
A Reposição Tecnológica das Salas de Cinema na América Latina¹

Gabriela Andrietta

Unesp/SP²

Resumo

A transição dos projetores dos cinemas brasileiros do padrão analógico para o digital foi realizada pelo programa da Ancine "Cinema Perto de Você" e finalizada em 2016, com a passagem de todas as salas para o padrão digital. Este programa foi uma intervenção regulatória do Estado para equilibrar uma estrutura que seria ditada apenas pela lógica mercantil e prejudicaria os cinemas menores, por não poderem realizar os investimentos necessários para essa "reposição tecnológica". Neste texto, resgatei o processo de modernização das salas de cinema na América Latina e comparei com o processo da Coreia do Sul, um caso de sucesso de promoção do cinema nacional. Como a pandemia está afetando a relação entre o distribuidor e o exibidor, pontuo no texto algumas medidas que estão sendo tomadas para equilibrar o mercado.

Economia do audiovisual; digitalização; cinema; políticas culturais.

O Programa “Cinema Perto de Você”

O Programa “Cinema Perto de Você”, em 2014, foi pioneiro na América Latina como incentivo à modernização das salas de cinema. Em 2014, o BNDES operou o empréstimo de cerca 120 milhões de reais, com recursos de Fundo Setorial Audiovisual, para modernizar o parque exibidor de cinema. Em 2016, todo o parque exibidor brasileiro passou a ser digital. Para os exibidores menores, foi criado um fundo perdido de R\$ 2.700.000,00 e cada pequeno exibidor recebeu R\$ 20.000,00 para modernizar as suas salas. Os grupos com mais de 10 salas de cinema, pagariam pelo empréstimo a taxa de 3% a.a. Além do empréstimo, os cinemas foram contemplados com o regime tributário especial – RECINE que reduziu em cerca de 25% os custos de importação dos projetores e servidores. Os pequenos exibidores recebem também o apoio do Prêmio Adicional de Renda, de acordo com o desempenho de filmes nacionais em suas salas (FSA, 2017). No dia 20 de outubro de 2020, foi publicada a Lei 14.044, de 2020, que prorroga o Regime Especial de Tributação ao Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica (Recine) até dezembro de 2024.

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Artes da Unesp/SP. e-mail: gabiandrietta@gmail.com

No entanto, apesar do alto valor investido, houve, em 2017, uma diminuição do percentual de frequentadores entre os filmes nacionais.. Há também pouca diversidade em relação ao alcance das distribuidoras no mercado. As grandes distribuidoras presentes no mercado — Disney, a Warner, a Sony, a Universal e a Fox detêm 81% do mercado.³ Estas *majors* americanas estruturam o preço e a programação do setor, levando à hegemonia do cinema americano.

A reposição tecnológica das salas de cinema na América Latina

Segundo Galván (2017), a América Latina foi uma das regiões que mais demorou para digitalizar o seu parque exibidor. Entre 2005 e 2008, os países desenvolvidos começaram a implantar os padrões DCI. Nesse período, dos 7000 projetores digitais instalados no mundo, 80% estavam nos Estados Unidos. Em 2013, a América latina tinha um dos percentuais mais baixos do mundo. No entanto, a partir de 2014, com o fim da produção Hollywood de películas 35 mm, o processo de digitalização acelerou.

No México, país em que a quantidade de salas por habitante é muito maior do que no Brasil, a empresa nacional Cinemex inaugurou a primeira tela digital em 2000. Apesar da primeira tela digital no Brasil ter sido inaugurada posteriormente, pela UCI, o Brasil foi o primeiro país a realizar um grande programa de apoio à modernização das salas de cinema, como mencionado acima. O modelo de financiamento adotado pelos outros países da América Latina, foi o mesmo que o norte-americano e o brasileiro: o VPF. No entanto, na região latino-americana, a adesão ao modelo ocorreu tardiamente entre 2013 e 2014. A utilização deste modelo na América Latina aumentou o custo dos produtores latino-americanos ao estrear os seus filmes e favoreceu as *majors*, que podiam arcar tranquilamente com o pagamento desta taxa. Apesar do custo da cópia digital ser menor, antes da adesão ao financiamento, os produtores locais conseguiam estrear os seus filmes em vários cinemas com apenas uma cópia, mas passaram a pagar uma cópia nova em cada sala, gerando um desembolso muito oneroso.

Algumas empresas como Cinemark, Cinepolis, e Cine Colombia, acabaram negociando diretamente com Hollywood, sem os integradores. Mas pequenos e médios exibidores nacionais que aderiram ao modelo custearam a digitalização com grande

³ Análise elaborada pela autora a partir dos dados extraídos do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SA DIS)

esforço.

Uma tentativa de modernização aliada à promoção do cinema latino-americano foi implementada pela Recam, instituição oficial do Mercosul dedicada às salas de cinema. O Mercosul assinou em 2008 um acordo com a União Europeia de 1.8 milhões de euros para a construção de uma rede de 30 salas na Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai, que exibiriam apenas filmes regionais. O projeto, anunciado no Festival de Cinema de San Sebastian, previa que as salas estariam prontas entre 2008 e 2012, mas as salas acabaram abrindo apenas em 2015 como centros culturais muito reduzidos.

Já o Uruguai foi inovador. Em 2014, O Instituto Nacional do cinema firmou um convênio com as principais cadeias de cinema para eximir do VPF tanto os filmes nacionais como os independentes.

Em 2015, o Instituto de cinema da Argentina fez algo parecido, mas a aplicação das medidas foi deficiente e a digitalização acabou favorecendo o cinema americano e reforçando a manutenção do *status quo*. O governo argentino anunciou, em 2012, políticas de apoio a digitalização das salas, mas poucas salas adotaram o benefício. Ao analisar o processo de distribuição e exibição de cinema na Argentina, Barnes, Borello e Gonzáles (2014) apontam que as *majors* avançaram na distribuição de filmes nacionais, deixando à margem os distribuidores locais, além de terem mudado a sua estratégia, passando a buscar a produção de uma menor quantidade de películas com um maior alcance. Com isso, a produção nacional dificilmente alcança o circuito de comercialização. Os autores nomeiam a distribuição e a exibição como o "calcanhar de Aquiles" do cinema nacional, já que o mercado configura-se com pouca participação de filmes nacionais no mercado (menos de 10%). O sucesso da exibição de filmes em 3D, que são majoritariamente americanos, prejudicou ainda mais a situação do cinema nacional.

A partir da Lei do cinema, de 1994, os exibidores e os distribuidores passaram a contribuir com o Fundo de Fomento do O Instituto Nacional de Cinema e Artes Audiovisuais, o Incaa, por meio de um imposto de 10% sobre o preço das entradas. O fundo impulsiona a produção nacional com créditos e subsídios. Os instrumentos que asseguram a exibição são: a obrigatoriedade da exibição; um espaço de exibição ampliado automaticamente para filmes nacionais que alcancem uma quantidade mínima de espectadores e as salas de cinema Incaa, que são um circuito alternativo de estreias e

a cota de tela.

A distribuição, todavia, ocorre majoritariamente por empresas estrangeiras, que são filiais de produtores ou distribuidores estrangeiros associados aos filmes comerciais. O mercado é altamente concentrado e os dez principais distribuidores dominam 95% do mercado.

Em relação à exibição, há uma grande concentração em poucas empresas. Em 2002, 70% da receita bruta foram de quatro empresas de exibição multinacionais: Cinemark, NAI/Paramount, Showcase, Hoyts General Cinemas e Village Road Show.

González (2015) descreve as principais normas sobre a distribuição cinematográfica para o setor de distribuição. Além do "cepo cambial", que restringe a venda de dólares para frear a fuga de divisas, ter afetado as trocas comerciais, foi estabelecido um *cânon* aos filmes estrangeiros em agosto de 2011.

O Incaa adotou a Resolução 2114/2011, que estabeleceu um *cânon*⁴ às cópias das estreias cinematográficas estrangeiras no momento de emissão do certificado de qualificação, indispensável para realizar uma estreia comercial na Argentina. Porém, a medida foi esboçada, redigida e aplicada de maneira deficiente e favoreceu às majors que podiam arcar com o pagamento adicional dessa taxa.. Já os pequenos e médios distribuidores estrangeiros, tiveram mais dificuldade em entrar no mercado argentino.

Para González (2015), a grande medida argentina para o setor foi o já mencionado Fundo de Fomento, que constitui uma ferramenta fundamental para o cinema argentino e tem pontos em comum com legislações cinematografias avançadas como a francesa. No entanto, criar um fundo para a promoção da produção nacional não resolve o problema da exibição.

O mesmo problema é enfrentado no Brasil. Ana Paula Souza (2018), ao analisar a Lei 12.485 - Lei da TV Paga, que impôs cotas de programação à TV paga e incorporou ao cinema recursos advindos das empresas de tecnologia, concluiu em seu trabalho que o governo, por meio de intervenções econômicas, induziu o aumento da produção e abriu brechas para a exibição do produto nacional. No entanto, esses filmes continuam distantes do público. Ao analisar o aumento do número de filmes produzidos no país, a autora apontou que das 400 produtoras que captaram recursos em 1995 e

⁴ A norma estabelecia um primeiro nível entre 1 e 40 cópias que deviam pagar um *cânon* de 300 entradas de cinema e os trailers deveriam pagar 25 entradas.

2012, apenas 10 empresas concentraram 34% do financiamento e 61% da renda do cinema nacional.

Ou seja, uma grande quantidade de recurso foi captado mas a renda dos filmes produzidos ficou concentrada em poucas produtoras. Muitas das produtoras menores beneficiaram-se da taxa de administração garantida pelas leis de incentivo, mas seus filmes não tiveram rentabilidade.

Algo semelhante ocorreu na distribuição, pois "o surgimento de muitas distribuidoras pequenas e o fortalecimento das maiores colocou no mercado uma grande massa de filmes destinados à invisibilidade." O número de filmes vistos por até 10 mil espectadores aumentou de 46, em 2010, aumentou para 97, em 2016. E filmes autorais com potencial para estabelecer um diálogo com uma platéia não restrita tiveram um público menor. Ou seja, para a autora, o excesso de estreias atrapalhou o mercado, pois a ausência da necessidade de recuperar o dinheiro colocado no lançamento gerou distorções. Afinal, a política de Estado, além de garantir a produção, garante hoje também a distribuição de filmes que o mercado rejeita por meio de editais de fomento e das leis de incentivo.

Assim, um programa direcionado para o setor exibidor é fundamental para garantir janelas de exibição para o cinema nacional. Quando a digitalização do parque exibidor brasileiro foi implementada, em 2014, havia expectativas em relação a ampliação do acesso dos espectadores e da diversidade dos filmes. Em relação à exibição de filmes independentes, havia a expectativa de que haveria uma programação nos cinemas mais diversa devido à facilidade de acesso aos conteúdos alternativos. No entanto, isso não ocorreu. A participação do público em filmes nacionais, porém, não acompanhou essa evolução, apresentando um declínio em relação ao ano de 2013 (18,6%), quando o programa ainda não havia sido implementado, chegando ao menor valor em 2017 (9,6%) e a cerca de 14% em 2018⁵, o que representa um fracasso do programa em relação ao aumento da diversidade, pois, apesar da digitalização, no Brasil, não houve um grande aumento da frequência ao cinema, tampouco a diversidade de títulos na programação das salas.

Uma forma de ampliação do acesso seria a diminuição do preços dos ingressos

⁵ Dado levantado pela autora a partir dos dados extraídos do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS)

devido à diminuição dos custos de distribuição. No entanto, não houve redução no preço dos ingressos, havendo, pelo contrário, um aumento no preço nominal, que passou de R\$ 12,57, em 2014, para R\$ 15,00, em 2017 e a manutenção do preço corrigido pela inflação, que se manteve na faixa de R\$ 15,00 de 2014 a 2017⁶.

A digitalização, ao invés de aumentar a diversidade da programação de cinema, aumentou a concentração em poucas empresas. Após a modernização das salas, o lançamento em mais de mil salas por um mesmo filme, algo inédito até 2011, aumentou muito e esses lançamentos foram predominantemente estrangeiros. O primeiro lançamento de um filme brasileiro em mais de mil salas ocorreu apenas em 2016, quando 35 filmes estrangeiros já eram lançados ao mesmo tempo em mais de mil salas.

A experiência sul-coreana e o fortalecimento do streaming

A Coreia do Sul é um país que conseguiu frear a entrada do cinema americano. Em 2018, o market share coreano foi de 50,9%. O governo sul-coreano incentivou a transnacionalização do cinema por meio de *joint ventures*, um modelo estratégico de associação entre empresas, que possibilitou a entrada de recursos estrangeiros no país aliados ao capital nacional do *chaebols*, tornando a Coreia um dos maiores mercados de exibição do cenário internacional. O ressurgimento da indústria cinematográfica se deu em 1993, depois que o cinema sul-coreano havia atingido um *market share* de apenas 15,9%. Uma das medidas tomadas pelo governo naquele momento foi o desenvolvimento da tecnologia da informação e a ampliação da penetração da internet de alta velocidade, além de uma agressiva política de cotas de exibição dos filmes nacionais implementada pelo governo sul-coreano garante a diversidade e amplia o espaço dos filmes independentes.⁷

⁶ Fonte: OCA/ ANCINE. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual/ Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – Distribuição em Salas - 2017. Informe de Mercado. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_distribuicao_2017.pdf>. Acesso em 9 mai. 2018.

⁷ Após o aumento do número de filmes estrangeiros devido à liberalização de importações, a preocupação com as cotas de tela aumentou. Em 1984, foi estabelecida a cota de 146 dias para a exibição de filmes estrangeiros, mas esse número foi reduzido para 76 dias por ano em 2006. A diminuição nas cotas de tela teve um impacto imediato no *market share* de filmes estrangeiros, como é possível verificar no gráfico abaixo. Apesar de ter alcançado o *market share* de 63,8% em 2006, devido ao sucesso de alguns *blockbusters*, nos anos seguintes, houve um declínio, e até 2010 a exibição dos filmes estrangeiros manteve-se abaixo dos 50%. No entanto, após 2011, a indústria cinematográfica recuperou-se e manteve-se estável.

Após o sucesso do filme *Parasita*, do diretor Bong Joon-ho, havia a expectativa de que 2020 seria um ano histórico para a indústria cinematográfica sul-coreana.⁸ Mas essas expectativas foram frustradas pela pandemia. Em fevereiro, um pouco antes da pandemia avançar, a refilmagem sul-coreana do filme brasileiro “Candidato Honesto” teve uma boa estreia e alcançou o marco impressionante de 1,5 milhões de espectadores. No entanto, a partir de então, as estreias passaram a ser adiadas, incluindo uma versão em preto e branco do filme *Parasita*.

Apesar de alguns cinemas de arte terem fechado as suas portas e diminuído as atividades, a maioria dos cinemas multiplex mantiveram as suas portas abertas. Mas sem lançamentos novos, passaram a exibir filmes antigos. Na tentativa de manter a audiência, alguns produtores miraram o streaming. A plataforma Netflix e a distribuidora *Little Big Pictures* anunciaram em abril a estreia do filme “Time to hunt”, do diretor Sung-hyun Yoon, no streaming. Mas o governo sul-coreano barrou a exibição do filme fora da Coreia do Sul, pois os direitos internacionais de venda do filme para os cinemas já haviam sido negociados com a empresa *Contents Panda* e sua estreia foi adiada.

De acordo com o Korean Film Council, a bilheteria caiu cerca de 88% se comparada ao mesmo período do ano passado, com 20% dos 513 cinemas fechados. Mais de 75 estreias de cinema foram suspensas (incluindo 27 filmes nacionais). O programa do governo “*Movie Theater Relief Initiative*” isenta os exibidores de pagar a contribuição de 3% sob a bilheteria para o Fundo de desenvolvimento para o cinema até novembro.

No Brasil, a Ancine liberou R\$ 8,5 milhões para ajudar exibidoras de cinema. A ação faz parte do Programa Especial de Apoio ao Pequeno Exibidor (Peape) e conta com recursos do FSA, para auxiliar grupos brasileiros com até 30 salas de exibição. Este valor pode ser utilizado para pagar funcionários, serviços terceirizados e fornecedores de equipamentos. Se este período que os cinemas ficaram fechados for

⁸ A crise no setor de exibição causada pela pandemia ocorre após 2019 ter sido um ótimo ano para o setor, que alcançou 226,68 milhões de ingressos vendidos no mercado doméstico. Os filmes coreanos foram responsáveis por 51% dessas vendas. O filme *Parasita* foi o vencedor dos prêmios de melhor filme e de melhor filme estrangeiro no Oscar, e da Palma de Ouro, no Festival de Cannes. O filme alcançou 10,08 milhões de espectadores no mercado doméstico, uma bilheteria de aproximadamente 53 milhões de dólares e somou aproximadamente 257 milhões de dólares em bilheteria mundial (Imdb, 2020).

comparado com o mesmo período do ano passado, o prejuízo do setor chega a cerca de R\$ 900 milhões. Já o streaming, fatura alto com a situação.

Em relação ao streaming, no início da pandemia na Argentina, Luis Puenzo, presidente do Incaa, anunciou que pretendia estender o imposto pago pelo espectadores de cinema como um imposto razoável, simples e justo para fomentar o setor, foi fortemente criticado.

As salas de cinema brasileiras enfrentam esta crise em um momento em que o parque exibidor tinha alcançado o auge de número de salas de cinema. Em 2019, o país alcançou um total de 3.505 salas de cinema, ultrapassando o número de 3.276, registrado em 1975, auge da pornochanchada. É importante ressaltar, todavia, que em 1970 havia uma sala de cinema para cada 30 mil pessoas, e agora há uma sala de cinema para cerca de 60 mil pessoas. Na última oferta de salas de cinema no nordeste mais que dobrou e quase triplicou no Norte, aumentando mais de 181% desde 2009. No entanto, a maior parte do parque exibidor ainda na região sudeste, que concentra 53,8% das salas de cinema brasileiras. A empresa mexicana Cinépolis foi responsável por grande parte dessa expansão, abrindo 200 salas de cinema de 2012 para cá (Balbi, 2020).

No Brasil, durante a pandemia, produtores e distribuidores buscaram formas alternativas de gerar renda e, assim como nos Estados, os estúdios passaram a lançar os seus produtos diretamente em plataformas digitais. No Brasil, as empresas de streaming passaram a disputar produtos nacionais e empresas brasileiras pediram autorização à Ancine para lançar os seus produtos diretamente no *streaming*, sem passar pelos cinemas.

Com a reabertura, algumas distribuidoras estão lançando seus filmes em alguns poucos cinemas apenas para cumprir a legislação e já realizar o lançamento nas plataformas digitais. O lançamento em *drive-ins* já funciona como lançamento em uma primeira janela. Um exemplo. Foi o filme *Três Verões* (2019), de Sandra Kogut, que estreou nos *drive-ins* no dia 3 de setembro e já chegou ao streaming e ao *Vod* poucas semanas depois. Estes entraves burocráticos parecem estar sendo superados e abrindo espaço para um novo modelo de lançamento dos filmes. Além da legislação vigente, há também a detalhes contratuais e comerciais relacionados à concorrência entre as plataformas e a exigência destas, como por exemplo, a proibição do *product placement*

pela Netflix. Os contratos que antes da pandemia eram pós-venda, nos quais havia a negociação em torno da quantidade de ingressos vendidos, passam a ser de pré-venda, no qual se faz uma expectativa daquilo que será vendido (Souza, 2020).

No Brasil, a Netflix e o Prime Video da Amazon dividem grande parte do mercado e até o fim de 2020 chegam ao mercado a Pluto TV e a Disney+. Para entender a importância do *streaming* no Brasil, elaborei a tabela abaixo, que relaciona as salas de cinema e a infra-estrutura tecnológica:

Relação entre infraestrutura tecnológica e salas de cinema - 2018

Região	Quantidade e de salas de cinema	Valores relativos da quantidade de salas por região (%)	Habitantes por Sala 2018	Valores relativos da existência de utilização da Internet (%)
Norte	212	6,5	18.182.253	72,1
Nordeste	548	16,7	56.760.780	69,1
Sudeste	1728	52,8	87.711.946	84,8
Sul	501	15,3	29.754.036	81,1
Centro-Oeste	285	8,7	16.085.885	83,5
Total	3274	100	208.494.900	

Fonte: Tabela elaborada pela autora com dados do IBGE - PNAD Contínua e da Ancine.

A internet parece ter um maior alcance no que diz respeito ao acesso ao cinema. Apesar das regiões Norte e Centro-Oeste terem a menor quantidade de número de salas, têm a melhor relação de habitantes por sala. É importante ressaltar que, segundo a PNAD, os principais motivos das pessoas não utilizarem a internet foram: não saber usar a Internet e falta de interesse em acessar a Internet. Ou seja, mesmo que o *streaming* amplie o acesso das pessoas ao cinema, ainda assim seriam necessárias medidas de formação de público, investimento em infra-estrutura e educação digital.

Além das barreiras estruturais, o hábito de ir ao cinema não parece ter enfraquecido apesar do período que salas passaram fechadas. Segundo a pesquisa

“Hábitos culturais pós pandemia e reabertura das atividades culturais”, realizada pelo Datafolha em parceria com o Itaú Cultural, 66% dos entrevistados têm a intenção de realizar alguma atividade cultural com a reabertura, sobretudo no que diz respeito à frequência das salas de cinema — 44% afirmam ter intenção de frequentar as salas de cinema. Em seguida, vêm shows musicais –40%– e atividades infantis –38% (Moura, 2020).

Conclusão

A ação da Ancine voltada à modernização das salas de cinema foi uma importante política pública que privilegiou a exibição em detrimento da produção. No entanto, as expectativas em relação ao acesso e a diversidade que existiam em torno da digitalização das salas de cinema não se concretizaram. O acesso ao cinema ainda não é democrático, principalmente pelo preço dos ingressos e a localização em shoppings e centros comerciais que adicionam o valor do transporte e do estacionamento ao gasto com o cinema.

A pandemia certamente desequilibrou ainda mais o setor, que já é configurado pelo monopólio de poucas empresas tanto no setor exibidor como no setor distribuidor, que cada vez mais investe em menos filmes com um grande alcance de público, prejudicando a diversidade de títulos escolhidos.

Nesse sentido, o *streaming* é apontado como um caminho alternativo de exibição para filmes que não conseguem alcançar o circuito comercial do cinema. No entanto, é precipitado afirmar que as plataformas digitais democratizam o cinema, principalmente em um país desigual como o Brasil, no qual a população ainda não tem um amplo acesso à internet tanto do ponto de vista estrutural como no sentido de uma falta de familiaridade com as novas tecnologias. Além das dificuldades em relação à utilização da internet, há a falta de regulação das plataformas digitais, que privilegiam a compra de direitos de filmes comerciais e rentáveis e ainda não contam com políticas que protejam o cinema nacional. Por fim, há a frequência de cinema como o hábito cultural que os brasileiros mais sentiram falta durante a pandemia. Ou seja, assim como a televisão não significou o fim do cinema, mesmo com a ampliação de oferta de conteúdo digital e a maior familiaridade com o *streaming* durante este período de distanciamento social, esta atividade ainda é uma das preferidas dos brasileiros

REFERÊNCIAS

ANCINE. **Ata da sessão pública para a aferição do prêmio adicional de renda 2017-2018.** Rio de Janeiro, 2018.

ANCINE. **Nota técnica de distribuição satelital.** Superintendência de análise de mercado. Rio de Janeiro, 2018.

BALBI, C. Número de salas de cinema no Brasil ultrapassa auge da era da pornochanchada. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 15 jan. 2020. Disponível em:
<<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/01/numero-de-salas-de-cinema-no-brasil-ultrapa-ssa-auge-da-era-da-pornochanchada.shtml>>. Acesso em: 10 out. 2020.

FUNDO SETORIAL AUDIOVISUAL. **Relatório De Gestão Do Fundo Setorial Do Audiovisual.** Rio de Janeiro, 2017.

GALVÁN, R.G. Digitalización de la exhibición cinematográfica en América Latina. Historia y Estado Actual. **Entretextos**. León: ano 9, n. 25, 2017.

GONZÁLEZ, R. Argentina: distribución cinematográfica, mercados y políticas públicas. **Revista Eptic**, Vol. 17, no 3, 2015.

BARNES, C; BORELLO, J; GONZÁLEZ, L. El talón de Aquiles: exhibición y distribución de cine en la Argentina. **H-industri@**. Buenos Aires: ano 8. n. 14, 2014.

MOURA, E. Brasileiro sente mais falta do cinema e 66% vão retomar planos culturais, diz estudo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 8 out. 2020. Disponível em:
<<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/10/brasileiro-sente-mais-falta-do-cinema-e-66-vo-ao-retomar-planos-culturais-diz-estudo.shtml>>. Acesso em 10 out. 2020.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. **Distribuição em salas - 2017.** Informe de Mercado. Rio de Janeiro, 2018.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. **Listagem dos Filmes Brasileiros Lançados Comercialmente em Salas de Exibição 1995 a 2017.** Rio de Janeiro, 2018.

SOUZA, A. Filmes nacionais são disputados pelo streaming. **Filme B**, São Paulo, 30 set. 2020.
Disponível em:
<<http://www.filmeb.com.br/noticias/filmes-nacionais-sao-disputados-pelo-streaming>>. Acesso em: 12 out. 2020.

SOUZA, A. **Dos conflitos ao pacto: as lutas no campo cinematográfico brasileiro no século XXI**. Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH), Unicamp. Campinas, p. 294. 2018.