Revisão de Adriana Candido sobre Thais Souza

Este artigo apresenta uma abordagem para investigar se a estreia tardia de filmes norte americanos no Brasil gera efeitos ao consumo nacional, uma vez que a informação do filme lançado fica disponível na internet. Com o intuito de identificar o sucesso de vendas de um filme, a hipótese sugerida pelos autores, é a de que as críticas feitas online após a estreia americana fomentem a busca por informação sobre a qualidade do filme e que elas exerçam influência sobre seu consumo.

O estudo utiliza alguns artigos atuais, outros mais antigos, porém os relaciona de forma coerente e clara. Ao levantar a questão do mercado de cinema no Brasil, os autores deixam evidente a lacuna de pesquisa existente em relação à análise da venda de filmes americanos em território nacional e suas possíveis variáveis de influência.

A utilização de artigo com mais de uma década de publicação é um dos pontos fracos do texto. A outra questão é a ordem em que se encontra o problema de pesquisa e o objetivo do estudo, logo no início.

A sugestão seria colocar o segundo parágrafo do texto ao final do mesmo, deixando ainda mais claro a contextualização, o problema de pesquisa e o objetivo do estudo.