINADOS	82	Crime	16+	Minor	1	0	0	13	0	9.868,83	G
INVASORES	80	Drama	14+	Minor	2	1	0	3	0	4.606,12	H
IRMÃ DULCE	90	Biografia	10+	Medium	0	0	0	143	11	3082708,9	B
ISOLADOS	89	Comédia	14+	Minor	0	0	0	181	8	1.177.877,55	B
JAIME LERNER UMA HISTÓRIA DE SONHOS	75	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	2	0	5.989,36	G
JARDIM DAS FOLHAS SAGRADAS	97	Drama	14+	Minor	1	0	0	16	1	207.546,72	C
JARDIM EUROPA	77	Comédia	12+	Minor	3	0	0	1	0	19.771,04	F
JEAN CHARLES	120	Drama	14+	Medium	0	0	0	167	0	4628988,77	B
JOGO DE XADREZ	80	Drama	14+	Minor	1	0	0	10	8	8.958,60	G
JORGE MAUTNER O FILHO DO HOLOCAUSTO	93	Documentário	10+	Minor	1	0	0	31	0	146.014,83	D
JULIO SUMIU	100	Comédia	16+	Medium	1	0	0	259	9	2997868,31	B
LASCADOS	88	Comédia	12+	Minor	0	0	0	41	7	423.299,27	C
LATITUDES	80	Drama	12+	Minor	1	0	0	3	3	24.287,72	F
LINDA DE MORRER	79	Comédia	14+	Medium	0	0	0	522	10	14653744,9	A
LIRA PAULISTANA E A VANGUARDA PAULISTA	97	Documentário	LIVRE	Minor	1	1	0	2	0	27.708,71	F
MADE IN CHINA	93	Comédia	12+	Medium	0	0	0	396	5	5417636,69	B
MÃE E FILHA	80	Drama	12+	Minor	1	0	0	2	0	6.692,91	G
MAGAL E OS FÓRMIGAS	110	Comédia	12+	Minor	0	1	0	17	2	12.323,58	G
MÃO NA LUVA	70	Drama	14+	Minor	1	0	0	5	0	12.569,26	G
MARCELO YUKA NO CAMINHO DAS SETAS	95	Biografia	12+	Minor	0	0	0	6	0	20.953,74	F
MAREZIA	89	Drama	14+	Minor	2	0	0	7	7	10.873,18	G
MARGARET MEE E A FLOR DA LUA	78	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	11	2	76.924,23	D

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
MARGINAL	72	Documentário	14+	Minor	0	0	0	1	0	1.651,93	H
MARIAS	76	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	17	0	23.894,82	F
MATARAM MEU IRMÃO	77	Documentário	10+	Minor	0	0	0	1	0	7.530,46	G
MATO SEM CACHORRO	113	Comédia	12+	Medium	0	0	0	377	13	15651069,89	A
MEIA HORA E AS MANCHETES QUE VIRAM MANCHETE	78	Documentário	12+	Minor	1	0	0	4	0	10.789,13	G
MENINOS DE KICHUTE	102	Drama	LIVRE	Minor	5	0	0	13	5	23.305,11	F
MENOS QUE NADA	105	Drama	14+	Minor	0	1	0	9	0	17.174,43	F
MENTIRAS SINCERAS	75	Documentário	10+	Minor	3	0	0	1	6	1.682,78	H
MEU AMIGO CLAUDIA	80	Documentário	14+	Minor	1	1	0	1	0	4.998,56	H
MEU MUNDO EM PERIGO	96	Drama	12+	Minor	3	1	0	2	0	14.023,77	F
MEU NOME É JACQUE	80	Documentário	12+	Minor	0	1	0	1	0	5.243,86	H
MEU PASSADO ME CONDENA 2	108	Comédia	12+	Major	0	1	1	618	1	40236413,3	A
MEUS DOIS AMORES	86	Comédia	12+	Minor	4	0	0	39	12	350.222,08	C
MINHA MÃE É UMA PEÇA 2	96	Comédia	12+	Major	0	1	1	1055	17	133469370,3	A
MINHOCAS	82	Animação	LIVRE	Medium	0	1	0	126	3	2174819,6	B
MINUTOS ATRÁS	106	Comédia	12+	Minor	1	0	0	11	1	11.392,57	G
MORGUE STORY SANGUE BAIACU E QUADRINHOS	78	Terror	16+	Minor	2	0	0	1	0	12.508,08	G
MOSCOU	78	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	8	0	112.212,63	D
MUITA CALMA NESSA HORA	104	Comédia	14+	Medium	0	0	0	176	5	22013325	A
MUITA CALMA NESSA HORA 2	90	Comédia	12+	Major	1	1	1	422	12	21496227,01	A
MUITO ALÉM DO PESO	84	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	10	0	42.708,25	E
MUITOS HOMENS NUM SÓ	90	Drama	14+	Minor	1	0	0	12	4	56.387,32	E
MULATAS! UM TUFÃO NOS QUADRS	90	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	3	0	2.737,52	H

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
MUNDO DESERTO DE ALMAS NEGRAS	91	Suspense	14+	Minor	3	0	0	4	1	9.319,77	G
MUNDO INVISÍVEL	70	Drama	14+	Minor	2	0	0	5	0	43.384,75	E
NA CARNE E NA ALMA	83	Drama	16+	Minor	2	1	0	1	0	2.356,18	H
NA QUADRADA DAS ÁGUAS PERDIDAS	74	Drama	LIVRE	Minor	0	0	0	2	2	90.245,44	D
NA QUEBRADA	92	Comédia	14+	Medium	0	0	0	218	4	3827523,68	B
NASCIDA DE NOVO	128	Drama	14+	Minor	0	0	0	5	0	42.993,96	E
NATIMORTO	92	Drama	14+	Minor	2	0	0	5	2	55.500,66	E
NETTO E O DOMADOR DE CAVALOS	105	Drama	14+	Minor	2	0	0	2	2	36.653,12	E
NISE O CORAÇÃO DA LOUCURA	108	Biografia	12+	Medium	1	1	0	61	8	2523719,93	B
NO LUGAR ERRADO	70	Drama	16+	Minor	1	0	0	2	0	2.516,61	H
NO OLHO DA RUA	100	Drama	14+	Minor	1	0	0	6	3	22.788,33	F
NOITES DE REIS	90	Drama	12+	Minor	1	0	0	5	3	5.034,97	H
NOS PASSOS DO MESTRE	85	Documentário	10+	Minor	1	0	0	8	0	398.884,74	C
NOSSO LAR	103	Drama	10+	Major	0	0	0	444	2	62926632,94	A
O ABISMO PRATEADO	100	Drama	14+	Minor	1	0	0	5	4	169.148,32	D
O AMOR SEGUNDO B. SCHIANBERG	80	Drama	14+	Minor	1	0	0	3	0	70.042,82	D
O AMULETO	80	Suspense	12+	Minor	0	0	0	19	5	37.653,24	E
O BRASIL DEU CERTO. E AGORA?	70	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	1	0	29.953,86	E
O CANDIDATO HONESTO	102	Comédia	12+	Major	0	0	0	595	4	32230588,03	A
O CARTEIRO	103	Comédia	12+	Minor	3	0	0	24	0	56.985,62	E
O CASAMENTO DE GORETE	105	Comédia	12+	Minor	2	0	0	100	3	1.296.665,69	B
O CASEIRO	88	Suspense	12+	Minor	1	0	0	61	7	169.267,07	D
O CONCURSO	87	Comédia	12+	Major	0	1	0	355	5	19505669,41	A

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
O DIA DO GALO	60	Documentário	12+	Minor	1	1	0	10	0	442.819,37	C
O DIA QUE DUROU 21 ANOS	78	Documentário	14+	Minor	1	1	0	10	0	369.009,84	C
O DIÁRIO DE TATI	90	Comédia	LIVRE	Minor	0	0	0	102	5	2.678.528,22	B
O DUELO	107	Drama	14+	Minor	1	0	0	73	7	229.413,76	C
O ESCARAVELHO DO DIABO	90	Suspense	12+	Minor	0	0	0	363	5	1.160.819,32	B
O FILHO ETERNO	86	Drama	12+	Minor	0	1	0	60	2	372.919,90	C
O FILME DOS ESPÍRITOS	101	Drama	10+	Medium	0	0	0	160	0	4966713,42	B
O FIM E OS MEIOS	100	Drama	16+	Minor	3	1	0	17	4	11.519,80	G
O GORILA	94	Drama	14+	Minor	4	0	0	3	5	21.385,54	F
O GRANDE KILAPY	100	Drama	14+	Minor	2	0	0	3	3	9.897,54	G
O HOMEM DAS MULTIDÕES	95	Drama	14+	Minor	1	1	1	16	0	171.289,29	C
O HOMEM QUE NÃO DORMIA	100	Drama	18+	Minor	1	0	0	3	1	47.562,44	E
O INVENTOR DE SONHOS	110	Drama	14+	Minor	0	0	0	34	16	55.937,20	E
O LIBERDADE	71	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	1	0	4.444,59	H
O LOBO ATRÁS DA PORTA	101	Drama	16+	Minor	1	0	0	29	10	449.431,70	C
O MANUSCRITO PERDIDO	81	Documentário	10+	Minor	2	0	0	2	0	1.482,50	H
O MENINO E O MUNDO	79	Animação	LIVRE	Minor	1	1	0	12	0	857.626,81	C
O MENINO NO ESPELHO	78	Aventura	LIVRE	Major	1	0	0	13	16	290058,45	C
O MERCADO DE NOTÍCIAS	94	Documentário	10+	Minor	0	0	0	15	0	196.877,71	C
O MESTRE E O DIVINO	85	Documentário	LIVRE	Minor	3	0	0	7	0	8.250,26	G
O MINEIRO E O QUEIJO	71	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	1	0	84.063,26	D
O RIO NOS PERTENCE	75	Drama	14+	Minor	2	0	1	1	7	1.958,23	H

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
O SEGREDO DOS DIAMANTES	86	Aventura	10+	Minor	0	1	0	19	0	124.398,13	D
O SENHOR DO LABIRINTO	80	Biografia	16+	Minor	4	1	0	10	7	45.593,12	E
O SHAOLIN DO SERTÃO	100	Comédia	14+	Medium	0	0	0	29	1	8542819,84	A
O SIGNO DAS TETAS	68	Drama	14+	Minor	3	0	0	6	0	4.674,89	H
O SOM AO REDOR	131	Drama	16+	Minor	1	1	0	13	0	1.418.006,14	B
O TEMPO E O VENTO	115	Drama	14+	Medium	1	0	0	43	8	10407711,13	A
O TOURO	78	Documentário	10+	Minor	1	0	0	4	0	2.863,16	H
O UIVO DA GAITA	72	Drama	16+	Minor	2	0	0	1	7	3.808,23	H
O VENDEDOR DE PASSADOS	100	Drama	12+	Major	2	0	0	208	8	1270563,42	B
O VENDEDOR DE SONHOS	93	Drama	12+	Medium	0	1	0	418	2	9792893,89	A
O VENTO LÁ FORA	64	Documentário	14+	Minor	0	0	0	2	0	56.282,70	E
O DEIO O DIA DOS NAMORADOS	92	Comédia	14+	Medium	0	0	0	325	6	6260128,73	A
OLHO NU	101	Documentário	12+	Minor	2	0	0	22	0	135.983,58	D
ONDE A CORUJA DORME	72	Documentário	12+	Minor	0	1	0	8	0	50.364,66	E
ONDE BORGES TUDO VÊ	77	Drama	18+	Minor	4	0	0	1	0	36,89	H
OS AMIGOS	89	Drama	14+	Minor	2	0	0	24	4	90.826,35	D
OS DEZ MANDAMENTOS O FILME	120	Drama	12+	Major	0	1	1	1127	1	136136310,2	A
OS DIAS COM ELE	107	Documentário	12+	Minor	1	0	0	3	0	16.288,55	F
OS RESIDENTES	120	Drama	14+	Minor	1	0	0	1	0	8.206,67	G
OS SONHOS DE UM SONHADOR A HISTÓRIA DE FRANK AGUIAR	80	Biografia	LIVRE	Minor	6	0	0	7	2	6.957,72	G
OS ÚLTIMOS CANGACEIROS	79	Documentário	14+	Minor	0	0	0	7	0	54.324,17	E
OURO NEGRO	115	Drama	14+	Minor	1	1	0	4	5	30.584,92	E
OURO SUOR E LÁGRIMAS	92	Drama	10+	Minor	0	0	0	18	0	52.679,56	E

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
OZUALDO CANDEIAS E O CINEMA	102	Documentário	18+	Minor	1	1	0	1	0	1.994,25	H
PACHAMAMA	105	Documentário	LIVRE	Minor	2	0	0	6	0	62.345,96	D
PAIXÃO E ACASO	83	Comédia	12+	Minor	1	0	0	3	0	14.447,23	F
PARA MINHA AMADA MORTA	113	Drama	14+	Minor	1	0	0	35	3	102.005,73	D
PARAÍÇOS ARTIFICIAIS	96	Drama	16+	Medium	0	0	0	232	6	6156283,81	A
PARALELO 10	87	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	3	0	20.937,62	F
PARATODOS	110	Documentário	10+	Minor	1	0	0	14	0	42.181,17	E
PASSARINHO LÁ DE NOVA IORQUE	89	Documentário	LIVRE	Minor	1	1	0	7	0	751,00	H
PAULO GRACINDO O BEM AMADO	84	Documentário	LIVRE	Minor	1	1	0	4	0	142.744,27	D
PAULO MOURA ALMA BRASILEIRA	86	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	7	0	43.327,17	E
PEQUENO SEGREDO	107	Biografia	10+	Medium	0	0	0	251	7	3000665,01	B
PIADEIROS	90	Documentário	12+	Minor	1	0	0	11	0	10.232,75	G
PONTO FINAL	103	Drama	14+	Minor	0	0	0	2	3	2.796,00	H
PONTO ZERO	94	Drama	14+	Minor	1	1	0	14	1	129.518,57	D
PORTA DOS FUNDOS CONTRATO VITALÍCIO	106	Comédia	14+	Medium	0	0	1	515	1	6849356,8	A
PULMÃO DA ARQUIBANCADA	72	Documentário	16+	Minor	1	1	0	2	0	2.748,67	H
QUALQUER GATO VIRA LATA 2	107	Documentário	12+	Medium	0	0	1	551	13	12317461,88	A
QUANDO EU ERA VIVO	105	Drama	12+	Major	0	1	0	25	12	117504,14	D
QUE HORAS ELA VOLTA?	114	Drama	12+	Medium	0	0	0	91	1	8274212,99	A
QUEBRANDO O TABU	79	Documentário	14+	Minor	0	0	0	16	0	414.985,11	C
QUEM SE IMPORTA?	91	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	2	0	143.422,13	D
RÂNIA	85	Drama	14+	Minor	1	0	0	4	1	13.418,14	F
RAPSÓDIA ARMÊNIA	63	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	1	0	17.873,42	F

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
REAL BELEZA	84	Drama	14+	Minor	1	0	0	44	6	177.380,59	C
REIS E RATOS	110	Comédia	14+	Minor	2	0	0	172	12	1.939.088,66	B
REMAR É...	74	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	1	0	1.183,94	H
REPARE BEM	107	Documentário	10+	Minor	2	0	0	5	0	25.315,43	F
RÉQUIEM PARA LAURA MARTIN	105	Drama	16+	Minor	0	0	0	2	0	1.779,28	H
REUS	90	Suspense	16+	Minor	3	0	0	1	0	521,11	H
REZA A LENDA	100	Ação	14+	Medium	1	1	0	382	10	5802470,73	A
RIO CIGANO	80	Drama	14+	Minor	2	0	0	1	0	15.137,39	F
RIO EM CHAMAS	109	Documentário	14+	Minor	0	0	0	1	0	6.391,70	G
RIO EU TE AMO	110	Documentário	10+	Medium	0	0	1	248	4	1603249,15	B
RIOCORRENTE	79	Drama	14+	Minor	1	0	0	11	0	66.595,73	D
RITOS DE PASSAGEM	80	Animação	12+	Minor	4	0	0	2	3	6.782,30	G
ROCK BRASÍLIA ERA DE OURO	111	Documentário	12+	Minor	1	0	0	60	0	547.194,97	C
ROMANCE DE FORMAÇÃO	75	Documentário	12+	Minor	0	0	0	4	5	23.321,48	F
ROMANCE POLICIAL	98	Drama	14+	Minor	2	0	0	10	2	55.358,92	E
SAGRADO SEGREDO	73	Documentário	LIVRE	Minor	4	0	0	5	0	7.075,11	G
SANGUE AZUL	114	Drama	16+	Minor	0	0	0	18	10	150.571,60	D
SANTOS 100 ANOS DE FUTEBOL ARTE	93	Drama	LIVRE	Minor	0	1	0	2	0	11.923,30	G
SÃO PAULO COMPANHIA DE DANÇA	71	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	1	0	607,94	H
SÃO PAULO EM HI FI	100	Documentário	10+	Minor	0	0	0	1	0	38.742,36	E
SÃO SILVESTRE	80	Documentário	LIVRE	Minor	0	1	0	3	0	24.204,60	F

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
SE DEUS VIER QUE VENHA ARMADO	87	Policial	16+	Minor	2	0	0	10	0	25.225,21	F
SE PUDE... DIRIJA!	84	Comédia	LIVRE	Medium	0	0	0	471	4	6087699,92	A
SEM FIO	121	Drama	18+	Minor	0	0	0	1	0	2.886,25	H
SEM PENA	86	Documentário	12+	Minor	0	0	0	13	0	122.340,54	D
SEMENTES DO NOSSO QUINTAL	118	Documentário	LIVRE	Minor	2	0	0	3	0	28.079,09	F
SENHORES DO VENTO	95	Documentário	LIVRE	Minor	4	0	0	1	0	356,38	H
SERRA PELADA	105	Aventura	14+	Medium	1	0	0	332	3	5699734,92	B
SETENTA	96	Documentário	12+	Minor	1	0	0	6	0	22.722,80	F
SIMPLES MORTAIS	80	Drama	16+	Minor	4	0	0	2	3	13.417,79	F
SINFONIA DA NECRÓPOLE	84	Musical	10+	Minor	2	0	1	11	1	33.144,92	E
SOBRAL O HOMEM QUE NÃO TINHA PREÇO	87	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	14	0	70.049,06	D
SOBRE SETE ONDAS VERDES ESPUMANTES	74	Documentário	12+	Minor	1	0	0	1	1	8.375,19	G
SOBREVIVENTE URBANO	113	Ação	14+	Minor	0	0	0	3	0	5.395,20	H
SOBREVIVI AO HOLOCAUSTO	90	Documentário	12+	Minor	2	0	0	6	0	29.630,86	E
SOLIDÕES	93	Drama	14+	Minor	0	0	0	6	6	39.581,72	E
SOMOS TÃO JOVENS	104	Biografia	14+	Major	0	0	0	565	2	25408099,63	A
SONHOS ROUBADOS	101	Drama	16+	Minor	1	0	0	29	2	365.548,45	C
SORRIA VOCÊ ESTÁ SENDO FILMADO O FILME	80	Drama	14+	Minor	0	0	0	89	10	636.601,11	C
SUPER NADA	94	Comédia	16+	Minor	2	0	0	7	1	41.381,10	E
SUPERPAI	123	Comédia	14+	Medium	1	0	0	321	0	6511992,7	A
TAINÁ A ORIGEM	80	Aventura	LIVRE	Minor	2	0	1	194	1	4.401.094,64	B
TAMO JUNTO	120	Comédia	14+	Minor	0	1	0	355	4	1.101.253,72	B

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequência	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
TARJA BRANCA	80	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	14	3	250.639,50	C
TATUAGEM	105	Drama	16+	Minor	0	1	0	19	0	610.215,48	C
TEOBALDO MORTO ROMEU EXILADO	118	Drama	16+	Minor	2	0	0	3	0	3.326,87	H
TERRA DEU TERRA COME	89	Drama	LIVRE	Minor	0	0	0	3	0	29.056,96	E
TERRAS	75	Documentário	10+	Minor	1	0	0	2	0	11.632,52	G
TESTEMUNHA 4	71	Documentário	12+	Minor	1	0	0	1	0	2.587,58	H
TIM MAIA	102	Biografia	16+	Major	1	0	0	540	5	13327107,61	A
TODO MUNDO TEM PROBLEMAS SEXUAIS	80	Comédia	14+	Minor	3	0	0	34	3	1.012.444,36	B
TOKIORI DOBRAS DO TEMPO	106	Documentário	LIVRE	Minor	2	0	0	1	0	7.156,74	G
TOPOGRAFIA DE UM DESNUDO	100	Drama	14+	Minor	0	0	0	1	10	11.221,22	G
TORO	88	Drama	16+	Minor	1	0	0	1	0	706,80	H
TOTALMENTE INOCENTES	91	Comédia	14+	Medium	0	1	0	153	3	7936101,9	A
TRAMPOLIM DO FORTE	90	Drama	16+	Minor	0	0	0	4	0	28.768,47	F
TRANSCENDENDO LYNCH	83	Documentário	LIVRE	Minor	3	0	0	10	0	19.206,33	F
TRANSEUNTE	125	Drama	14+	Minor	0	0	0	3	0	26.864,23	F
TRINTA	120	Biografia	12+	Minor	1	0	0	55	4	372.603,71	C
TROPICÁLIA	89	Documentário	12+	Minor	0	0	0	38	0	1.172.030,10	B
TUDO POR AMOR AO CINEMA	98	Documentário	12+	Minor	1	1	0	6	0	10.178,29	G
TUDO QUE DEUS CRIOU	105	Drama	16+	Minor	1	1	0	3	4	5.962,30	G
UM FILME FRANCÊS	85	Drama	14+	Minor	0	0	0	1	3	2.632,33	H
UM HOMEM DE MORAL	84	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	10	0	185.905,13	C
UM HOMEM QUALQUER	90	Drama	16+	Minor	3	0	0	9	13	13.199,70	F

Título	Tempo de Produção	Gênero	Classificação Etária	Tipo de Produtora	Tempo de Produção	Sazonalidade	Sequencia	Salas no Lançamento	Star Power	Renda Ajustada	Classe de Desempenho
UM SONHO INTENSO	102	Documentário	LIVRE	Minor	0	0	0	6	0	46.205,24	E
UM SUBURBANO SORTUDO	110	Comédia	14+	Major	1	0	0	472	4	16326424,4	A
UMA DOSE VIOLENTA DE QUALQUER COISA	96	Drama	16+	Minor	1	0	0	13	5	47.920,06	E
UMA HISTÓRIA DE AMOR E FÚRIA	74	Animação	12+	Minor	1	0	0	65	0	413.501,33	C
UMA LOUCURA DE MULHER	100	Comédia	12+	Minor	0	0	0	274	9	1.494.808,02	B
UMA NOITE EM 67	80	Documentário	LIVRE	Medium	0	1	0	22	0	1357392,43	B
UMA NOITE EM SAMPA	76	Comédia	12+	Minor	0	1	0	11	1	54.925,00	E
UMA PASSAGEM PARA MÁRIO	77	Documentário	12+	Minor	1	0	0	9	0	18.300,54	F
UMA PROFESSORA MUITO MALUQUINHA	90	Comédia	LIVRE	Minor	1	0	0	48	13	863.365,20	C
VAI QUE COLA O FILME	100	Comédia	12+	Major	0	0	1	636	0	50022709,76	A
VAI QUE DÁ CERTO	87	Comédia	12+	Major	0	0	0	469	1	40757654,3	A
VAI QUE DÁ CERTO 2	100	Comédia	14+	Major	0	1	1	536	4	14008362,8	A
VAI VAI 80 ANOS NAS RUAS	100	Comédia	LIVRE	Minor	4	0	0	1	0	7.893,07	G
VAMPIRO 40º	77	Terror	16+	Minor	0	0	0	2	1	3.220,94	H
VENDO OU ALUGO	88	Comédia	14+	Minor	7	0	0	179	1	2.252.586,84	B
VENTOS DE AGOSTO	77	Drama	14+	Minor	0	0	0	22	0	117.062,01	D
VESTIDO PRA CASAR	101	Comédia	12+	Major	0	0	0	491	2	19026377,96	A
VIDA SOBRE RODAS	96	Documentário	12+	Minor	0	0	0	17	0	61.125,39	E
VIDAS PARTIDAS	104	Drama	16+	Minor	0	0	0	29	6	86.892,53	D
VIPS	110	Drama	12+	Medium	2	0	0	180	5	9939688,66	A
VIRANDO BICHO	75	Documentário	14+	Minor	0	0	0	24	0	14.793,11	F
XICO STOCKINGER	86	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	0	2	0	3.341,71	H
XINGU	116	Drama	12+	Medium	2	1	0	205	7	6021970,3	A
XINGU CARIRI CARUARU CARIOCA	92	Documentário	LIVRE	Minor	1	0	1	1	0	6.436,82	G

