

# EXIBIDOR



ANO VIII - Nº 31 | OUT-DEZ/2018

## 2018: BOM OU RUIM?

*EUA E CHINA QUEBRARAM  
RECORDES, ENQUANTO O BRASIL  
E AMÉRICA LATINA AINDA  
CAMINHAM TIMIDAMENTE*

### ACESSIBILIDADE

ATÉ O FIM DO ANO A ACESSIBILIDADE DE CONTEÚDO DEVE SER REALIDADE NOS CINEMAS DO BRASIL

### ARÁBIA SAUDITA

O PAÍS SE PREPARA PARA SER UM DOS PRINCIPAIS MERCADOS DO PLANETA

### EXPOCINE18

GUIA DO EVENTO MOSTRA OS DETALHES DA PROGRAMAÇÃO

[WWW.EXIBIDOR.COM.BR](http://WWW.EXIBIDOR.COM.BR)

DOS PRODUTORES DE **INVASÃO A CASA BRANCA**

GERARD BUTLER    GARY OLDMAN

# FÚRIA EM ALTO MAR

**25 DE OUTUBRO  
NOS CINEMAS**



CALIFORNIA FILMES



ORIGINAL FILM



SUMMIT PREMIERE

LIONSGATE

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME

DAVID  
STRATHAIRN

BRENTON  
THWAITES

# ENTREVISTA COM DEUS

*O que você  
perguntaria?*



15 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS



VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME



# MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO

**E lá vamos nós** para mais uma **Expocine**. Quem diria que em 2014 aquele evento de dois dias, com apenas 18 estandes e 4 apresentações de distribuidoras se transformaria no maior encontro de exibidores e distribuidores da América Latina?

Hoje, a **Expocine** se encontra em sua quinta edição, possui 4 dias, mais de 100 marcas expostas e oito distribuidores – entre internacionais e nacionais – se apresentam para prever o futuro do cinema da região.

E como já é tradição, esta edição que está em suas mãos conta com um guia completo do evento e também se despede do ano de 2018. Aqui na redação sempre falamos que a finalização da edição da revista que vai para a **Expocine** é a abertura do fim de ano para o mercado e a preparação para o ano que está por vir.

Posto isso, apresentamos a você, leitor, um ótimo conjunto de reportagens que vão além do guia **Expocine**. A começar pela capa, que apresenta um panorama geral da atual situação dos mercados mundiais de exibição. Números dos quatro cantos do mundo mostram que todos os países estão no mesmo barco.

Acessibilidade também é um tema desta edição. Com o início da vigência da instrução normativa de boa parte dos cinemas brasileiros para ter soluções de acessibilidade, a **Revista Exibidor** conheceu de perto as ferramentas disponíveis no mercado e conversou com exibidores e distribuidores para entender as expectativas do mercado e quais serão os próximos desafios nesta nova transição.

Analizamos a grande oportunidade de expansão da indústria do outro lado do mundo, na Arábia Saudita. Inimaginável como há um campo tão fértil e inexplorado que tem tudo para explodir nos próximos 10 anos.

Esta edição também apresenta uma ótima reportagem sobre a evolução e consolidação do mercado de mídia em tela, a trajetória da exibidora fluminense Cine Show e uma entrevista com o presidente do sindicato dos exibidores do Rio de Janeiro, Gilberto Leal.

E é assim que entregamos a 31ª edição da **Revista Exibidor**. Nos vemos por aqui em janeiro de 2019, mas todos os dias no **Portal Exibidor** ([www.exibidor.com.br](http://www.exibidor.com.br)).

Aproveite a **Expocine!**

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

## EXPEDIENTE

### EDIÇÃO E DIREÇÃO

Marcelo J. L. Lima

### REDAÇÃO

Fernanda Mendes, Mariana Laviaguerre e Roberto Sadovski

### PROJETO GRÁFICO

### E DIREÇÃO DE ARTE

Raphael Grizilli

### DIAGRAMAÇÃO

Eduardo Luiz Pinto, Marcela Viana e Raphael Grizilli

### REVISÃO

Fernanda Mendes e Thais Lemos

### COMERCIAL E ANÚNCIOS

[www.exibidor.com.br/anuncie](http://www.exibidor.com.br/anuncie)

Tel.: (11) 4040 4712

### ASSINATURAS

[www.exibidor.com.br/assine](http://www.exibidor.com.br/assine)

Tel.: (11) 4040 4712

### COLABORADORES

Luiz Morau, Igor Kupstas, Angélica Coutinho e Thiago Grizilli

### IMPRESSÃO

Vox Editora

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

Tiragem de 3000 exemplares

### FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO

03/09/2018

### CORRESPONDÊNCIA

Rua Ênio Voss, 78

São Paulo (SP) | 02245-070

Tel.: (11) 4040 4705

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

A Revista Exibidor é uma publicação trimestral da:

**tonks**

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

Os artigos assinados não refletem necessariamente a opinião da Revista Exibidor.

Proibida a reprodução parcial ou total do conteúdo sem autorização da **Tonks**.

# VOCÊ JÁ CONHECE A PRESHOW?

Somos especialistas na comercialização de mídia para cinemas. Nosso foco é buscar e aumentar os investimentos publicitários para os Exibidores Parceiros.

*Não importa o tamanho do cinema,  
temos uma solução para cada tipo de negócio.*

Aguardamos sua visita ao nosso estande.  
Venha tomar um café com a gente e saber um pouco mais  
sobre como podemos trabalhar juntos.

**PRESHOW**  
MÍDIA EM CINEMA

(11) 3031 9072 / [preshow@preshow.com.br](mailto:preshow@preshow.com.br)

São Paulo | Rio de Janeiro

Anápolis | Aracaju | Araxá | Bauru | Belém | Belo Horizonte | Blumenau | Boa Vista  
Brasília | Campinas | Campo Grande | Cuiabá | Curitiba | Florianópolis | Fortaleza  
Goiânia | Governador Valadares | João Pessoa | Londrina | Macapá | Maceió | Manaus  
Maringá | Natal | Palmas | Porto Alegre | Porto Velho | Recife | Ribeirão Preto  
Rio Branco | Salvador | São Luis | Teresina | Vitória

## EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

### A

ADOROCINEMA  
 AEXIB - ASSOCIAÇÃO DOS EXIBIDORES DE PEQUENO E MÉDIO PORTE  
 AMDS CINEMAS BRASIL  
 ANCINE  
 APPOTRONICS  
 AL HOKAIR  
 AL TAYER  
 ANCINE  
 AUTORIDADE CULTURAL ÁRABE

### B

BARCO  
 BARDAN CINEMA  
 BEAT TURISMO  
 BIG POC  
 BNDS  
 BRAVOLUZ

### C

CASABLANCA ONLINE  
 CELLULOID JUNKIE  
 CENTERPLEX CINEMAS  
 CETH HIGIENIZAÇÃO  
 CFG  
 CGN CONSULTORIA & TREINAMENTO  
 CHRISTIE  
 CIANORTE  
 CINEMACON  
 CINESCAPE CINEMAS  
 CINEEUROPE  
 CINELIVE

CINEMARK  
 CINEMACITY  
 CINEMAXX  
 CINÉPOLIS  
 CINE GRACHER  
 CINE SHOW  
 CINE TECH  
 CINIONIC  
 CJ 4DPLEX  
 COMPANHIA NACIONAL DE CINEMA DO KUWAIT  
 COMSCORE  
 CONSCIÊNCIA

### D

DB SÉRIES  
 D-BOX  
 DELART ESTÚDIOS  
 DISNEY  
 DISNEY WORLD  
 DOLBY  
 DOR INTERNATIONAL S.A  
 DREAMWORKS

### E

ELETRO TERRÍVEL  
 EQUINOX DIGITAL  
 EQUIPOSHOP CRETORS  
 ESPM  
 EXPOCINE

### F

FANDANGO  
 FESTIVAL DE CANNES  
 FILME B

FLAVORED POPCORN  
 FLIX MEDIA

FOX FILMS

### G

GALERIA DISTRIBUIDORA  
 GDC  
 GLOBO  
 GNC CINEMAS  
 GRAMADO FILM MARKET

### H

HARKNESS SCREENS  
 HONDA MOTORS  
 HOTSOUND

### I

IMAGEM FILMES  
 INGRESSO.COM  
 INTERSOCIETY DIGITAL CINEMA FORUM  
 INORCA  
 IPIC  
 ITAÚ CINEMAS

### J

JBL

### K

KANTAR  
 KANTAR IBOPE MEDIA  
 KELONIK  
 LEADCOM SEATING

### L

LUMMA

### M

MALCO THEATRES

MARVEL

MAXILLUSION 3D CINEMA SCREENS

MOBILIÁRIO STR

MOVIEPASS

MPAA - MOTION PICTURE ASSOCIATION

### N

NAC (NATIONAL ASSOCIATION OF CONCESSIONAIRES)

NEC CORPORATION

NETFLIX

### O

OSPREY BRASIL (I-TEAM BRASIL)

OSRAM

O2 PLAY

### P

PARAMOUNT  
 PARIS FILMES  
 PLAYARTE  
 PRESHOW  
 PRIMEPASS  
 PROJETELAS TOKIWA  
 PT CINEMAXX GLOBAL PASIFIK

### Q

QUANTA DGT

### R

REDE AMC  
 RG PRODUÇÕES  
 RIOLE

### S

SANTA CLARA POLTRONAS

SEVERTSON SCREENS

SIDER SHOPPING

SHOPPING FREI CANECA

SHOPPING VILLA LOBOS

SINDICATO DOS EXIBIDORES DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

SOLUPLEX

SONY

STRONG MDI

### T

TELECINE

THEATRE WORLD

TONKS

TR4K

### U

UNIPOLAR

UNIVERSAL PICTURES

USHIO

### V

VELOX TICKETS

VITRINE FILMES

VOLFONI

VOX CINEMAS

### W

WARM

WARNER BROS.

WEBEDIA MOVIES

WINTEX

WPP

### Y

YOUTUBE

## EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

CINEMARK  
[www.cinemark.com.br](http://www.cinemark.com.br)

CINIONIC  
[www.cinionic.com](http://www.cinionic.com)

DISNEY  
[www.disney.com.br](http://www.disney.com.br)

DOLBY  
[www.dolby.com](http://www.dolby.com)

EXPOCINE  
[www.expocine.com.br](http://www.expocine.com.br)

FLAVORED POPCORN  
[www.flavoredpopcorn.com.br](http://www.flavoredpopcorn.com.br)

GALERIA DISTRIBUIDORA  
[contato@galeriadistribuidora.com.br](mailto:contato@galeriadistribuidora.com.br)

HOTSOUND  
[www.hotsound.com.br](http://www.hotsound.com.br)

IMAGEM FILMES  
[www.imagemfilmes.com.br](http://www.imagemfilmes.com.br)

INGRESSO.COM  
[www.ingresso.com](http://www.ingresso.com)

KINOPLEX  
[www.kinoplex.com.br](http://www.kinoplex.com.br)

MULTICINE CINEMAS  
[www.multicinecinemas.com.br](http://www.multicinecinemas.com.br)

PARAMOUNT  
[www.paramountpictures.com.br](http://www.paramountpictures.com.br)

PRESHOW  
[www.preshow.com.br](http://www.preshow.com.br)

PRIMEPASS  
[www.primepass.club](http://www.primepass.club)

RG PRODUÇÕES  
[www.rgprod.com.br](http://www.rgprod.com.br)

RIOLE  
[www.riole.com.br](http://www.riole.com.br)

SANTA CLARA POLTRONAS  
[www.santaclarapoltronas.com.br](http://www.santaclarapoltronas.com.br)

SONY  
[www.sony.com.br](http://www.sony.com.br)

TELECINE  
[www.telecine.globo.com](http://www.telecine.globo.com)

TONKS  
[www.tonks.com.br](http://www.tonks.com.br)

USHIO  
[www.ushio.com](http://www.ushio.com)

VELOX  
[www.veloxtickets.com](http://www.veloxtickets.com)

VOLFONI  
[www.volfoni.com](http://www.volfoni.com)

WARNER  
[www.warnerbros.com.br](http://www.warnerbros.com.br)



# the **know-how** to **wow**

## Barco Laser projection

The **expertise** to deliver a cinema experience that delights and excites.

The **knowledge** to produce superior image quality, time and time again.

The **experience** to guarantee uptime and system performance.

The **talent** to develop cost-effective and future-proof laser projectors.

The **prohess** to offer flexible financing options that fit your solution.

The **passion** to create the largest portfolio in the industry.

The **dedication** to perfection for the thousands of laser projectors we've installed.

Be wowed on [www.cinionic.com](http://www.cinionic.com)

Powered by:



**cinionic**  
EXPERIENCES. DELIVERED.

## SUMÁRIO



CAPA . **38**

### **2018: BOM OU RUIM?**

Apesar de recordes e receitas abaixo do esperado, o balanço dos cinemas em todo o mundo refletiu um sentimento de esperança

### NOTÍCIAS . **10**

Giro pelo mercado

### CLAQUETE.COM . **14**

Novidades do cinema

### ENTREVISTA . **20**

Gilberto Leal e os desafios do pequeno exibidor

### ARÁBIA SAUDITA . **24**

Novo mercado exibidor

### ARTIGO MARKETING . **28**

Exibidor precisa fazer a divulgação de suas tecnologias

### ACESSIBILIDADE . **32**

Empresas comentam detalhes da nova lei

### ARTIGO MERCADO . **46**

Auxílio da ANCINE para expansão circuito

### MÍDIA . **48**

Cinema ganhou relevância no mercado publicitário

### ARTIGO PÚBLICO . **52**

Tom Cruise coloca a vida em risco para vender muita pipoca

### AGENDA . **54**

Próximos lançamentos

### TRAJETÓRIA . **58**

Cine Show e os cinemas no interior

### GUIA EXPOCINE . **61**

Saiba tudo o que rola na Expocine18

PORTAL

EXIBIDOR



## PROGRAMA FAMÍLIA

A Cinépolis inaugurou o primeiro Salão de Festas da América do Sul. O espaço permite que crianças de até 12 anos comemorem seus aniversários. Na Indonésia, o PT Cinemaxx Global Pasifik, lançou um programa que promove brincadeiras interativas para as crianças, permitindo que os pais possam ver tranquilamente os filmes em cartaz. [tonk.es/cinemafamilia](http://tonk.es/cinemafamilia)

## GRAMADO FILM MARKET

O espaço para discussão durante o Festival de Gramado trouxe três temas: plataformas de exibição, internacionalização de conteúdos ibero-americanos e o futuro das salas de exibição. Estavam presentes Luiz Gonzaga de Luca, da Cinépolis, Adhemar Oliveira, do Itaú Cinemas, e Ricardo Difini Leite, da GNC Cinemas. [tonk.es/GramadoFilmMarket2018](http://tonk.es/GramadoFilmMarket2018)

## RELACIONAMENTO

A PlayArte realizou um workshop de programação com os gerentes e subgerentes de todos os cinemas da rede. O evento teve a presença de distribuidores como Disney e Universal e abordou tendências do mercado e temas recorrentes na programação dos cinemas. [tonk.es/workshopPlayArte](http://tonk.es/workshopPlayArte)



[WWW.EXIBIDOR.COM.BR](http://WWW.EXIBIDOR.COM.BR)

# Riole®

## Equipamentos para ACESSIBILIDADE



## A magia do cinema ao alcance de todos.



LEGENDAS



LIBRAS



AUDIO  
DESCRIÇÃO

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

[atendimento@riole.com.br](mailto:atendimento@riole.com.br)

Fone: +55 41 3256 1986 | Colombo - PR

Visite-nos na:

# EXPOCINE18

02-03-04-05 OUT 2018

*C L A I R E F O Y*

*É A GAROTA COM A TATUAGEM DE DRAGÃO*

*DESCUBRA O QUE A TRANSFORMOU NA GAROTA*

**MILLENNIUM:  
A GAROTA  
NA TEIA DE  
ARANHA**

*DO MESMO DIRETOR DE "O HOMEM NAS TREVAS"*

**8 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS**



#AGarotaNaTeiaDeAranha

© 2019 COLUMBIA PICTURES INDUSTRIES, INC. ALL RIGHTS RESERVED.



a Sony Company

Verifique a classificação indicativa.





©DIVULGAÇÃO

## UNIDADE DA CINEMARK EM SÃO PAULO RECEBE CONCEITO BISTRÔ

O Cinemark comemorou os 18 anos de suas salas no Shopping Villa Lobos com uma reforma geral. O complexo ganhou mais conforto e mais variedade em sua bombonière para refletir a tendência de ampliar a oferta de entretenimento no cinema para além do filme.

O cinema, agora chamado Cinemark Movie Bistrô, equilibra o visual rústico montado com madeira de demolição com modernos videowalls, que causam impacto imediato. O novo complexo traz um cardápio que vai do sanduíche de frango grelhado preparado com molhos especiais a bolinhos de aipim com carne seca e pão de queijo gourmet - tudo a ser harmonizado com uma seleção de vinhos, espumantes e cerveja.

Já as salas ganharam novas poltronas, mais largas e confortáveis. Para os casais, também há a opção de transformar as poltronas em cadeiras namoradeiras, as Love Seats. Duas salas em breve ganham outra evolução: poltronas D-BOX.

## NOVO APP VOLTADO AO UNIVERSO CINEMATOGRAFICO

A Flix Media, empresa de mídia em cinema, lançou no mercado o lançamento do Alfred, uma plataforma que compila informações sobre filmes que estão em cartaz e aqueles que estão saindo dos cinemas, além de mostrar os cinemas mais próximos a cada usuário.

Outra função é que os usuários podem receber notificações específicas baseadas em suas preferências e acessar diversas informações, como minutos de filmes assistidos, gêneros e cinemas preferidos, lista dos filmes que ainda pretendem assistir, entre outros. O app também serve como uma rede social ao permitir a interação entre usuários, uma vez que com ele é possível visualizar a quais filmes seus amigos assistiram, bem como suas respectivas avaliações.

## DISNEY ESTÁ ENTRE AS 10 MARCAS DE MAIOR VALOR

Segundo uma pesquisa da WPP e Kantar, em que apontam as marcas de maior valor global no ranking BrandZTM Top 100 Most Valuable Global Brands, as empresas que estão envolvidas ou ativas no setor de entretenimento contribuíram para um recorde de aumento do valor da marca.

No ranking, a Disney ficou em sétimo lugar entre as 10 empresas com maior valor de marca em 2018. A companhia cresceu 3% e seu valor de marca aumentou em US\$ 53 milhões. No ranking global, a companhia fica na 19ª posição.

Confira o ranking completo em [tonk.es/RankingMajoresMarcas2018](http://tonk.es/RankingMajoresMarcas2018).

---

## PESQUISA DA FANDANGO REVELA QUAIS SÃO OS FILMES MAIS ESPERADOS NO SEGUNDO SEMESTRE

A empresa americana Fandango revelou os resultados da pesquisa que mostram os filmes mais aguardados para o segundo semestre deste ano. Mais de mil espectadores norte-americanos votaram em **Animais Fantásticos: Os Crimes de Grindelwald** (Warner Bros.), **Bohemian Rhapsody** (Fox), **Venom** (Sony), **Wifi Ralph – Quebrando a Internet** (Disney) e **Nasce Uma Estrela** (Warner Bros.) como os longas mais esperados, nesta ordem respectivamente.

Já para os filmes de terror, os espectadores escolheram **Halloween** (Universal), onde Jamie Lee Curtis volta a interpretar Laurie Strode após 40 anos de assumir o papel, além de **O Predador** (Fox), **A Freira** (Warner Bros.), **Suspíria** (sem distribuidora confirmada no Brasil) e **Operação Overlord** (Paramount) como os favoritos para assistir.

---

## PRÉ-ESTREIAS TÊM MAIS IMPACTO NOS ESTADOS UNIDOS

Os números americanos iniciais para **Megatubarão** (*The Meg*) mostram que US\$ 4 milhões em ingressos foram vendidos na noite de pré-estreia do filme, na quinta-feira. O estimado para o primeiro final de semana, era de US\$ 20 milhões a US\$ 22 milhões e o número final alcançou o dobro da previsão, arrecadando US\$ 45,4 milhões.

Isso mostra que as pré-estreias estão tendo mais impacto do que o lançamento tradicional as sextas-feiras nos Estados Unidos. Além disso, a boa performance de um longa na pré oferece aos analistas uma previsão mais assertiva do que esperar no primeiro final de semana de exibição de um filme.



Um cenário parecido aconteceu em fevereiro, com **Pantera Negra** (*Black Panther*), que obteve US\$ 25,2 milhões em sua pré-estreia, na quinta-feira.

O chefe de distribuição doméstica da Warner, Jeff Goldstein, concorda que as noites de quinta se tornaram mais importantes em uma época em que a competição pela atenção dos espectadores está crescendo exponencialmente. “É FOMO – Fear Of Missing Out (medo de perder, em tradução livre), e é muito diferente assistir no cinema, do que ficar em casa”.

O FOMO é uma expressão que está relacionado a era digital, onde estamos o tempo todo superconectados, gerando o medo de perder alguma novidade ou de compartilhar algo com os outros.

## FOX ABRE AS PORTAS DE SALA PRIVADA COM ESQUIPAMENTOS DA CHRISTIE

Localizada na Cidade do México, a sala exclusiva para títulos da Fox Film conta com a parceria de projeção e áudio da Christie. O espaço recebe executivos do mercado, clientes da Fox e criativos para conhecerem os filmes da companhia.

O projeto foi desenhado pela DOR International S.A, que é parceira da Christie. “Estamos absolutamente encantados em desempenhar um papel chave e ser parte integrante desta solução de alta tecnologia desenhada pela DOR para um dos gigantes de Hollywood”, comentou Ernesto Armus, gerente geral para cinema da Christie no México.

“A sala da Fox vem de uma conversa que tivemos com a companhia no México. Eles nos disseram que planejavam mudar de escritório, e que no novo espaço queriam uma sala de projeção privada. No entanto, eles sabiam



que o espaço tem bastantes problemas e que teríamos que fazer um plano viável, se não eles seriam forçados a mudar de escritório. Assim, optamos pela Christie porque eles asseguram uma qualidade alta com equipamentos menores”, contou Jacques Dornbierer, diretor da DOR.

## CIDADE CATARINENSE RECEBE UNIDADE DO CINE GRACHER



O Cine Gracher abriu as portas de uma unidade na cidade de Porto Belo (Santa Catarina). Esta é a terceira inauguração da rede em 2018 - em abril foi Indaial (SC) e em junho Joaçaba (SC).

O complexo de Porto Belo segue os padrões DCI de som e imagem e conta com projetores Christie, servidores Dolby e caixas acústicas da JBL. As quatro salas possuem poltronas reclináveis, sendo que duas tem projeção 3D. A capacidade total da unidade é de 648 espectadores. A instalação de toda a estrutura ficou a critério da Santa Clara.

A cidade de Porto Belo não tinha um cinema há muitos anos e agora, além do novo complexo poder receber os espectadores da cidade praiana também terá a oportunidade de atrair o público das cidades vizinhas.

Agora, o Cine Gracher acumula oito complexos e totaliza 26 salas.

 **104**  
**MILHÕES**

DE VISITAS NAS NOSSAS  
PLATAFORMAS EM 2018

 **2330**  
**SALAS DE CINEMA**

EM 386 CINEMAS EM TODO O BRASIL

 **+1**  
**MILHÃO**

DE INGRESSOS VENDIDOS  
COM DESCONTOS EXCLUSIVOS  
DA INGRESSO.COM

 **+70**  
**MILHÕES**

DE VIEWS ORGÂNICOS  
NO CANAL DO YOUTUBE

 **5**  
**PRÊMIOS**

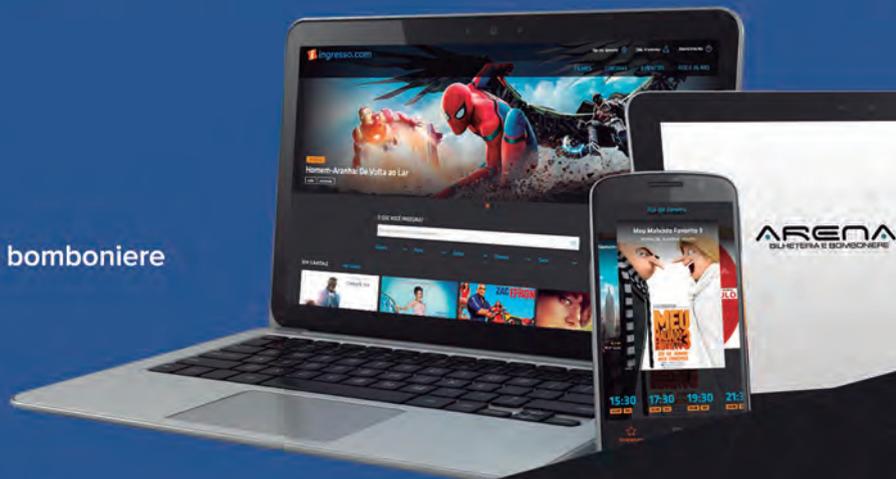
ÉPOCA RECLAME AQUI DE  
ATENDIMENTO AO CLIENTE  
E INDICADA EM 2018

Quando os números falam, sabemos que estamos no caminho certo.

*Somos o principal destino para  
os fãs de cinema.*

## NOSSOS PRODUTOS

- ARENA - software de gestão, bilheteria e bomboniere
- Plataforma de recompensas com *Promocode* e Vale Presente
- Site e apps de venda online
- Checkout *Powered By* com identidade visual de cada exibidor
- Integração com o Google *Analytics* do exibidor
- Promoções exclusivas, Marketing Digital e *Ad Sales*



 **ingresso.com**

FÃS DE CINEMA

CONTATO:  
comercial@ingresso.com

## NICOLAS CAGE CONTA COMO FOI O PROCESSO DE INTERPRETAÇÃO EM “HOMEM-ARANHA NO ARANHAVERSO”

A versão norte-americana da animação **Homem-Aranha no Aranhaverso** (*Spider-Man: Into the Spider-Verse*) conta com a interpretação de Nicolas Cage em um dos papéis de Peter Parker.

Em entrevista à *Entertainment Weekly*, o ator falou como rolou o processo de construção do personagem que é a versão Noir do Homem-Aranha.

“Há múltiplos homens-aranha em diferentes dimensões, que acabam se colidindo. O meu personagem realmente é o Peter Parker dos anos

30. Tentei então fazer uma conexão com os filmes Noir de Humphrey Bogart, na forma de falar que ele poderia ter em conversas com James Cagney, ou Edward G. Robinson. Foi muito divertido e eu acho que será engraçado. O filme tem senso de humor, e isso é bom porque atrai toda a família”.

O longa tem previsão de estreia em janeiro de 2019. Com direção de Bob Persichetti, Peter Ramsey, Rodney Rothman, a animação mostra Miles Morales, menino negro do Brooklyn que tenta salvar o mundo em sua versão do Homem-Aranha.



## DIRETOR DE “CINQUENTA TONS DE LIBERDADE” FARÁ FILME SOBRE FUGA EM PRISÃO FAMOSA



O diretor James Foley, que comandou **Cinquenta Tons de Liberdade** (*Fifty Shades Freed*) e **A Estranha Perfeita** (*Perfect Stranger*), comanda um longa baseado na história real da fuga de três criminosos da famosa prisão norte-americana Alcatraz.

A fuga em questão aconteceu em 1962, segundo o portal Collider. Até hoje nenhum dos fugitivos foi encontrado, embora permaneçam na lista de “homens mais procurados” dos EUA.

Ainda sem data de estreia, título oficial ou elenco anunciado, o filme tem roteiro de Ian Mackenzie Jeffers.

## FILME NACIONAL MOSTRARÁ DE FORMA DIVERTIDA COMO SER UM BOM PAI

A Galeria Distribuidora anuncia que a história do livro **O Papai é Pop** vai para as telonas. O título, assinado por Marcos Piangers, conta a história de um filho de mãe solteira que se torna pai de duas meninas, e com elas tenta ser – de maneira às vezes comovente, às vezes divertida – um bom pai.

“A gente gostou da ideia desde o começo, é uma história genuína e real, e isso faz com que as pessoas se identifiquem de primeira. Com certeza será uma experiência incrível”, contou Gabriel Gurman, diretor geral da Galeria Distribuidora.

Ainda não há informações sobre a data de estreia e nem a direção do longa. No roteiro já está confirmado Ricardo Tezzi, mesmo de **Qualquer Gato Vira Lata** (2011).

## FILME SOBRE CORINGA GANHA TÍTULO E DATA DE ESTREIA



O longa solo do vilão **Coringa** deve chegar nos cinemas já no ano que vem. A Warner Bros. revelou a data de estreia do filme que está prevista para 4 de outubro.

Ainda, o estúdio também anunciou o nome oficial da produção que será **Joker** (ainda sem título no Brasil).

Já se sabe que o ator Joaquim Phoenix é quem interpretará o vilão que já teve diversas roupagens no cinema. Ao longo

dos anos atores famosos deram vida ao Coringa como Jack Nicholson, Heath Ledger e Jared Leto.

Segundo o site The Hollywood Reporter o orçamento inicial do filme será de US\$ 55 milhões e as filmagens começam ainda neste ano. Apesar do diretor do longa ser Todd Phillips – que já dirigiu a comédia **Se Beber, Não Case!** (*The Hangover*) – o longa terá um aspecto mais sombrio e dramático.

## SONY ANUNCIA PRODUÇÃO LIVE-ACTION DE SUPER-HEROÍNA DIFERENTE



As HQ's têm cada vez mais fornecido personagens cativantes, engraçados e apavorantes para o cinema. Agora chegou a vez da super-heroína Faith, da Valiant Comics, ter seu live-action.

A personagem é diferente de todas as outras heroínas já retratadas na telona, já que, em vez de um corpo musculoso ou magro, ela é plus size. Quanto aos poderes, Faith tem telecinésia, sendo também uma apaixonada por quadrinhos e ficção científica.

As informações são do portal Deadline, que apontou também a contratação de Maria Melnik como roteirista da adaptação. A produção, no entanto, ainda não tem protagonista confirmada nem data de estreia.



## “PODRES DE RICOS” PODE GANHAR SEQUÊNCIA

Com o sucesso surpreendente de bilheteria, **Podres de Ricos** (*Crazy Rich Asians*) já tem uma sequência em andamento. De acordo com as informações do *The Hollywood Reporter*, a ideia é que o elenco seja o mesmo do primeiro filme.

O próprio diretor do primeiro longa, Jon M. Chu, é quem está liderando o projeto. Os roteiristas Peter Chiarelli e Adele Lim também podem voltar ao segundo filme.

No entanto, a Warner Bros. ainda não deu sinal verde para o lançamento de **Podres de Ricos 2**, aguardando a finalização do roteiro para a aprovação. O primeiro filme já fez US\$ 44 milhões em sua primeira semana de exibição nos EUA.

## NATALIE PORTMAN IRÁ DIRIGIR E ATUAR EM FILME SOBRE JORNALISTAS GÊMEAS



A atriz Natalie Portman fechou um contrato para dirigir um filme biográfico sobre irmãs gêmeas que tinham colunas de conselhos comportamentais em dois jornais norte-americanos.

Natalie também irá interpretar as irmãs protagonistas, chamadas Esther e Pauline Friedman. Na década de 50, Pauline tinha uma coluna no jornal *San Francisco Chronicle*, e Esther escrevia para o *Chicago Sun-Times*. As colunas concorrentes levaram as irmãs a terem uma amarga rivalidade profissional que durou o resto de suas vidas.

A data para filmagens ainda não é certa. No roteiro está Katie Robbins, a produtora de **The Affair**, série de TV. As informações são da *Variety*.

## NOVIDADES NO CALENDÁRIO DE LANÇAMENTOS DISNEY

**Indiana Jones 5** teve seu lançamento adiado para 8 de julho de 2021. A produção estava prevista para o mesmo mês, porém um ano antes (2020). Harrison Ford estará de volta na franquia.

Outra novidade foi a confirmação da estreia de **Malévola 2** (*Maleficent 2*). A sequência que já teve a produção iniciada, está agendada para 28 de maio de 2020.

A Disney confirmou ainda datas para **Jungle Cruise** para 3 de outubro de 2019, **O Retorno de Mary Poppins** (*Mary Poppins Returns*) em 19 de dezembro de 2018 nos EUA e 20 no Brasil e **WiFi Ralph – Quebrando a Internet** (*Ralph Breaks the Internet*) em 3 de janeiro de 2019.

Outras duas produções estão com datas reservadas, porém sem os títulos revelados. Uma delas é uma produção Marvel prevista para fevereiro de 2021 e a outra é um live-action agendado para 30 de agosto de 2021.

# KINOPLEX, A MAIOR REDE DE CINEMAS 100% BRASILEIRA.

**HÁ MAIS DE 100 ANOS, LEVANDO  
A MAGIA E EMOÇÃO DO CINEMA A TODO O PAÍS.**

266 salas, em 19 cidades brasileiras, equipadas com o máximo em tecnologia e conforto. Mais de 55 mil poltronas e de 1.000 funcionários, que trabalham com paixão pelo cinema, respeito e total dedicação aos nossos espectadores.

**AÍ SIM  
A EXPERIÊNCIA  
É OUTRA.**

**Kinoplex**

---

**21,5 MILHÕES  
DE ESPECTADORES  
AO ANO.**

---

**2,8 MILHÕES  
DE ESPECTADORES DE  
FILMES BRASILEIROS  
AO ANO.**

---

Fonte: Rentrak - Dados de 2017

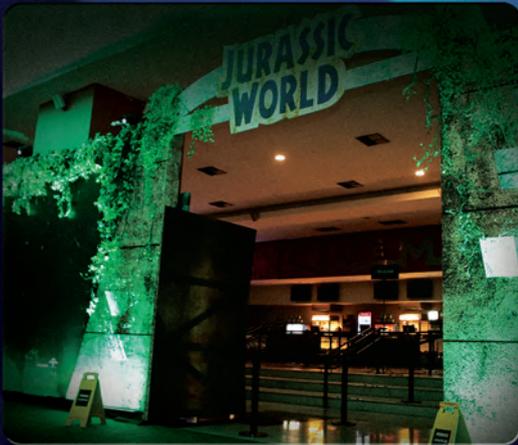
**Kinoplex**



**AÇÃO**



**TERROR**



**AVENTURA**



**ANIMAÇÃO**



**COMÉDIA**



**MUSICAL**

**NÃO IMPORTA O GÊNERO,  
ONDE TEM GRANDES  
EVENTOS OU ATIVAÇÕES  
DE CINEMA TEM SEMPRE  
A NOSSA ASSINATURA.**

**Faça como as melhores distribuidoras  
e empresas do setor, trabalhe com a RG.**

**FALE COM A GENTE (11) 5035-8384**

ACOMPANHE NOSSAS REDES SOCIAIS:   /RGPRODUCOESS





# GILBERTO LEAL DETALHA OS DESAFIOS E SUCESSOS DO PEQUENO EXIBIDOR

---

POR FERNANDA MENDES . FOTOS DIVULGAÇÃO

*EMPRESÁRIO ATUA NO MERCADO  
DESDE OS 14 ANOS E HOJE TEM  
REDE COM SETE UNIDADES*

GILBERTO LEAL,  
PROPRIETÁRIO DA CINEMAXX

---

**Figura bastante conhecida** no mercado, Gilberto Leal levanta a bandeira dos pequenos exibidores no circuito de cinemas brasileiros. O executivo atua desde os 14 anos no mercado cinematográfico e há 23 fundou sua própria rede de cinemas no Estado do Rio de Janeiro, atualmente com sete unidades. Segundo o empresário, as dificuldades são muitas para manter seu negócio, mas segue firme com seu ideal de crescer cada vez mais no circuito e também torce por seus companheiros de mercado.

Como entrevistado desta edição da **Revista Exibidor**, Leal contou de forma bastante sincera sobre a atual situação do circuito carioca que tem que lidar com os obstáculos que envolvem segurança e crise financeira, além de explicar sobre o trabalho importante que faz a frente da Sindicato dos Exibidores do Estado do Rio de Janeiro e da AExib (Associação dos Exibidores de Pequeno e Médio Porte).

“Essa é uma atividade que é a minha vida e que adoro realizar. Sempre penso de uma forma positiva e trabalho

para que os bons resultados venham não só para mim, mas, para todos os colegas do nosso mercado”, explicou.

Leal também pontuou a atuação da ANCINE para impulsionar o crescimento do parque exibidor, principalmente auxiliando na abertura de pequenos complexos no interior do país (leia também artigo na página 46). Segundo ele, mesmo com outras janelas de exibição como VOD e streaming, o interior do Brasil ainda demanda de espaços culturais como o cinema. “Existem muitas outras cidades no país que gostariam de ser atendidas por exibidores pequenos que de uma forma bem regional, atendem aos seus clientes muitas vezes pelo nome e mantêm uma política de relacionamento dos velhos tempos”.

Confira abaixo a entrevista na íntegra!

### **Portal Exibidor - De um modo geral, como está a exibição cinematográfica no Estado do Rio de Janeiro?**

**Gilberto Leal** - Como em todo o País, estamos passando por momentos bem difíceis, principalmente no Estado do Rio de Janeiro que está passando por um dos momentos mais conturbados de todos os tempos. Não só com falta de dinheiro mas, com a total falta de segurança que tem afetado todos os exibidores e, principalmente, com a redução de sessões noturnas. Cinemas que tinham sessões às 22h00, agora anteciparam as suas últimas sessões para às 21h00 e há casos em que anteciparam para às 20h30.

### **E sua visão sobre o resto do País?**

Todos os exibidores estão sentindo o mesmo problema mas, no Rio de

Janeiro, em especial, acredito que a situação seja mais agravante.

### **Em quais trabalhos o Sindicato Fluminense tem se destacado na área?**

Colaboramos em todo o processo de digitalização do parque exibidor realizando vários encontros com integradores, distribuidores, e com a Ancine e BNDES para que o processo de digitalização ocorresse de forma mais amena para os pequenos exibidores. Também estamos presentes em todas as demandas políticas que exigem a nossa participação. Agora estamos participando das Câmaras Técnicas na Ancine para a implementação de áudio descrição nas salas de cinema e também na Câmara Técnica do Segmento de Mercado de Salas de Exibição, dentre outras importantes atividades de acompanhamento do PAR (dedicado aos pequenos exibidores) e FSA (Fundo Setorial Audiovisual) para construção e modernização de salas.

Enfim, essas são apenas algumas das atividades que estamos desenvolvendo, mas, outras muitas coisas são feitas para o sucesso e crescimento do nosso parque exibidor.

### **A intervenção militar na segurança pública tem prejudicado os cinemas?**

Estamos torcendo para o sucesso deles, pois esse sucesso trará mais tranquilidade às pessoas para saírem de suas casas e irem ao cinema.

### **Como exibidor, membro do Sindicato e da AExib, como tem sido a preparação para atender aos prazos de inclusão de recursos de acessibilidade nos cinemas?**

Estamos trabalhando junto à Câmara Técnica da Ancine para que todos os problemas, dúvidas e possi-

bilidades sejam sanados o mais breve possível. Acredito no sucesso desse projeto, o qual trará ainda mais espectadores para o cinema.

**Quais obstáculos nesse processo para os pequenos exibidores?**

A dificuldade se dá na questão “investimento”, que é totalmente inviável para o pequeno exibidor. Estamos junto com a Ancine para viabilizar um apoio via financiamento do FSA mas, mesmo assim, será muito complicado para o pequeno exibidor, já que sua margem é muito pequena. O ideal é que o valor para essa implantação possa ser viabilizada pelo PAR.

**Quais são as principais dificuldades e oportunidades que esses exibidores encontram no cotidiano?**

Para nós, tudo é mais caro e mais complicado. É um trabalho de formiguinha mas, para quem gosta da sétima arte, é um grande prazer. Precisamos de uma certa ajuda da Ancine para que isso continue. Existem uma série de assuntos que só os pequenos vivem e que precisam do apoio da agência para a sua sobrevivência.

**Como você descreveria a importância dos pequenos exibidores para o mercado brasileiro?**

Somos mais de 90 pequenos exibidores espalhados pelo Brasil instalados em cidades muitas vezes com menos de 50 mil habitantes onde médios e grandes exibidores não têm interesse em construir seus complexos. Existem muitas outras

cidades no país que gostariam de ser atendidas por esses exibidores que de uma forma bem regional, atendem aos seus clientes, muitas vezes pelo nome e mantém uma política de relacionamento como nos velhos tempos. Mesmo hoje, com VOD e internet, nosso País precisa ter cinemas em mais cidades, principalmente no interior, onde cada vez mais, esse tipo de exibidor é fundamental para a expansão de nosso mercado.

**E para você, como exibidor, quais têm sido os desafios e as oportunidades na gestão do Cinemaxx?**

Quando a dar passos mais concretos para que possamos montar um grande circuito exibidor de pequenas salas. Acredito no trabalho dele e de toda a equipe que o acompanha. Já há muito tempo venho lutando com alguns colegas para formarmos uma grande rede de pequenos exibidores criando uma fonte de resultados positivos não só para o pequeno exibidor mas, para as distribuidoras e fornecedores em geral.

**Quantos associados a entidade tem atualmente?**

---

*É UM TRABALHO DE FORMIGUINHA MAS, PARA QUEM GOSTA DA SÉTIMA ARTE, É UM GRANDE PRAZER*

---

Estamos tentando passar por esse momento complicado, mas, sempre trabalhei no ramo de exibição e distribuição. Essa é uma atividade que é a minha vida e que adoro realizar. Sempre penso de uma forma positiva e trabalho para que os bons resultados venham não só para mim mas, para todos os colegas do nosso mercado.

**Como tem sido o desenvolvimento da AExib desde a reestruturação anunciada em 2017?**

Junto com o nosso presidente Marcos Alexandre, estamos come-

Em torno de 20 e, cada hora aumentamos mais. Em breve nosso presidente espera que todos os pequenos exibidores venham a participar e colaborar com o nosso trabalho.

**Algum recado ou comentário adicional?**

Convoco a todos os exibidores que participem, sempre que possível, de feiras, festivais, reuniões e encontros voltados ao nosso segmento, para que juntos possamos colaborar com o sucesso desse mercado que tanto amamos! **E**

VITRINE  
FILMES  
APRESENTA

# GALERIA

DISTRIBUIDORA



## PRÓXIMOS LANÇAMENTOS



BRUNO  
GAGLIASSO

MARINA  
RUY BARBOSA

TODAS AS CANÇÕES DE AMOR

08 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS

JULIO  
ANDRADE

LUIZA  
MARIANI

DOS MESMOS CRIADORES DE COMO SE TORNAR O PIOR ALGUM DA ESCOLA



DANILO  
GENTILI

LEO  
LINS

MURILO  
COUTO

DANI  
CALABRESA

EXTERMINADORES  
DO ALÉM  
CONTRA A  
LOIRA DO BANHEIRO

29 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS



FERNANDA  
PAES LEME

MAISA

Cinderela Pop

17 DE JANEIRO NOS CINEMAS

GIOVANNA  
GRIGIO

FILIFE  
BRAGANÇA

EGYPT

SAUDI ARABIA

# NEGÓCIO DAS ARÁBIAS

POR ROBERTO SADOVSKI

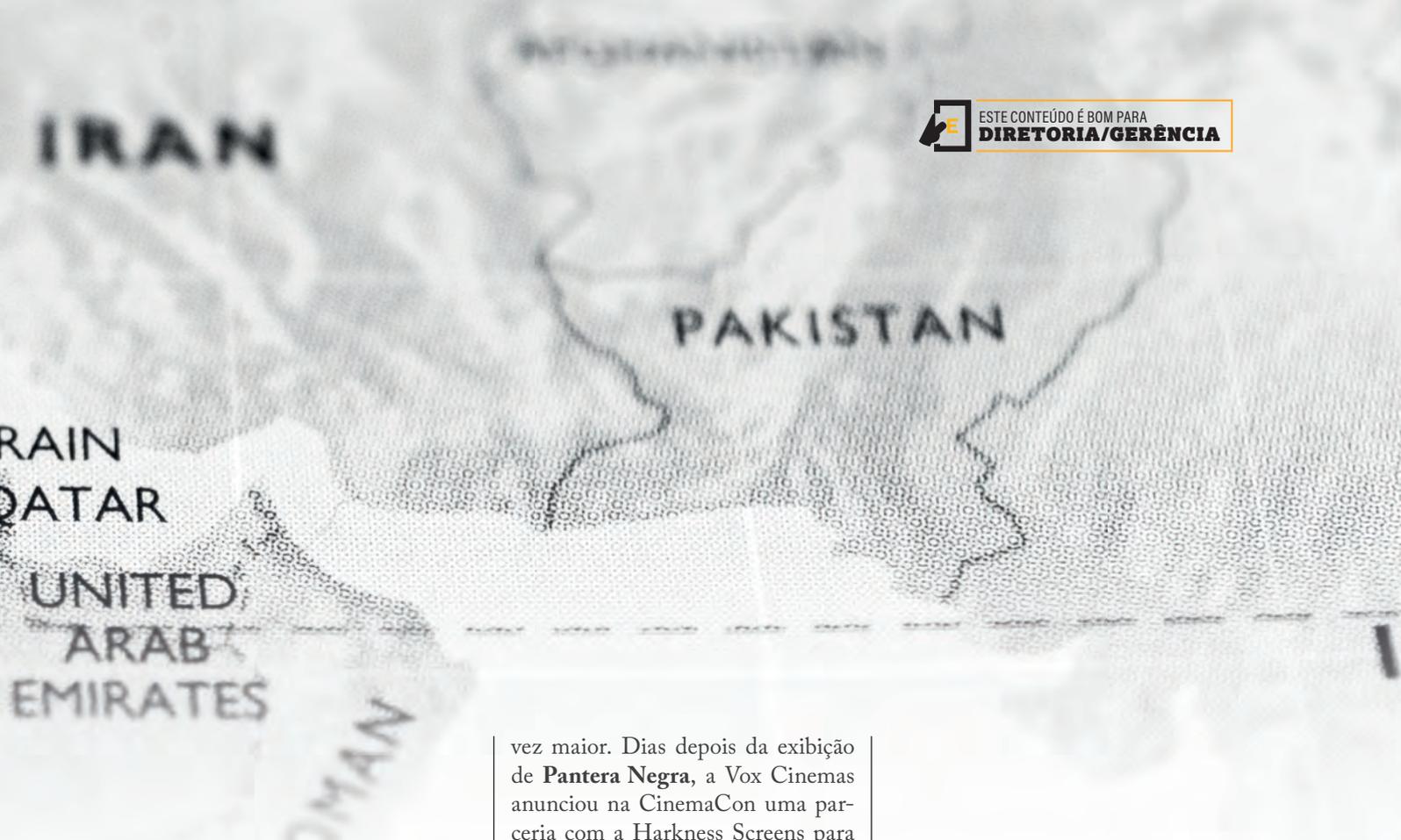
*COM A CHEGADA DOS MULTIPLEXES E A ABERTURA PARA O CINEMA MUNDIAL, A ARÁBIA SAUDITA PREPARA-SE PARA SE TORNAR UM DOS PRINCIPAIS MERCADOS DO PLANETA*

**Foi preciso um rei** para abrir as portas de um reino. **Pantera Negra** (*Black Panther*) fez história quando foi o primeiro filme a estrear na Arábia Saudita em 18 de abril, quebrando uma lei que baniu os cinemas do país por 35 anos. O público enxergou como um passo em direção à modernidade, uma abertura que aponta um panorama cultural do gigante do Oriente Médio menos conservador e mais em sintonia com o resto do mundo.

O mercado, por outro lado, enxergou números. A rede AMC, de propriedade do conglomerado chinês Dalian Wanda, teve a permissão para construir o primeiro mul-

tiplex do país, plano iniciado assim que o líder da Arábia Saudita, o príncipe Mohammed bin Salman, anunciou os planos em dezembro do ano passado como parte de um programa de reformas sociais e econômicas. “É uma notícia de tremendo impacto global”, disse na ocasião o presidente da AMC, Adam Aron, que logo embarcou para o país com a determinação de quem queria ser o primeiro a desbravar o novo mercado. “Onde mais poderíamos encontrar um mercado de cinema que não existe hoje, mas que pode valer bilhões de dólares em três ou cinco anos?”

O cinema, construído no Distrito Financeiro Rei Abdullah, em Riyadh, ocupou um prédio originalmente criado para abrigar uma orquestra sinfônica. Na melhor tradição saudita, não foi modesto no quesito luxo: 600



assentos de couro, decoração tradicional, combinada com tecnologia de ponta e banheiros de mármore. O plano da AMC é abrir cerca de quarenta cinemas no país nos próximos cinco anos, números que alcançarão uma centena de complexos até 2030. A demanda é real, já que a Arábia Saudita conta com uma população de 32 milhões de pessoas, 70% abaixo dos 30 anos, fluentes em inglês e que gastou ano passado US\$ 30 bilhões em entretenimento fora de suas fronteiras.

Com especialistas apontando que a Arábia Saudita eventualmente vai produzir US\$ 1 bilhão em dividendos nos próximos anos, ocupando lugar entre os dez maiores mercados cinematográficos do mundo, não é de se estranhar que este território atraísse a atenção de todas as grandes redes de exibidores do planeta, com novos anúncios de investimentos e expansões ganhando as manchetes com frequência cada

vez maior. Dias depois da exibição de **Pantera Negra**, a Vox Cinemas anunciou na CinemaCon uma parceria com a Harkness Screens para fornecer a tecnologia de tela Clarus XC 3D e 2D premium para apoiar a inauguração do novo 4D Riyadh Park, o primeiro local da Vox na Arábia Saudita ([tonk.es/VoxnaArabia](http://tonk.es/VoxnaArabia)). A CJ 4DPlex acompanhou o movimento ao anunciar seu próprio complexo ([tonk.es/CJnaArabia](http://tonk.es/CJnaArabia)), assim como a Cinépolis, que fechou uma joint venture com os grupos Al Hokair e Al Tayer, especializados na indústria de entretenimento e luxo da região, para fincar sua bandeira no país em quinze cidades ao longo dos próximos cinco anos ([tonk.es/CinepolisnaArabia](http://tonk.es/CinepolisnaArabia)).

Os cinemas foram banidos da Arábia Saudita em 1980, por serem considerados uma ameaça à identidade cultural e religiosa pelo governo ultraconservador que assumiu o país. Embora seja uma autocracia, governada pelos desejos do príncipe Mohammed bin Salman, é também um país jovem, e seu regente enxergou o momento para impulsionar seu reino para a modernidade. Não é uma transição fácil. A Arábia Saudita é caracterizada pela extrema burocracia de sua sociedade, e os exibidores que

tem visitado o príncipe com propostas para operar no país tem se movido com passos cautelosos. Afinal, é um país conservador, em que as mulheres só ganharam o direito de dirigir um automóvel em setembro do ano passado. É provável que os distribuidores tenham de lidar com as matrizes da censura local, e é provável que espetáculos para toda a família ganhem prioridade nos cinemas. Para ter uma ideia de como funciona o outro lado do mundo, a maioria dos filmes de Hollywood exibidos no Kuwait, que deve ter seu modelo de exibição como inspiração para a Arábia Saudita, duram cerca de uma hora devido aos cortes impostos pelo governo local.

Ainda assim, é um passo importante e um mercado novo que se abre. O Festival de Cannes desse ano refletiu a vontade da Arábia Saudita em abraçar o cinema em sua totalidade. Foi um lançamento em grande estilo, com um anúncio



PRIMEIRO COMPLEXO DA  
AMC NA ARÁBIA SAUDITA

de incentivos para produção em solo saudita atraentes para os produtores ocidentais – 35% de desconto em impostos para filmes rodados no país, 50% se qualquer talento local for empregado. O presidente da Autoridade Cultural Árabe, Ahmad Al Maziad, aproveitou o Festival para anunciar que a abertura de seu país ia além da exibição, traçando um plano para criar uma indústria cinematográfica local. “Não estamos aqui para uma campanha de marketing ou para promover uma festa”, disse. “Estamos aqui para construir uma indústria.”

Para isso, o país precisa em primeiro lugar construir cinemas, já que os *shoppings* sauditas nunca foram planejados para abrigar cinemas. “Estamos começando numa folha em branco”, disse na última CinemaCon Hamid Hashemi, presidente da iPic, que vai construir cinemas luxuosos no país. A rede Cinemacity, que opera no Líbano, nos Emirados Árabes e na Jordânia, também entrou na corrida para erguer complexos de exibição no país, com planos já avançados para diver-

sas localidades, inclusive um multiplex com vinte salas em Riyadh – os planos são operar um total de 31 salas. O próprio vizinho, o Kuwait, já planeja estender seus braços pela Arábia Saudita. A Companhia Nacional de Cinema do Kuwait revelou uma nova marca para seu Cinescape Cinemas, lidando exclusivamente com exibição. O plano é abrir 27 salas em Riyadh, Jeddah e Damman até o fim do ano.

Até o momento, entretanto, apenas a AMC e a Vox de fato inauguraram cinemas no país. A animação **Ilha de Cachorros** (*Isle of Dogs*) e o terror **Um Lugar Silencioso** (*A Quiet Place*) já foram apreciados pelo público local. O esforço do governo Mohammed bin Salman para quebrar o forte véu conservador é evidente. Dez dias depois da estreia de **Pantera Negra**, o próprio príncipe Mohammed bin Salman inaugurou a construção do complexo de entretenimento Qiddiya, no entorno da capital, em um

lugar descrito como duas vezes e meia maior que a Disney World. Cinema é parte do pacote, completado com parques temáticos e até uma pista de corrida. O investimento é de US\$ 8 bilhões.

O olhar, claro, é para o futuro. Não só para receber o cinema estrangeiro, mas também para fomentar sua produção local. Claro que toda a movimentação exige cautela. Afinal, a Arábia Saudita ainda é uma autocracia, e o cinema vai se dobrar, tanto em exibição como em distribuição, aos desejos de seu regente. Mas existe a demanda (os ingressos para a sessão inaugural de **Pantera Negra** esgotaram em 15 minutos) e existe o desejo em ampliar sua visão de mundo. “Provavelmente somos um dos únicos países do mundo onde as pessoas viajam para outro país só para assistir a um filme”, disse Ahmad Al Maziad. “A gente costumava pegar um avião para Dubai, ver um filme e voltar. Estávamos gastando US\$ 600 entre o voo e a estadia.” Uma coisa é certa: ver filmes na Arábia Saudita com certeza ficou mais barato. ■



# SANTA CLARA

As melhores soluções para o seu cinema!



## POLTRONAS

Poltronas modernas,  
design especial,  
ergonomia impecável  
e alta qualidade.

GARANTIA 5 ANOS



## PROJETORES



**BARCO**

**CHRISTIE**

FÁBRICA / SHOWROOM - 📍 Rod. SP 56 km 71,5 - Santa Isabel - SP ☎ + 55 (11) 4656-6555  
ESCRITÓRIO COMERCIAL - 📍 R. João Bizarro da Nave, 256 - Vila Diva - São Paulo - SP ☎ + 55 (11) 2020-0930

[WWW.SANTACLARAPOLTRONAS.COM.BR](http://WWW.SANTACLARAPOLTRONAS.COM.BR)

# NO MUNDO DIGITAL NÃO HÁ ESPAÇO PARA MARKETING ANALÓGICO

POR LUIZ FERNANDO MORAU

**Construir e analisar** dados de mercado é um caminho seguro para o exibidor conhecer sua audiência para diferentes tipos de filmes e/ou experiências, pois a decisão sobre como serão programados e divulgados passa por profundo conhecimento do perfil da audiência, não de forma generalista, mas sim, com análises qualitativas e quantitativas sobre as características e expectativas de cada Estado, cada cidade e, em alguns casos de cada complexo.

Um equívoco constante é interpretar as necessidades do mercado de forma massificada, acreditando que o que vale para um complexo em Olinda é o mesmo para outro em Ribeirão Preto.

O caminho do aprendizado é avaliar nossos sucessos e fracassos, é nesse ponto que voltamos ao início deste artigo, quando falamos de analisar dados de mercado, mas para isso é necessário coletá-los de forma consistente, estruturada e constante.

A dificuldade de implantação dessa inteligência é que ela somente se mostrará decisiva após um giro completo nas várias fases do ano e isso é muito tempo para a maioria dos exibidores, pois não venderá pipoca e refrigerante imediatamente.

Ainda temos inúmeros fatores que influenciam a vida dos exibidores, podendo destacar as *smart TVs*, que estão ficando maiores, melhores e mais conectadas. Isso aliado ao *streaming*, que conta com um grande poder de produção, além de exibir conteúdo dos grandes estúdios de

cinema, através de janelas cada vez mais curtas. Essas duas ações juntas são um atraente convite para ficar em casa. A janela de lançamento, entre estúdios e *streamings*, está causando preocupação, pois corre o risco de o público se acostumar a esperar pelo conteúdo, em vez de pagar para ver na telona.

O público gosta de assistir filmes nas salas de cinema, mas com tantas opções para acessá-los, os exibidores são forçados a se adaptarem. Os exibidores conseguem minimizar o estrago, oferecendo 3D, som imersivo, PLF, 4D, ScreenX, conteúdo alternativo e programas de assinatura. As iniciativas se mostram importantes e reverterem, por um tempo, a curva de declínio das receitas, mas nem todos os exibidores possuem a capacidade de investimento que as ações citadas demandam. Isso sem considerar que se não ocorrer a devida divulgação pelo exibidor, a audiência não compreenderá porque deve assistir um filme com uma ou mais dessas sofisticadas tecnológicas.

## POTENCIAIS ALIADOS MUITO MAIS PRÓXIMOS DO QUE SE IMAGINA

Em conversa com diversas administradoras de *shopping centers*, por toda a América Latina, quase que a totalidade destas empresas se mostram favoráveis e interessadas em possuir experiências de entreteni-

mento que gerem fluxo qualificado às suas dependências. Indo nessa direção as salas de cinema estão predominantemente dentro dos *shoppings* e, são naturalmente acessadas por um público em busca de entretenimento, mas, a maioria, não oferece nada além do conteúdo cinematográfico padrão, quando poderiam atrair esse mesmo perfil de audiência e muito mais, com experiências diferenciadas, tais como realidade virtual, games e serviços de conteúdo alternativo sob demanda.

Com certeza será melhor para o exibidor, no interior de um shopping, abraçar a ideia de oferecer experiências imersivas dentro das suas dependências ao invés de ver um Arcade nascer a 20 metros do seu complexo, pois para a administradora do shopping pouco importa se essa inovação estará ou não atrelada ao complexo de cinema. ■



LUIZ FERNANDO MORAU - LFMORAU.COM | PROFISSIONAL COM MAIS DE VINTE E CINCO ANOS DE ATUAÇÃO NAS ÁREAS DE ENTRETENIMENTO, BROADCAST E SERVIÇOS CORPORATIVOS, COM ATUAÇÃO DIRETA EM AÇÕES DE DESENVOLVIMENTO E ESTRUTURAÇÃO DE NEGÓCIOS NO BRASIL E EXTERIOR, *STARTUPS* E FUSÕES. VIVÊNCIA EFETIVA COMO EXECUTIVO E CONSULTOR, COM DESTAQUE PARA OS PROJETOS DA CJ4DPLEX, QUANTA, GDC TECHNOLOGY, MASTERIMAGE 3D INC, TELEM, UNIVERSAL NETWORKS, TVA, TV BRASÍLIA E TV GOIÂNIA. EMPRESAS ONDE EXERCE/ EU EFETIVA GESTÃO NAS DEFINIÇÕES ESTRATÉGICAS E DESENVOLVIMENTO DOS NEGÓCIOS.

**HOTSOUND**  
PROFESSIONAL

# A MAIS **ALTA QUALIDADE** EM SOM PARA CINEMA



A **HOTSOUND** oferece com excelência a solução completa para sonorização do seu cinema, com projetos adequados para cada tipo e tamanho de sala em formato **5.1, 7.1 ou PLF**, inclusive para sistema **Dolby Atmos!**

Transforme a experiência de seu cliente em algo **MUITO** mais impactante!

**HOTSOUND faz a diferença!**

[www.hotsound.com.br](http://www.hotsound.com.br) - [vendas@hotsound.com.br](mailto:vendas@hotsound.com.br) - Tel.: (19) 3881-2988 / (19) 3881-2833

DO PRODUTOR  
**J.J. ABRAMS**

# Operação **Overlord**

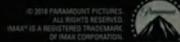
**VENHA VIVER EM IMAX**

HISTÓRIA POR **BILLY RAY** ROTEIRO DE **BILLY RAY E MARK L. SMITH** DIRIGIDO POR **JULIUS AVERY**



[OperacaoOverlord.com.br](http://OperacaoOverlord.com.br)

**8 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS**



[/ParamountBrasil](https://www.facebook.com/ParamountBrasil)

[#OperacaoOverlord](https://twitter.com/OperacaoOverlord)

[@ParamountBrasil](https://www.instagram.com/ParamountBrasil)

[@ParamountBrasil](https://www.youtube.com/ParamountBrasil)

[YouTube /ParamountBrasil](https://www.youtube.com/ParamountBrasil)

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA

Toda aventura tem um começo

# BUMBLEBEE



**25 de Dezembro nos Cinemas**  
EM 3D E TAMBÉM EM 2D

BumblebeeOfilme.com.br  BumblebeeOfilme  @ParamountBrasil  
 @ParamountBrasil  /ParamountBrasil



VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA





# CINEMA SEM BARREIRAS

POR ROBERTO SADOVSKI . FOTOS DIVULGAÇÃO

*ATÉ O FIM DO ANO A ACESSIBILIDADE PARA DEFICIENTES VISUAIS E AUDITIVOS DEVE SER REALIDADE NOS CINEMAS DO BRASIL*

**Sexta-feira à noite**, a turma da faculdade se reúne para ir ao cinema: a noite começa agradável, o filme é o mais esperado da temporada, o pessoal está empolgado. Os amigos partem para o multiplex.... Menos um deles, deixado em casa: cego, ele não tem como aproveitar a experiência. Domingo à tarde, a família mal pode esperar para conferir a nova animação que todo mundo está falando. Mas vovó, que perdeu a audição há alguns anos, prefere não acompanhar a prole: o espetáculo visual não é o bastante para ela, que passou a juventude devorando os clássicos.

São duas situações hipotéticas, que logo farão parte de um passado distante. Desde que o governo brasileiro definiu, em setembro de 2016, a Instrução Normativa 128 para implantar a acessibilidade para deficientes visuais e auditivos nos cinemas do país, exibidores e distribuidores

quebraram a cabeça para buscar um meio de realizar essa instalação. O problema, claro, ia além do *hardware* e do *software*, mas envolvia reestruturação física das salas e até a questão da pirataria – enquanto a audiodescrição e a legendagem pode ser feita pelos próprios estúdios, a tradução em linguagem de libras seria terceirizada, aumentando o risco de grandes lançamentos alcançarem o mercado informal (e ilegal) antes mesmo de chegar às salas de projeção. O prazo original, firmado em novembro de 2017, foi estendido por um ano, com a determinação que 50% das salas de grupos exibidores com mais de vinte salas, e 30% dos espaços com até vinte salas, estivessem adaptadas até então. A Ancine fechou a data limite de 16 de setembro de 2019 para que todo o parque exibidor brasileiro ofereça os recursos.

Uma das soluções foi apresentada em duas sessões para os exibidores em agosto, em São Paulo e no Rio de Janeiro, e mira resolver não só a questão da acessibilidade, mas também como fazer com que a experiência seja completa para o portador de deficiência, sem que ela seja prejudicada para o resto do público. Batizada ProAccess, o sistema desenvolvido pela empresa paranaense Rirole permite que a experiência do filme seja aproveitada, literalmente, por todos. A **Revista Exibidor** experimentou os equipamentos e a apresentação da empresa. O ProAccess consiste em um processador que decodifica o sinal de áudio digital e as informações da legenda descritiva, enviando-o para emissores de infravermelho instalados no alto das salas. Receptores de audiodescrição e display para legendas descritivas e libras traduzem a informação para o usuário. Sua engenharia faz com que sua luminosidade não atrapalhe nem quem está sentado na poltrona ao lado.

“Era algo que para todos que acompanhavam as reuniões de câmara técnica parecia inatingível: extrair do DCP um arquivo inserido em um canal de áudio, converter este arquivo para vídeo e entregar ao consumidor o conteúdo em tempo real”, aponta Ronaldo Bettini Jr., diretor de marketing da ETC Filmes, que produziu a solução em conjunto com a Rirole. Ele ressalta que não só a tecnologia é 100% brasileira, mas ela se tornou a solução padrão mundial, publicado no site da ISDCF (Intersociety Digital Cinema Forum), em julho deste ano.

No mesmo mês, a norte-americana Dolby apresentou a exibidores e distribuidores sua solução para acessibilidade. Batizada CineAssista, a ferramenta reúne os vários recursos



(legenda descritiva, audiodescrição e libras) em um único dispositivo conectado na rede *wi-fi* do cinema. Em entrevista recente ao **Portal Exibidor** ([tonk.es/AcessibilidadeExpcine18](http://tonk.es/AcessibilidadeExpcine18)), o gerente de vendas da Dolby para a América Latina, Luciano Taffetani, ressaltou que os estúdios no Brasil são obrigados a entregarem dublagem com línguas de sinais, no entanto o CineAssista já lê o close caption do DCP e converte em um avatar que reproduz LIBRAS, barateando o custo para as distribuidoras e principalmente para os produtores pequenos.

“O produtor pequeno não vai conseguir o investimento de dublagem para libras”, ressaltou. “Nesse caso, o CineAssista consegue tocar a inserção em um só produto integrado, uma solução 100% acessível.” Ele enfatiza que a Dolby oferece a opção por libras simultânea e sem nenhum delay, em perfeita sincronia com as legendas no DCP.

Outras alternativas para acessibilidade já estavam sendo testadas em algumas salas de exibição no Brasil, como o MovieReading e o Whatscine, ambos apresentados como aplicativos que o usuário baixa no próprio tablet ou smartphone. Um sistema de reconhecimento sonoro identifica a trilha do filme e carrega a audiodescrição, a legenda sincronizada e até mesmo um intérprete de libras. A oferta de filmes em torno dos apps, porém, ainda é pequena – e limitada a pouquíssimas salas. Além disso, também há o risco da pirataria, já que o público poderia utilizar o celular durante a sessão, e ainda as distribuidoras teriam que passar os conteúdos antes para as empresas.

### **UM HORIZONTE DE OPORTUNIDADES**

A Dolby, inclusive, acredita que as possibilidades no mercado de acessibilidade de conteúdo são infinitas. A empresa já estuda outros segmentos como TV e internet, que

também buscam inserir a acessibilidade para deficientes. “Temos laboratórios em diferentes lugares do mundo, onde estamos monitorando tudo”, conta Taffetani.

Já a Rioler e ETC Filmes não buscam atender apenas os deficientes auditivos e visuais, mas também aqueles espectadores que têm baixa audição. Dentro do ProAccess, há o recurso de áudio assistência que potencializa os canais de diálogo para o espectador, mantendo o volume da trilha sonora. “É um recurso muito interessante, porque o envelhecimento da população tira o prazer de ir ao cinema”, contou o diretor de marketing da ETC Filmes.

### **VIABILIDADE ECONÔMICA**

Claro que desenvolver a tecnologia implica em alguém para pagar a conta. Para o custo não cair no bolso dos exibidores, a Ancine criou diretrizes para o financiamento do equipamento. Ricardo Martins, secretário executivo da diretoria colegiada da Agência, disse para uma plateia de exibidores no evento da Rioler/ETC Filmes no Rio de Janeiro que o financiamento será de até 90% do valor investido, com taxas de juros de 0.5% ao ano + TR, carência para início do pagamento de seis meses até dois anos e um prazo de pagamento do investimento de dez anos. O financiamento, de acordo com o secretário, está nas mãos do BNDES e estava prometido para ser publicado até o final do mês de setembro de 2018 (após o fechamento desta edição).

Taffetani, da Dolby, acrescenta que a empresa tem linha de financiamento com o Recine, e que eles também estão abertos a financiamento privado. Inclusive, um dos benefícios em relação ao custo do CineAssista, é que o suporte de manutenção não é cobrado.

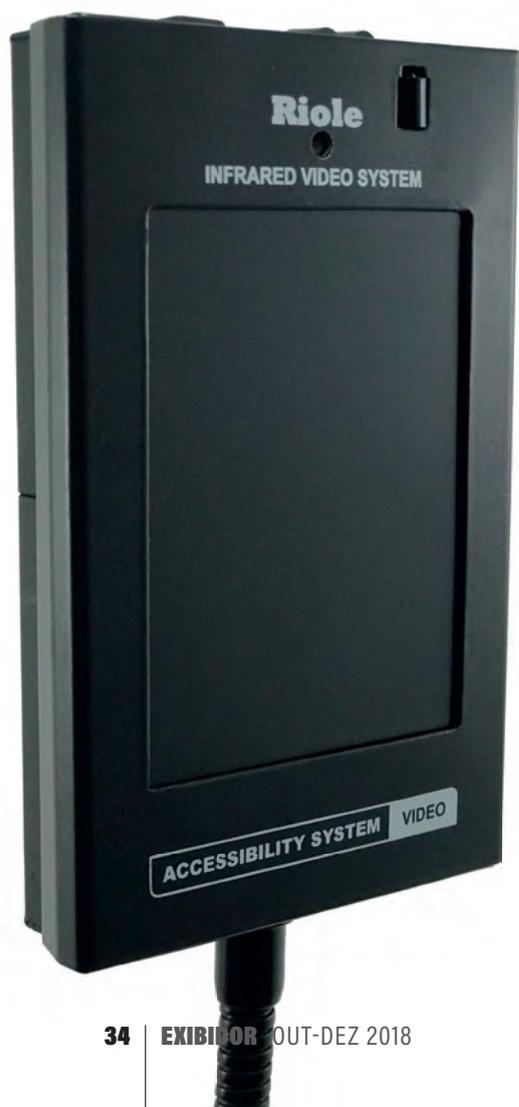
Já o ProAccess, da Rioler/ETC Filmes, abre novas possibilidades para faturamento com publicidade. “São duas mídias, áudio e vídeo, que possibilitam a apresentação de futuros lançamentos, promoções, divulgação de produtos oferecidos pelo comple-

to”, aponta Bettini, Jr. “Ainda existe o marketing social que pode ser explorado, passando para o consumidor uma condição de autonomia no ambiente, já que é importante para este público saber onde localizam-se os banheiros e a *bombonière*”. O executivo acredita que a tecnologia de acessibilidade será um produto explorado pelas agências e adotado por grandes marcas, e que as empresas poderão até investir nos equipamentos para determinadas salas.

### **PRECISAMOS FALAR DA INCLUSÃO SOCIAL**

E o público está longe de ser modesto. De acordo com o IBGE, o Brasil tem 6,5 milhões de pessoas com alguma deficiência visual, sendo que meio milhão são incapazes de enxergar. O Instituto aponta, segundo o último censo, que 5,2% da população brasileira possui deficiência auditiva – são 9,8 milhões de brasileiros, sendo que, desse total, 2,6 milhões são completamente surdos. As medidas de acessibilidade são, além de comercialmente viáveis, um instrumento de inclusão. “Finalmente os cegos poderão levar suas namoradas ou namorados ao cinema”, disse o assessor da Organização Nacional dos Cegos do Brasil, Antônio José Ferreira, ainda em 2016, quando as regras da Ancine para acessibilidade foram apresentadas.

“O Brasil tomou a iniciativa antes dos EUA, o que foi realmente radical, surpreendeu a todos. Agora temos que mudar a forma de fazer entretenimento e conceber a tantos milhões de pessoas que estavam excluídas do cinema a alegria de compartilhar experiências e ver como é maravilhoso o cinema”, finaliza Taffetani, da Dolby. ■



APARELHO PARA LINGUAGEM DE SINAIS DA RIOLE



Valparaíso - GO recebe um projeto arrojado



Valparaíso - GO



Picos - PI

**multicine**  
cinemas

# SE CONSOLIDA NO MERCADO!

Mantendo a estratégia de inserir complexos em cidades de pleno desenvolvimento, a rede Multicine Cinemas expande suas operações com mais 18 salas (Patos-PB, Floriano-PI, Picos-PI e Valparaíso-GO), para esse segundo semestre de 2018.

A cada complexo inaugurado, os diretores Geandes Formiga e Marlene Soares, juntamente com sua equipe, desenvolvem projetos inovadores para conforto e segurança de seus clientes.

Esse investimento consolida o sucesso da rede, destacando cada vez mais a marca Multicine Cinemas.



**EM 2019  
PREPARE-SE  
PARA DETONAR!  
VEM AÍ UM  
MUNDO DE  
POSSIBILIDADES  
E NOVIDADES!**



© Disney

O QUEBRA-NOZES E OS QUATRO REINOS • VIDRO • O RETORNO DE MARY POPPINS  
CAPITÃ MARVEL • DUMBO • AVENGERS UNTITLED • ALADDIN • TOY STORY 4 • O REI LEÃO



Disney  
**WIFI  
RALPH**

**3 DE JANEIRO  
NOS CINEMAS**

Disney  
**Exibidor**

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



# 2018: BOM ou RUIM ?

POR ROBERTO SADOVSKI. ILUSTRAÇÕES THIAGO GRIZILLI

*EUA E CHINA QUEBRARAM RECORDES, ENQUANTO O BRASIL E AMÉRICA LATINA AINDA CAMINHAM TIMIDAMENTE*

**No maior filme de 2018** até agora, **Vingadores: Guerra Infinita** (*Avengers: Infinity War*), os heróis lutaram com seu maior inimigo e tomaram. O sentimento que ficou, porém, foi a certeza de que o maior triunfo ainda está por vir. O balanço dos cinemas em todo o mundo na primeira metade do ano refletiu esse sentimento de esperança. Alguns territórios quebraram recordes. Outros viram a receita recuar. Os Estados Unidos puxaram os índices para cima, com um crescimento de 9,7% em relação a 2017. No Brasil, vimos o crescimento tímido do parque exibidor (4,7% nos últimos cinco anos) e uma queda nos números de público (-15,6%) e renda (-16,7%) na comparação entre os primeiros semestres de 2017 e 2018, segundo a OCA (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual).

Entre janeiro e julho deste ano foram mais de 102 milhões de ingressos vendidos com renda de R\$ 1,5 bilhão – puxados principalmente por **Nada a Perder** (12 milhões de ingressos) e **Vingadores: Guerra Infinita** (14,5 milhões). Por outro lado, alguns revezes que ajudaram na queda do público foram a Copa do Mundo, que tirou o público das salas de cinema em junho e julho, além da greve dos caminhoneiros que gerou um caos logístico em todo o País.

Voltando à América do Norte, no final de junho, a renda nos cinemas encostou em US\$ 6 bilhões e foi o motor das bilheterias mundiais. A comScore e a NATO (National Association of Theater Owners) apontaram que foi um recorde de velocidade para alcançar essa cifra. Três filmes foram essenciais para chegar a esses números. **Pantera Negra** (*Black Panther*) com US\$ 700 milhões está no topo do pódio, seguido de **Vingadores: Guerra Infinita** com US\$ 678,7 milhões e **Os Incríveis 2** (*The Incredibles 2*) com US\$ 597,6 milhões. Todos da Disney.

Não atrapalhou o fato de os ingressos terem experimentado um aumento em seu preço médio de 43% em relação ao mesmo período do ano passado, chegando a US\$ 9,38 – sinais da expansão de salas VIP e outras experiências como 4DX e D-BOX no território. Ainda assim, a NATO aponta um aumento do público em 5% comparado a 2017, alcançando 667,6 milhões de pessoas nos cinemas. O aumento foi experimentado em todos os grupos demográficos – desde os que fazem a massa consumidora (jovens de 13 a 17 anos e de 18 a 24, estes respondendo por 28% da receita), até o público acima dos 55 anos, que compôs 4,5% da plateia para os 10 filmes de maior bilheteria – em 2017, eles respondiam por 3%.

A China confirmou-se como um colosso e teve seu melhor primeiro semestre nos cinemas em todos os tempos, com US\$ 4,77 bilhões arrecadados. Duas produções locais, **Operation Red Sea** e **Detective Chinatown 2**, impulsionaram o cinema nativo, que responde a quase 60% da receita total do país no período.

Nos últimos anos o cinema viu seu status como foco do entretenimento audiovisual perder fôlego com a força do streaming, em especial serviços como Netflix e Amazon Prime. Filmes e séries criados para essas plataformas cavaram seu espaço na cultura pop e fizeram com que os produtores de cinema redobrassem os esforços para manter sua relevância. A briga tem consequências: o cinema passou a ser ringue de megaproduções, com filmes mais modestos, oriundos da produção independente, suando para encontrar

seu espaço. No Brasil, a Downtown/Paris foi a única distribuidora a cavar posições no Top 20 do ano até o momento com **Os Farofeiros** (2,6 milhões de ingressos); e com **Nada a Perder** (11,9 milhões de ingressos).

Com o ano entrando em sua reta final, o cinema ainda programa algumas surpresas. A pergunta é se os lançamentos até 2018 terminarão conseguindo pelo menos manter os números de 2017. Do terror de **A Freira** (*The Nun*) e **O Predador** (*Predator*) ao dra-

ma musical de **Nasce Uma Estrela** (*A Star Is Born*) e **Bohemian Rhapsody**; da fantasia de **O Quebra-Nozes e os Quatro Reinos** (*The Nutcracker And The Four Realms*) e **Animais Fantásticos: Os Crimes de Grindelwald** (*Fantastic Beasts: The Crimes Of Grindelwald*) às adaptações de quadrinhos **Venom** e **Aquaman**; dos infantis **O Grinch** (*The Grinch*) e **Goosebumps 2: Halloween Assombrado** (*Goosebumps: Haunted Halloween*) aos nacionais **O Doutrinador** e **Chorar de Rir**.

## CINEMA BRASILEIRO VOLTA A CRESCER

Até julho, as salas de exibição foram palco de 93 produções nacionais, que levaram mais de 18 milhões de pessoas aos cinemas, com uma renda de pouco mais de R\$ 212 milhões – um inchaço de 36,76% em relação ao ano passado. Não há dúvidas que **Nada a Perder** impulsionou os resultados, mas outros filmes também mobilizaram o público, como **Os Farofeiros** (2,6 milhões de público), **Fala Sério, Mãe!** (2,383 milhões), **Uma Quase Dupla** (413 mil pessoas) e **Os Parças** (que estreou em novembro de 2017, contabilizando quase 300 mil pessoas das 1,6 milhões que viram o filme no resultado de 2018). Até dezembro, mais 37 filmes brasileiros devem chegar aos cinemas – muitos com potencial de mobilizar a plateia.

É o caso de **O Doutrinador**, filme de ação adaptado de uma história em quadrinhos, que promete abrir uma trilha no cinema de gênero que o Brasil ainda não descobriu. **Tudo Por Um Pop Star** aposta no carisma de Maísa Silva em uma comédia musical, assim como **Sai de Baixo** mira na nostalgia dos fãs do sitcom exibido há alguns anos pela Rede Globo. Leandro Hassum, em cartaz com **O Candidato Honesto 2**, ainda dá as caras na comédia dramática **Chorar de Rir** (de Toniko Melo, diretor do sucesso *VIPs*). Danilo Gentili é o protagonista da comédia de terror **Os Exterminadores do Além Contra a Loira do Banheiro**, que promete uma mistura de **Os Caça-Fantasmas** e **Uma Noite Alucinante**. E **Detetives do Prédio Azul 2 – O Mistério Italiano** estreia pouco antes do Natal, com a missão de repetir o sucesso de seu antecessor, que levou 1,2 milhões de pessoas aos cinemas ano passado.



## O CINEMA DESCOBRE QUE A DIVERSIDADE VENDE

Alguns anos atrás, a premiação do Oscar se viu no centro de uma polêmica quando ativistas questionaram porque os vencedores raramente representavam a diversidade do público. O movimento #OscarSoWhite fez barulho em 2016, a Academia prestou atenção e filmes como **Moonlight** foram consagrados vencedores. 2018 mostrou que o cinema não só gosta da inclusão, como os números mostram que não é só questão de diversificar a tela: é também um bom negócio. Que o diga **Pantera Negra**. A aventura com assinatura da Marvel chegou aos cinemas em fevereiro ancorada por uma campanha massiva. Assim, do momento em que foi entregue ao público, tornou-se um fenômeno que raramente conseguimos testemunhar. O filme de Ryan Coogler foi além de ser uma aventura acelerada para se tornar uma celebração da cultura africana, com colégios marcando excursões para classes inteiras assistirem ao filme (inclusive no Brasil) e uma digital pop que transcendeu a sala de exibição. O resultado foi um colosso de US\$ 1,34 bilhões e uma campanha que pretende levar o grito de guerra "Wakanda Forever" para a festa da Academia ano que vem.

**Pantera Negra** foi um fenômeno, mas não foi o único. **Podres de Ricos** (*Crazy Rich Asians*), de Jon Chu, foi criando burburinho desde que começou a ser produzido por dois motivos: o primeiro, era uma comédia romântica assumida, gênero que desapareceu do mapa dos blockbusters desde que Julia Roberts reinava nos anos 90. A segunda é que o filme traz um elenco predominantemente asiático-americano, parte do público geralmente relegada a papéis coadjuvantes. Com um orçamento de modestos US\$ 30 milhões, **Podres de Ricos** estreou em primeiro lugar nas bilheterias americanas em 15 de agosto, e caiu apenas 6,4% na semana seguinte – o filme chega por aqui em 1 de novembro, e uma continuação já está em andamento. A comédia é a primeira produção americana com elenco asiático desde **Clube da Felicidade e da Sorte** (*The Joy Luck Club*), de 1993, mas com certeza não será a última: o thriller **Buscando...** (*Searching*), com John Cho e de orçamento mínimo, já é apontado como um dos filmes mais inventivos e originais do ano, e o fato de ter elenco não "padrão" é mero detalhe. Um público gigante está se enxergando mais e mais no cinema. Os estúdios também já estão prestando atenção.



## EXPERIÊNCIA PARAGUAIA

O circuito exibidor no Paraguai observa um crescimento de 1% em seu primeiro semestre em relação a 2017. O que é motivo de celebração, já que ano passado terminou com uma receita 28% maior que a de 2016. Se **Velozes & Furiosos 8** (*The Fate of The Furious*) foi o grande campeão do ano passado, este ano o país espelha boa parte do resto do mundo, colocando **Vingadores: Guerra Infinita** na dianteira.

"O que cresceu vigorosamente foi a arrecadação", aponta Juan Pablo Orellana, consultor que trabalha no mercado

cinematográfico da América Latina há dezoito anos. "Foi um aumento de 32%, causado pelo aumento do preço médio do ingresso." **Vingadores: Guerra Infinita**, vendeu 192 mil ingressos, tornando-se o segundo filme mais bem-sucedido da história do Paraguai, atrás apenas de **7 Caixas** (*7 Cajas*), sucesso local lançado em 2012, que vendeu 270 mil ingressos. O ticket médio para o filme da Marvel foi de US\$ 6, o mais alto dos últimos dois anos, representando 15% da renda total hoje.

O Paraguai também teve um aumento significativo no número de estreias, passando de 83 a 103 títulos, um aumento de 24%. "Em um território pequeno como o nosso, com dezoito cinemas e 71 salas, isso tem prós e contras", continua Orellana. "Filmes pequenos não conseguem ficar em cartaz por mais de três semanas, e 55% dos filmes não conseguem sequer chegar a esse tempo de exibição. Essa média era de 51% de 2017 e 42 por cento em 2012."

## HOLLYWOOD DOMINA NO JAPÃO, CHINA DOMINA NA... CHINA

A China continua a se consolidar como um mercado promissor para o mundo. Mesmo com as restrições para a estreia de filmes estrangeiros, a produção local tem dominado o público, o que levou a um faturamento recorde de US\$ 4,77 bilhões. Dois blockbusters lideraram a temporada, **Operation Red Sea** e **Detective Chinatown 2**. O primeiro faturou US\$ 544 milhões, tornando-se a segunda maior bilheteria de todos os tempos no país, atrás apenas de **Wolf Warrior 2**, lançado em 2017. O thriller **Detective Chinatown 2** somou US\$ 513 milhões, seguido pela comédia fantástica **Monster Hunt 2** (US\$ 332 milhões). Os números mostram que o público chinês também é consumidor voraz de filmes estrangeiros fora de Hollywood, como os indianos **Bajrangi Bhaijaan** (US\$ 43 milhões) e **Secret Superstar** (US\$ 112,8 milhões).

No Japão, por outro lado, o cinema hollywoodiano quebrou uma tradição que já durava uma década e saiu por cima da produção local. Das dez maiores bilheterias até o fim de julho, quatro são

produções japonesas. **Detective Conan: Zero the Enforcer** (US\$ 76 milhões) e **Code Blue the Movie** (US\$ 62,5 mi) ficaram na frente, seguidos de **Doraemon the Movie: Nobita's Treasure Island** (US\$ 47 milhões) e do drama **Shoplifters** (US\$ 34 milhões), vencedor da Palma de Ouro em Cannes. Os outros filmes que também tiveram boa performance no país foram os hollywoodianos como **Jurassic World: Reino Ameaçado** (*Jurassic World: Fallen Kingdom*), que foi o maior filme estrangeiro no Japão este ano, com US\$ 66,6 milhões em caixa. **O Rei do Show** (*The Greatest Showman*) vem depois com US\$ 48 milhões em caixa, seguido de **Viva! A Vida É Uma Festa** (*Coco*) (US\$ 43 milhões), **Vingadores: Guerra Infinita** (US\$ 33,8 milhões), **Missão: Impossível - Efeito Fallout** (*Mission: Impossible - Fallout*) com US\$ 32 milhões e **O Poderoso Chefinho** (*The Boss Baby*) com US\$ 30,7 milhões.

A Coreia do Sul experimentou um aumento de 2,4% no primeiro semestre em relação a 2017, somando US\$ 711,3 milhões - mesmo com o público encolhendo em 1% para 96,36 milhões de pessoas. O motivo? Um aumento no preço dos ingressos, que passou da média de US\$ 7,14 para US\$ 7,38. **Vingadores: Guerra Infinita** ficou na frente com US\$ 88,49 milhões, seguido da produção local **Along With the Gods: The Two Worlds** (US\$ 41,95 milhões).

### TOP 10 MUNDO (EM MILHÕES DE DÓLARES)

Vingadores: Guerra Infinita	2,046.2
Pantera Negra	1,346.8
Jurassic World: Reino Ameaçado	1,294.7
Os Incríveis 2	1,142.8
Deadpool 2	734.0
Jogador Nº 1	582.0
Operation Red Sea	579.2
Missão: Impossível - Efeito Fallout	549.8
Homem-Formiga e a Vespa	545.1
Detective Chinatown 2	544.1

## **COPA DO MUNDO E TEMPO BOM PREJUDICAM A PERFORMANCE DO CINEMA NA EUROPA**

Se o mundo é uma bola, nos principais mercados europeus isso se tornou uma verdade dolorosa. A Copa do Mundo da Rússia monopolizou as atenções no Velho Continente, e o resultado foi uma queda significativa nos números. A Alemanha fechou o primeiro semestre com 17% a menos em sua receita nas bilheteiras em relação ao ano passado, somando US\$ 472 milhões de dólares. A tradição alemã com o cinema vai além dos números do box office, já que, com o Festival de Berlim, o país sedia uma das celebrações do cinema mais poderosas do mundo. O que nem sempre se traduz em euros: o filme que mais contribuiu para a receita nos cinemas alemães no primeiro semestre foi **Vingadores: Guerra Infinita**, que faturou US\$ 45 milhões.

No Reino Unido, que torceu fervorosamente por uma vitória da Inglaterra na Copa, o público foi mais ao cinema do que ano passado – mesmo com o calor do Verão Europeu e os gritos da torcida. 85,5 milhões de pessoas foram ao cinema no primeiro semestre, um inchaço de 1,5% em relação ao mesmo período de 2017, segundo dados do CAA (Cinema Advertising Association). Ainda assim, a receita escorregou em 2% para £ 665,8 milhões entre 5 de janeiro e 5 de julho de 2018, num comparativo em relação a 2017 apontado pelo **comScore**. Liderando a bilheteria está (e você já adivinhou) **Vingadores: Guerra Infinita** (£70,8 milhões), seguido de **Pantera Negra** (£50,6 milhões), **Pedro Coelho** (*Peter Rabbit*) com £41 milhões, **Jurassic World: Reino Ameaçado** (£39,7 milhões) e **Deadpool 2** (£32,6 milhões)



## **BILHETERIA**

### **MÉXICO VENDE MENOS INGRESSOS, MAS INDÚSTRIA LOCAL SE FORTALECE**

Foram 164,6 milhões de ingressos vendidos, contabilizando 8,328 bilhões de pesos de receita. Ainda assim, o México experimentou uma queda de 6,4% de público, e 1,4% a menos em resultado nas bilheteiras em relação ao ano passado, freando um crescimento do mercado local conseguido em 2017. Uma das maiores mudanças nos hábitos locais foi o aumento do preço médio do ingresso, que desde 2010 não ultrapassava 10 pesos, oscilando por nove anos entre 46 e 47,9 pesos. No primeiro semestre de 2018, o valor chegou a 50,5 pesos.

O que não arranhou o sucesso de alguns filmes que chegaram nas telas mexicanas. O líder do semestre foi **Vingadores: Guerra Infinita**, que bateu recordes com 1,141 bilhões de pesos nas bilheteiras para um público de 21,5 milhões de pessoas. Ele foi

seguido de **Os Incríveis 2** (588,2 milhões de pesos) e **Amor a La Deriva** (545,7 milhões de pesos), produção americana com o astro mexicano Eugenio Derbez.

A produção local, por outro lado, teve resultados que desenharam um sorriso no rosto dos produtores locais. Os filmes mexicanos somaram 673 milhões de pesos, um aumento de 60,6% numa comparação com o mesmo período em 2017, o melhor resultado em nove anos. Os ingressos experimentaram inchaço similar, com 58,8% de aumento de público, resultando em 14,4 milhões de pessoas prestigiando a produção local. José Leonardo Martí, diretor geral da cadeia nacional de cinemas Cinemex, aponta que a indústria não mediu esforços em iniciativas para aumentar o acesso dos filmes mexicanos ao público nativo.

## DANÇA DAS CADEIRAS LATINA

Argentina, Colômbia e Chile viram **Vingadores: Guerra Infinita** dominar as bilheterias este ano. A ordem dos filmes seguintes no top 10 é uma dança das cadeiras entre basicamente os mesmos títulos.

\*em milhões de dólares

### ARGENTINA

**Vingadores: Guerra Infinita** US\$16,475,803  
**Os Incríveis 2** US\$15,665,603  
**Viva! A Vida É Uma Festa** US\$11,836,739  
**Hotel Transilvânia 3: Férias Monstruosas** US\$11,601,433  
**Jurassic World: Reino Ameaçado** US\$11,395,229  
**Jumanji: Bem-Vindo à Selva** US\$8,369,449  
**Pantera Negra** US\$5,720,217  
**Cinquenta Tons de Liberdade** US\$4,323,479  
**Deadpool 2** US\$4,308,463  
**El Angel** US\$4,162,696

### BOLÍVIA

**Vingadores: Guerra Infinita** US\$3,166,034  
**Jurassic World: Reino Ameaçado** US\$2,134,295  
**Viva! A Vida É Uma Festa** US\$1,525,382  
**Os Incríveis 2** US\$1,354,931  
**Pantera Negra** US\$1,312,260  
**Deadpool 2** US\$1,133,622  
**Hotel Transilvânia 3: Férias Monstruosas** US\$1,105,222  
**Homem-Formiga e a Vespa** US\$707,145  
**Arranha-Céu - Coragem Sem Limite** US\$658,808  
**Círculo de Fogo: A Revolta** US\$570,746

### CHILE

**Vingadores: Guerra Infinita** US\$14,607,578  
**Os Incríveis 2** US\$8,957,200  
**Jurassic World: Reino Ameaçado** US\$7,787,426  
**Hotel Transilvânia 3: Férias Monstruosas** US\$6,391,077  
**Deadpool 2** US\$6,204,588  
**Pantera Negra** US\$4,942,845  
**O Touro Ferdinando** US\$3,456,272  
**Homem-Formiga e a Vespa** US\$2,460,898  
**Cinquenta Tons de Liberdade** US\$2,314,432  
**Maze Runner: A Cura Mortal** US\$1,904,870

### COLÔMBIA

**Vingadores: Guerra Infinita** US\$13,912,478  
**Os Incríveis 2** US\$10,762,596  
**Pantera Negra** US\$7,335,864  
**Jurassic World: Reino Ameaçado** US\$7,209,223  
**Hotel Transilvânia 3: Férias Monstruosas** US\$5,596,186  
**Deadpool 2** US\$4,897,205  
**Arranha-Céu - Coragem Sem Limites** US\$3,820,222  
**Rampage - Destruição Total** US\$3,581,692  
**Missão: Impossível - Efeito Fallout** US\$3,245,387  
**Homem-Formiga e a Vespa** US\$3,132,856





## **JUNTO E MISTURADO**

Nos maiores mercados europeus, como França, Espanha e Itália, os blockbusters de Hollywood ainda dividem espaço com os cada vez mais raros sucessos locais.

*\*em milhões de dólares*

### **FRANÇA**

**Les Tuche 3**  
US\$47,427,990

**Vingadores: Guerra Infinita**  
US\$47,164,407

**La Ch'tite Famille**  
US\$46,316,363

**Os Incríveis 2**  
US\$38,426,013

**Pantera Negra**  
US\$33,113,446

**Jurassic World: Reino Ameaçado**  
US\$31,097,421

**Taxi 5**  
US\$29,078,173

**Cinquenta Tons de Liberdade**  
US\$25,417,941

**Maze Runner: A Cura Mortal**  
US\$25,391,565

**Missão: Impossível - Efeito Fallout**  
US\$23,736,068

### **ITÁLIA**

**Vingadores: Guerra Infinita**  
US \$22,837,545

**Cinquenta Tons de Liberdade**  
US \$17,702,008

**Jumanji: Bem-Vindo à Selva**  
US \$12,704,618

**Jurassic World: Reino Ameaçado**  
US\$12,200,268

**A Casa Tutti Bene**  
US\$11,180,791

**Benedeta Follia**  
US\$10,264,495

**A Forma da Água**  
US\$10,031,192

**Pantera Negra**  
US\$8,953,417

**Deadpool 2**  
US\$8,103,779

**The Post - Guerra Secreta**  
US\$7,375,958

### **ESPAÑA**

**Jurassic World: Reino Ameaçado**  
US\$27,603,877

**Vingadores: Guerra Infinita**  
US\$24,774,742

**Campeones**  
US\$21,725,459

**Os Incríveis 2**  
US\$18,989,248

**Cinquenta Tons de Liberdade**  
US\$14,823,143

**Hotel Transilvânia 3: Férias Monstruosas**  
US\$14,228,878

**A Forma da Água**  
US\$11,776,623

**Deadpool 2**  
US\$10,994,273

**Pantera Negra**  
US\$9,714,650

**Mamma Mia! Lá Vamos Nós de Novo**  
US\$9,651,348

# CODÓ, PEDREIRAS E PINHEIRO TERÃO SUAS PRIMEIRAS SALAS DE CINEMA

POR ANGÉLICA COUTINHO

**Em dezembro de 2016**, a imprensa maranhense anunciava: “Projeto Cinema na Cidade vai implantar salas de exibição em municípios do MA”. Vinte meses depois, a promessa começa a virar realidade.

Tudo começou com a assinatura de um convênio entre a ANCINE, a Caixa Econômica Federal e o Governo do Estado do Maranhão, para a instalação de salas de cinema em cidades no interior do estado que atendessem às exigências do programa Cinema da Cidade: municípios com mais de 20 mil habitantes sem nenhuma sala. O objetivo era ampliar o acesso da população maranhense a obras audiovisuais, além de estimular a criação e fortalecimento de empresas e grupos exibidores regionais.

No Maranhão, foi investido um total de R\$ 12 milhões, sendo R\$ 9,6 milhões pelo FSA e R\$ 2,4 milhões pelo governo do Maranhão, para a implementação de três complexos cinematográficos com duas salas de cinema cada, em três municípios de regiões diversas do Estado. Um edital definiria quais seriam as cidades contempladas, sendo que, naquele momento, apenas seis dos 217 municípios do Estado contavam com salas de cinema.

Os municípios selecionados foram Açailândia (mais tarde substituído por Pedreiras), Codó e Pinheiro, e a primeira etapa do programa já foi cumprida: a elaboração do Projeto Básico e Complementar para os três complexos. No início de agosto teve início a segunda etapa, com os preparativos para licitação dos projetos arquitetônicos. Em seguida, será realizada a licitação das obras, paralelamente à aquisição de equipamento e mobiliário. Em cada complexo podem ser instalados espaços comerciais e de prestação de serviços, além das salas e *bombonière*.

Nos pequenos municípios, a viabilização de uma sala de cinema envolve uma equação financeira delicada, porque a atração de investidores e a tomada de empréstimos são mais difíceis. Isso se torna um fator de inibição ao empreendedorismo no setor da exibição cinematográfica, e o resultado é que a população dessas cidades fica privada desse serviço cultural essencial.

Se depender apenas do mercado, o acesso a salas de cinema ficará restrito aos moradores das capitais, com nível de renda mais alto, já que oferta de salas privilegia naturalmente os municípios de maior população. Foi justamente para mitigar o maior risco comercial da abertura de complexos de

cinema em pequenas cidades que foi criado, dentro do Programa Cinema Perto de Você, o programa Cinema da Cidade, que prevê a aplicação de recursos do orçamento da União, alocados por emenda parlamentar, ou por meio da modalidade “apoio” do Fundo Setorial do Audiovisual – FSA.

Em um cenário de oferta concentrada, a ANCINE entende como um aspecto essencial da política pública para o setor a descentralização. Beneficiado por novas tecnologias, o parque exibidor brasileiro tem tudo para se tornar ainda maior e mais capilarizado, de forma a alcançar uma imensa parcela da população, hoje culturalmente desassistida.



**ANGÉLICA COUTINHO** É SERVIDORA CONCURSADA E ATUAL SUPERINTENDE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DA ANCINE. FORMADA EM JORNALISMO, TRABALHOU POR 26 ANOS NA ÁREA DE AUDIOVISUAL COMO DIRETORA, ROTEIRISTA E PRODUTORA. ELA TEM MESTRADO E DOUTORADO EM LETRAS COM FOCO EM ROTEIRO PARA CINEMA E TV E RECENTEMENTE CONCLUIU SUA PESQUISA DE PÓS-DOUTORADO SOBRE GÊNEROS DE PROGRAMAS DE TV.

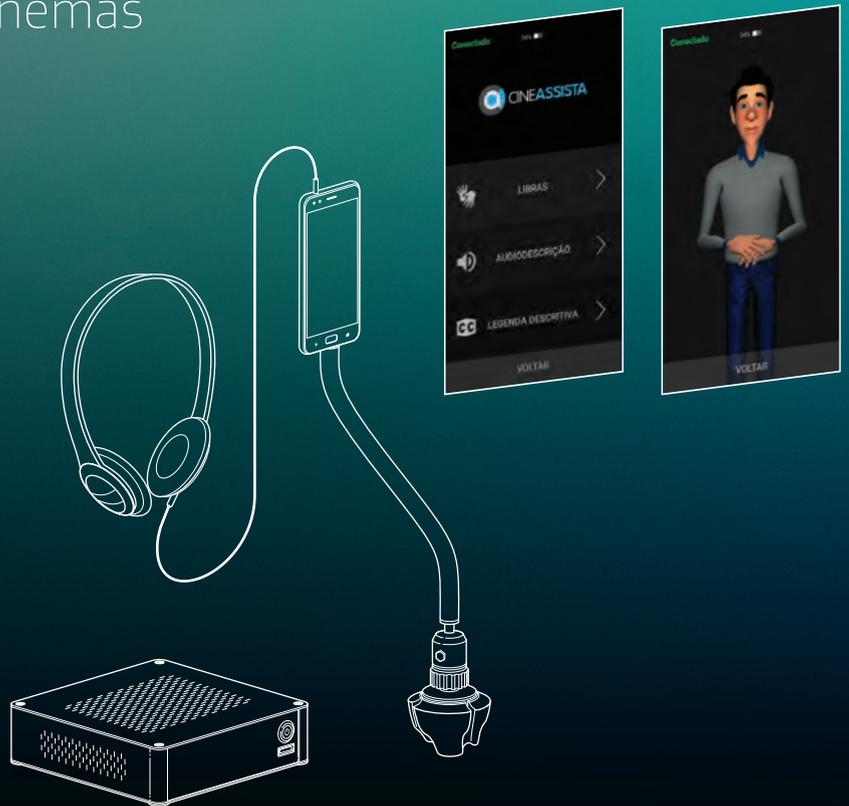


# CineAssista

Garanta que todos os seus clientes possam ter uma grande experiência nos seus cinemas

- Legendagem
- Legendagem descritiva
- LIBRAS (Língua de sinais brasileira)
- Audiodescrição

CineAssista é a solução completa para acessibilidade nos cinemas que cumpre com os requerimentos da nova legislação.



[DOLBY.COM/CINEASSISTA](http://DOLBY.COM/CINEASSISTA)

Por favor contate seu fornecedor para mais informações.

# MERCADO PUBLICITÁRIO EM EBULIÇÃO

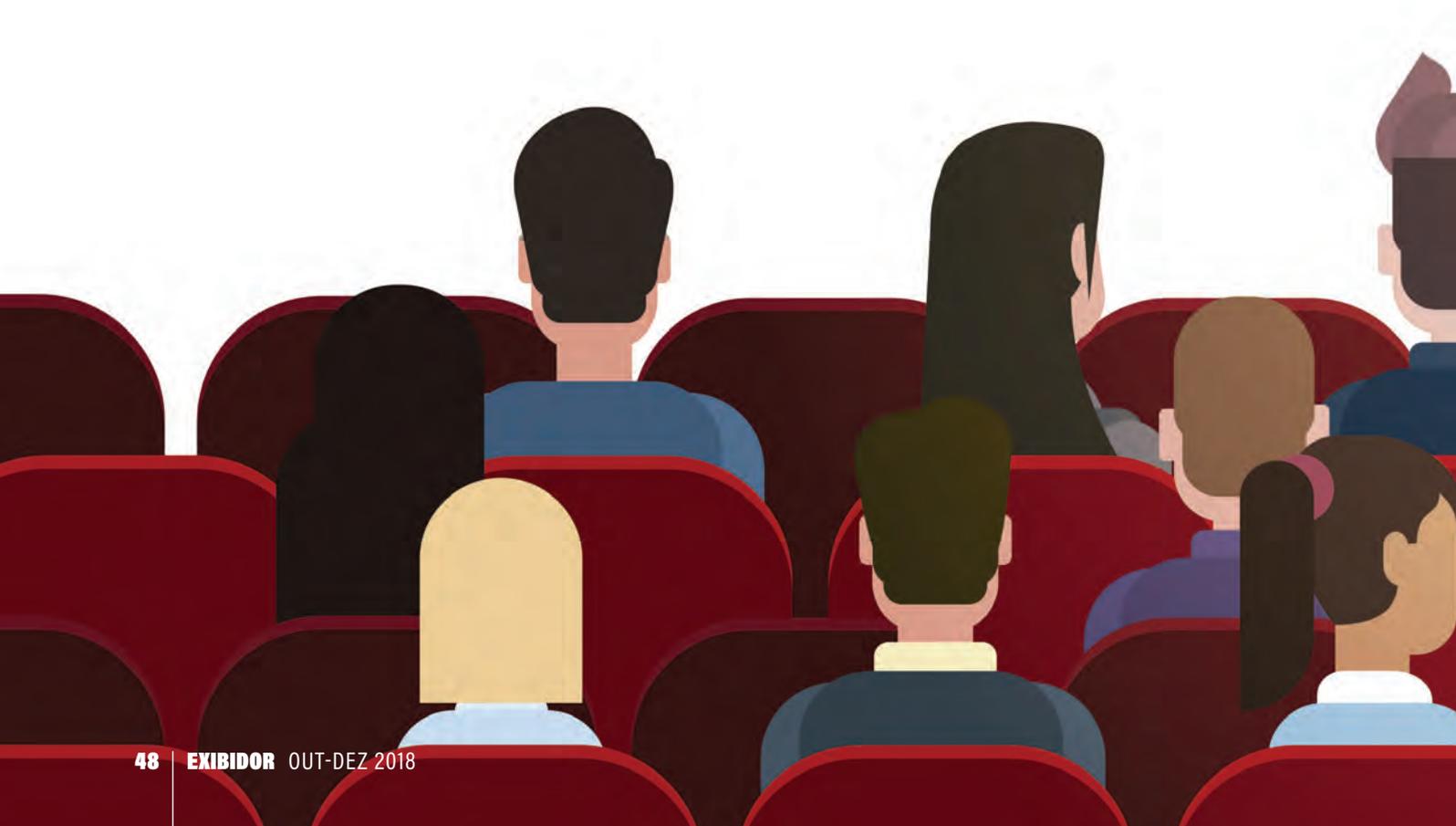
POR ROBERTO SADOVSKI

*O CINEMA GANHOU RELEVÂNCIA NO MAPA DO MERCADO PUBLICITÁRIO NO BRASIL, MAS AINDA EXISTE UM CAMINHO A TRILHAR PARA SE CONSOLIDAR COMO MÍDIA*

**No princípio**, eram os trailers, os filmes e só. Aos poucos, aqueles minutos de silêncio na sala escura, antes da exibição dos filmes, foram abertos para o mercado publicitário. Foi uma janela vista como espaço nobre, e a mídia aos poucos enxergou as possibilidades. Hoje, o cinema ainda segue com apenas 0,4% do market share de investimento publicitário geral, mas continua em constante evolução.

“Esse ano, em especial para o meio cinema, houve um crescimento positivo”, conta o publicitário Adriano Pereira, que há quatorze anos atua exclusivamente em ci-

nema. “É fruto da estabilização do mercado entre apenas duas empresas (Flix Media e Preshow), a boa oferta de filmes e o crescimento do parque de salas nacional.” Pereira, que atua como diretor comercial da Preshow desde 2015, participou deste estudo com o Grupo de Mídia para a edição deste ano do Mídia Dados, ferramenta muito utilizada pelo mercado publicitário para consultar como o investimento do bolo publicitário - algo como 3,15% do PIB - está distribuído entre os veículos de comunicação (TV, rádio, OOH, cinema, jornal, revistas, etc) e qual a evolução anual de cada tipo de mídia. As



duas empresas cobrem hoje 137 praças, o que representa 69% de todas as salas de cinema no país.

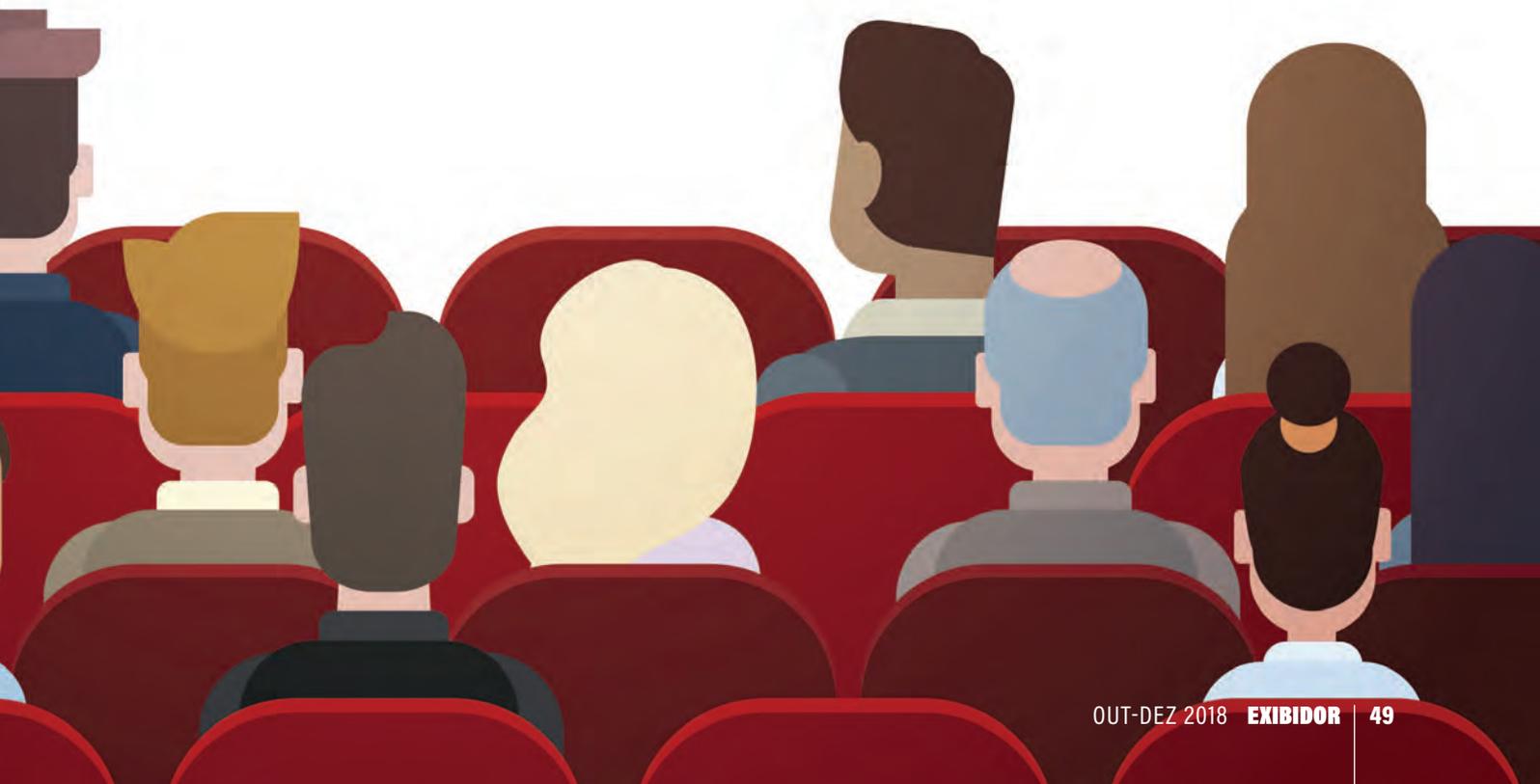
A resistência que o mercado enxergava em anunciar no cinema aos poucos é substituída pelas possibilidades que vão além das peças exibidas na tela. O publicitário explica que o meio cinema tem muitas novidades interessantes para os anunciantes, além de características de audiência que apenas esta mídia oferece: recall, imersão, audiência proativa, qualidade de áudio e imagem imbatíveis, um bloco comercial de aquecimento para a sessão e que o espectador já conhece, espera e considera parte de seu programa, uma audiência que já está investindo em duas horas de entretenimento.

“Cinema é uma mídia que qualifica desde o acesso”, ressalta. “Se existe alguma dificuldade ela está

na característica do momento atual do mercado.” Adriano esclarece que hoje são centenas de possibilidades de investimento em mídia. Além dos meios tradicionais que existem no mercado desde sempre – TV, rádio, cinema, jornais, revistas, internet, etc – houve também um crescimento muito grande na oferta da mídia digital, como as redes sociais e os digital *influencers*. Esse crescimento nas possibilidades para investimento não foi acompanhado por um aumento no *budget* dos clientes, inclusive alguns anunciantes sofreram reduções importantes em seus orçamentos em função da conjuntura econômica em que o país se encontra. “Por estas dificuldades que todos os veículos de comunicação estão passando, estamos todos juntos neste momento”, enfatiza.

O estudo Mídia Dados também coloca o cenário da mídia no cinema em perspectiva. Um dos possíveis motivos que mantêm os anunciantes longe da mídia cinema, segundo o estudo, é a resistência do mercado brasileiro em medir o sucesso de um anúncio ou campanha publicitária por impacto. Ou seja, a comercialização da publicidade na telona ainda é realizada mais por tempo (cine-semana) do que por impacto (público atingido). Por outro lado, é um público qualificado e atencioso com os materiais exibidos antes do filme: não há distrações quando as luzes se apagam. Esses fatores levaram a um inchaço de mais 3% no meio cinema em sua participação no total de investimentos publicitários no Brasil no primeiro trimestre de 2018 – dados auditados pela Kantar Ibope Media.

Vale apontar também que o investimento publicitário na mídia



cinema vai além do que é exibido na telona. Inclui outros pontos de encontro com o espectador, como os sites, as mídias físicas e as ativações. “Cinema é uma mídia de magia e encanto, que acompanha o cine-espectador ao longo da vida toda”, continua Pereira. “Bons exemplos de aproveitamento do meio são campanhas que trazem licenciamento de produtos e acompanham filmes específicos e clientes que conseguem casar seus produtos com a irreverência de personagens já queridos do público.” Outro fator importante para impulsionar o crescimento é a redução drástica do custo de produção, que quase desapareceu por completo. “Cinema era uma mídia que pedia um altíssimo investimento na produção do mate-

rial para exibir a campanha”, lembra Adriano. “Isso não existe mais, o que tornou cinema uma mídia mais competitiva.”

A ampliação da cobertura publicitária no cinema é uma evolução natural que obedece aos anseios dos clientes. A Flix Media, por exemplo, facilitou o processo de faturamento junto às agências com o pedido de inserção unificado – na prática, é possível com um único documento programar inúmeras salas simultâneas em todo o Brasil. Além da desburocratização de parte dos serviços, a distribuição do conteúdo publicitário por meio do canal Flix Channel faz com que os anúncios ultrapassem a tela do cinema, ganhando espaço também nas redes sociais. “O cinema é a mídia completa, porque além de deixar a imagem mais bonita e o som perfeito, temos total aten-

ção do público”, aponta o gerente de marketing da Honda Motors, Odair Dedicção Júnior.

Adriano Pereira conta que a Preshow tem trabalhado com a Kantar Ibope Mídia e, juntamente com a Flix Media, colaboram para que exista uma mudança na metodologia de coleta de informações do meio. O estudo Mídia Dados destaca um crescimento mundial de 4% do mercado publicitário em 2017. Quanto ao meio cinema no mundo, nos países com maior investimento publicitário, essa mídia tem a maior participação na Tailândia (4,7% de US\$ 3 bilhões) e na China (1,5% de US\$ 80,5 bilhões). As classes econômicas mais presentes no cinema são a B2 com 27%, C1 com 26% e a C2 com 18%. “Quanto mais informação estiver disponível para os profissionais do mercado melhor é para todas as empresas”, conclui o publicitário. ■





# ARRISCANDO A VIDA PELO CINEMA

POR IGOR KUPSTAS

TOM CRUISE E A MISSÃO IMPOSSÍVEL DE AGRADAR ÀS NOVAS PLATEIAS SEM USAR UMA CAPA

**Há algum tempo** já nestas colunas eu tenho apresentando a ideia de o cinema ser um espaço cada vez mais 8 ou 80, dos enormes blockbusters de grande orçamento que pegam 50% do circuito de salas aos filmes evento e nichados que entram e saem de cartaz cada vez mais rápido, em poucas salas.

Não tenho dúvida que a Disney, especialmente alimentada pela Marvel, é a empresa melhor posicionada neste novo mundo, e com todo o mérito, soube tecer através de 10 anos de filmes inter-relacionados um espetáculo de efeitos, personagens com coração, humor e ação que se reuniram em **Vingadores: Guerra Infinita** (*Avengers: Infinity War*), um filme de entretenimento que desafia o gênero ao \*SPOILER\* dar a vitória ao vilão! Acima de tudo, uma vitória da narrativa e do produtor Kevin Feige que soube conduzir e ligar os filmes, seus diretores e roteiros de forma muito articulada e competente, criando uma cultura que vai de cenas após os créditos até pequenos detalhes que deixam os fãs famintos por novos títulos e impulsionando personagens secundários, como o **Homem-Formiga** (*Ant-Man*, 2015) e os **Guardiões da Galáxia** (*Guardians of the Galaxy*, 2014).

O filme entrou no seletor clube dos mais de US\$ 2 bilhões de bilheteria no mundo, sendo que no Brasil vendeu mais de 14 milhões de ingressos!

Adorei **Vingadores** e fiquei muito feliz em ver a vitória do mundo nerd com esta imensa massa de consu-

midores correndo para os cinemas, não há dúvida que os heróis são hoje mais populares do que nunca. Mas um filme em especial me impressionou ainda mais na safra do cinema e pela pura força de vontade de um homem, Tom Cruise.

Em **Missão: Impossível - Efeito Fallout** (*Mission: Impossible – Fallout*), Cruise consegue ir para novas alturas na longa série **Missão Impossível** através de muitos efeitos práticos e dispensa de dublês. A história do filme se aproveita um pouco do legado da série, mas ao contrário da Marvel em que houve uma construção um tanto planejada do universo de 19 filmes, em **Efeito Fallout** temos no ator o principal pilar de atração e emoção no que deve ser um dos melhores filmes de ação dos últimos anos.

Sempre admirei os dublês e cenas práticas de filmes de ação da série **Bond**, **Bourne** e lutas ensaiadas pelo elenco como no filme **Matrix** (*The Matrix*, 1999), mas fiquei admirado ao enxergar o protagonista Ethan Hunt pulando de um avião a 10.000 pés de altura, pilotando um helicóptero, dirigindo uma moto sem capacete em alta velocidade e... tudo pelo próprio ator, com pouca interferência digital e muita dedicação. Cruise afirma que teve aulas de helicóptero por um ano e meio para realizar uma sequência do filme.

Acredito no futuro do cinema diante das inovações tecnológicas que o espaço cinema apresenta, como novas tecnologias imersivas, telas gigantes, qualidade sonora e também das narrativas ousadas, emotivas e dispersas como nos quadrinhos, mas o que Cruise conseguiu fazer foi, após mais de 30 anos de carreira, se sobrepor por pura garra e reinventar o papel do astro de ação ao colocar no desenvolvimento da história as figuras de galã, ator, produtor e dublê. Não há como imaginar **Efeito Fallout** com outro ator. Não há outro ator que faça o que ele faz, arriscando a vida nesta escala pelo entretenimento e pelo cinema. Quem não viu **Missão: Impossível - Efeito Fallout** no cinema perdeu e perdeu muito. Cruise não está pensando na Netflix, ou na telinha. Aos 56 anos ele é um artista múltiplo a serviço do espetáculo que coloca a vida em risco para que o público saia de casa e também ajudar o exibidor a vender muita pipoca! Os limites foram quebrados. Que venham novos limites e muitos outros filmes para serem vistos no cinema.



IGOR KUPSTAS - IGORKUPSTAS@GMAIL.COM | JORNALISTA FORMADO PELA UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU E PÓS-GRADUADO EM MARKETING PELO MACKENZIE. TRABALHOU NO SITE DE CINEMA E-PIPOCA, NO DEPARTAMENTO DE MARKETING DA EUROPA FILMES E FOI GERENTE DE MARKETING DIGITAL DA MOBZ. ATUALMENTE ASSUME O CARGO DE DIRETOR DA DISTRIBUIDORA O2 PLAY.



EXPOCINE

EXIBIDOR

EXHIBIDOR

L A T I N O

tonks *host*

tonks *fit*

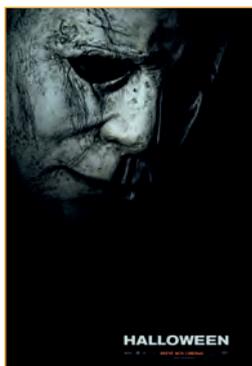


CLAQUETE  
CÔM

Cinetks

Ao longo de nossa trajetória adquirimos um grande *know-how* dentro do mercado cinematográfico latino americano. Sempre com o que há de mais atual em **TECNOLOGIA**, oferecemos produtos sob medida para suas necessidades, com o foco na **FACILIDADE** do **RELACIONAMENTO** entre você, seu cliente e seu fornecedor. Além disso, com nossos canais de **INFORMAÇÃO** distribuimos **CONTEÚDO** sobre todos os acontecimentos do cinema.

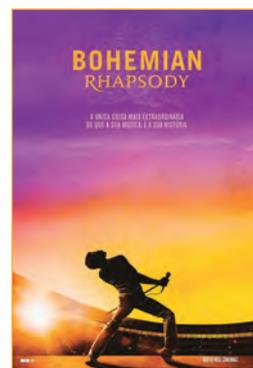
< tonks &MUITO+ >



FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
<b>11/10/2018</b>			
<b>NASCE UMA ESTRELA</b> <i>(A STAR IS BORN, 2018)</i>	BRADLEY COOPER	BRADLEY COOPER, STEFANI GERMANOTTA (LADY GAGA), SAM ELLIOTT, ANDREW DICE CLAY, REBECCA FIELD, MICHAEL D. ROBERTS	WARNER
<b>GOOSEBUMPS 2: HALLOWEEN ASSOMBRADO</b> <i>(GOOSEBUMPS: HAUNTED HALLOWEEN)</i>	ARI SANDEL	WENDI MCLENDON-COVEY, ODEYA RUSH, JACK BLACK, MADISON ISEMAN, CHRIS PARNELL, KEN JEONG, JEREMY RAY TAYLOR	SONY
<b>O PRIMEIRO HOMEM</b> <i>(FIRST MAN)</i>	DAMIEN CHAZELLE	RYAN GOSLING, CLAIRE FOY, JASON CLARKE, KYLE CHANDLER, PATRICK FUGIT, CIARAN HINDS, ETHAN EMBRY, SHEA WHIGHAM, COREY STOLL, PABLO SCHREIBER	UNIVERSAL
<b>TUDO POR UM POPSTAR</b>	BRUNO GAROTTI	MAISA SILVA, KLARA CASTANHO, MEL MAIA, JOÃO GUILHERME, FELIPE NETO	DOWNTOWN/PARIS
<b>A CASA DO MEDO: INCIDENTE EM GHOSTLAND</b> <i>(INCIDENT IN A GHOSTLAND)</i>	PASCAL LAUGIER	CRYSTAL REED, MYLÈNE FARMER, ANASTASIA PHILLIPS, EMILIA JONES, TAYLOR HICKSON, KEVIN POWER, ROB ARCHER	PARIS
<b>AMIGOS ALIENÍGENAS</b> <i>(LUIS &amp; THE ALIENS)</i>	CHRISTOPH LAUENSTEIN, WOLFGANG LAUENSTEIN	VOZES: FRANCISKA FRIEDE, JOEY GUILA	PLAYARTE
<b>CINDERELA E O PRÍNCIPE SECRETO</b> <i>(CINDERELLA 3D)</i>	LYNNE SOUTHERLAND	VOZES DE: STEPHANIE SANDITZ, KIRSTEN DAY	IMAGEM
<b>DJON ÁFRICA</b>	JOÃO MILLER GUERRA, FILIPA REIS	MIGUEL MOREIRA, ISABEL CARDOSO, BITORI, PATRICIA SOSO	VITRINE
<b>MINHA FILHA</b> <i>(FIGLIA MIA)</i>	LAURA BISPURI	VALERIA GOLINO, ALBA ROHRWACHER, SARA CASU, UDO KIER, MICHELE CARBONI	IMOVISION
<b>18/10/2018</b>			
<b>MOGLI - O LIVRO DA SELVA</b> <i>(JUNGLE BOOK: ORIGINS)</i>	ANDY SERKIS	ANDY SERKIS, BENEDICT CUMBERBATCH, CHRISTIAN BALE, CATE BLANCHETT	WARNER
<b>O DOUTRINADOR</b>	GUSTAVO BONAFÉ, FÁBIO MENDONÇA	KIKO PISSOLATO, DU MOSCOVIS, MARÍLIA GABRIELA, HELENA RANALDI, TAINÁ MEDINA, SAMUEL DE ASSIS, TUCA ANDRADA	DOWNTOWN/PARIS
<b>JOHNNY ENGLISH 3.0</b> <i>(JOHNNY ENGLISH STRIKES AGAIN)</i>	DAVID KERR	ROWAN ATKINSON, OLGA KURYLENKO, EMMA THOMPSON, JAKE LACY, BEN MILLER, ADAM JAMES, MIRANDA HENNESSY	UNIVERSAL
<b>A JUSTICEIRA</b> <i>(PEPPERMINT)</i>	PIERRE MOREL	JENNIFER GARNER, TYSON RITTER, ANNIE ILONZEH, JOHN GALLAGHER JR., METHOD MAN, JEFF HEPPNER, JOHN ORTIZ, JOHN BOYD, ERIN CARUFEL, EDILSY VARGAS, PELL JAMES	DIAMOND
<b>LEGALIZE JÁ!</b>	JOHNNY ARAÚJO, GUSTAVO BONAFÉ	RENATO GÓES, ÍCARO SILVA, ERNESTO ALTERIO, RAFAELA MANDELLI, STEPAN NERCESSIAN	IMAGEM
<b>O AMOR DA VOLTAS</b>	MARCOS BERNSTEIN	CLEO PIRES, IGOR ANGELKORTE, JULIANA DIDONE	IMAGEM



FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA	
<b>HALLOWEEN</b>	DAVID GORDON GREEN	JAMIE LEE CURTIS	UNIVERSAL	25/10/2018
<b>PODRES DE RICOS</b> <i>(CRAZY RICH ASIANS, 2018)</i>	JON M. CHU	GEMMA CHAN, MICHELLE YEOH, CONSTANCE WU, SONOYA MIZUNO, JIMMY O. YANG	WARNER	
<b>HUNTER KILLER</b>	DONOVAN MARSH	GERARD BUTLER, GARY OLDMAN, BILLY BOB THORNTON	IMAGEM	
<b>A PALAVRA</b>	GUILHERME DE ALMEIDA PRADO	TUCA ANDRADA, OSCAR MAGRINI, LUCIANO SZAFIR, KARINA BARUN	CALIFORNIA	
<b>ANGEL FACE</b>	VANESSA FILHO	MARION COTILLARD, ALBAN LENOIR, AYLINE ETAIX	IMOVISION	
<b>CAL MARIA</b> <i>(SERENITY)</i>	STEVEN KNIGHT	ANNE HATHAWAY, DIANE LANE, MATTHEW MCCONAUGHEY, JEREMY STRONG, JASON CLARKE, DJIMON HOUNSOU, GARION DOWDS	DIAMOND	
<b>CHACRINHA - O VELHO GUERREIRO</b>	ANDRUCHA WADDINGTON	STEPAN NERCESSIAN, EDUARDO STERBLITCH, GIANNE ALBERTONI, CARLA RIBAS, GUSTAVO MACHADO, RODRIGO PANDOLFO, PABLO SANÁBIO, THELMO FERNANDES	DOWNTOWN/PARIS	01/11/2018
<b>MAUS MOMENTOS NO HOTEL ROYALE</b> <i>(BAT TIMES AT THE EL ROYALE)</i>	DREW GODDARD	CHRIS HEMSWORTH, DAKOTA JOHNSON, JON HAMM, NICK OFFERMAN, JEFF BRIDGES, CAILEE SPAENY, LEWIS PULLMAN	FOX	
<b>BOHEMIAN RHAPSODY</b>	DEXTER FLETCHER, BRYAN SINGER	RAMI MALEK, JOSEPH MAZZELLO, AIDAN GILLEN, BEN HARDY, LUCY BOYNTON, TOM HOLLANDER, ALLEN LEECH	FOX	
<b>O QUEBRA-NOZES E OS QUATRO REINOS</b> <i>(THE NUTCRACKER AND THE FOUR REALMS)</i>	LASSE HALLSTRÖM	KEIRA KNIGHTLEY, MORGAN FREEMAN, MACKENZIE FOY, HELEN MIRREN, MATTHEW MACFADYEN, MISTY COPELAND	DISNEY	
<b>SAI DE BAIXO</b>	CRIS D'AMATO	MIGUEL FALABELA, TOM CAVALCANTE, MARISA ORTH, ARACY BALABANIAN, CACAU PROTÁSIO, RAFAEL CANEDO, LÚCIO MAURO FILHO, KATIUSCIA CANORO	IMAGEM	
<b>A CASA QUE JACK CONSTRUIU</b> <i>(THE HOUSE THAT JACK BUILT)</i>	LARS VON TRIER	MATT DILLON, BRUNO GANZ, UMA THURMAN, RILEY KEOUGH, JEREMY DAVIES, ED SPELEERS, DAVID BAILIE	CALIFORNIA	
<b>O BEIJO NO ASFALTO</b>	MURILO BENÍCIO	LÁZARO RAMOS, DEBORA FALABELLA, FERNANDA MONTENEGRO, STENIO GARCIA, OCTAVIO MULLER	ART HOUSE	
<b>O PARQUE DO INFERNO</b> <i>(HELL FEST)</i>	GREGORY PLOTKIN	AMY FORSYTH, REIGN EDWARDS, BEX TAYLOR-KLAUS, CHRISTIAN JAMES, ROBY ATTAL, COURTNEY DIETZ	PARIS	
<b>O QUEBRA-CABEÇA</b> <i>(PUZZLE)</i>	MARC TURTLETAUB	AUSTIN ABRAMS, MANDELA BELLAMY, MYRNA CABELLO, SEBASTIAN CHACON, DANNY L. CHAPMAN, HELEN COXE, DAVID DENMAN, ABIGAIL FRIEND, BARRY GODIN, COLLIN GRUBBS, LORI HAMMEL	SONY	
<b>PRAÇA PÚBLICA</b> <i>(PLACE PUBLIQUE)</i>	AGNÈS JAOUÍ	AGNÈS JAOUÍ, JEAN-PIERRE BACRI, LÉA DRUCKER, KÉVIN AZAÏS, NINA MEURISSE, SARAH SUÇO, HÉLÉNA NOGUERRA, MIGLEN MIRTCHEV	IMOVISION	



# SEJA EM TERRA FIRME



ANIMAIS FANTÁSTICOS  
OS CRIMES DE  
GRINDELWALD

15 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS

  /wbpictures\_br  
 /WarnerBrosPicturesBr  
 /WarnerBrosPicturesBrasil

## NESTE FIM DE ANO,

*OU NO MAR...*

O MAR TE CHAMA

AQUAMAN

13 DE DEZEMBRO NOS CINEMAS

*O SUCESSO ESTÁ GARANTIDO.*



# EXIBIÇÃO LONGE DAS CAPITALIS

POR ROBERTO SADOVSKI. FOTOS DIVULGAÇÃO

COM MAIS DE DUAS DÉCADAS DE ATIVIDADE, A REDE CINE SHOW MANTÉM ACESA A PAIXÃO PELO CINEMA NO INTERIOR DO RIO DE JANEIRO E SANTA CATARINA



**No começo dos anos 90**, parte da vida cultural de Volta Redonda (RJ) se limitava às casas. Os cinemas de rua aos poucos evaporavam, abrindo espaço para a dominação da TV e o avanço do videocassete. Mas o conforto de ver filmes em casa nunca se comparou com a experiência de dividir uma sessão de cinema. Foi quando o engenheiro Ricardo Celes, ao lado de sua esposa, Fatima Bustamante-Celes, decidiram fazer algo a respeito.

Por meio da parceria com o Sider Shopping em Volta Redonda, as primeiras salas foram inauguradas em 1995, com uma programação que trazia os grandes lançamentos simultaneamente com os grandes centros.

Logo, a família associou as salas à projetos culturais e educativos com palestras para professores, lançamentos de livros, exposições e até um festival infantil.

Depois de cinco anos de atividade, havia chegado a hora de expandir a rede, tendo em vista a carência das cidades do interior por salas de cinema. Este movimento foi possibilitado com a chegada dos projetores digitais, o que permitiu a realização de lançamentos nacionais e mundiais.

O crescimento do Cine Show abraçou a chegada dos multiplexes. “Na cidade de Resende, por exemplo, construimos o primeiro cinema em formato ‘Stadium’ e com som digital do interior do Estado do Rio”. Em 2017, foi a vez de assumir mais cinco salas, agora em Florianópolis. Hoje, são nove as cidades atendidas pela exibidora.

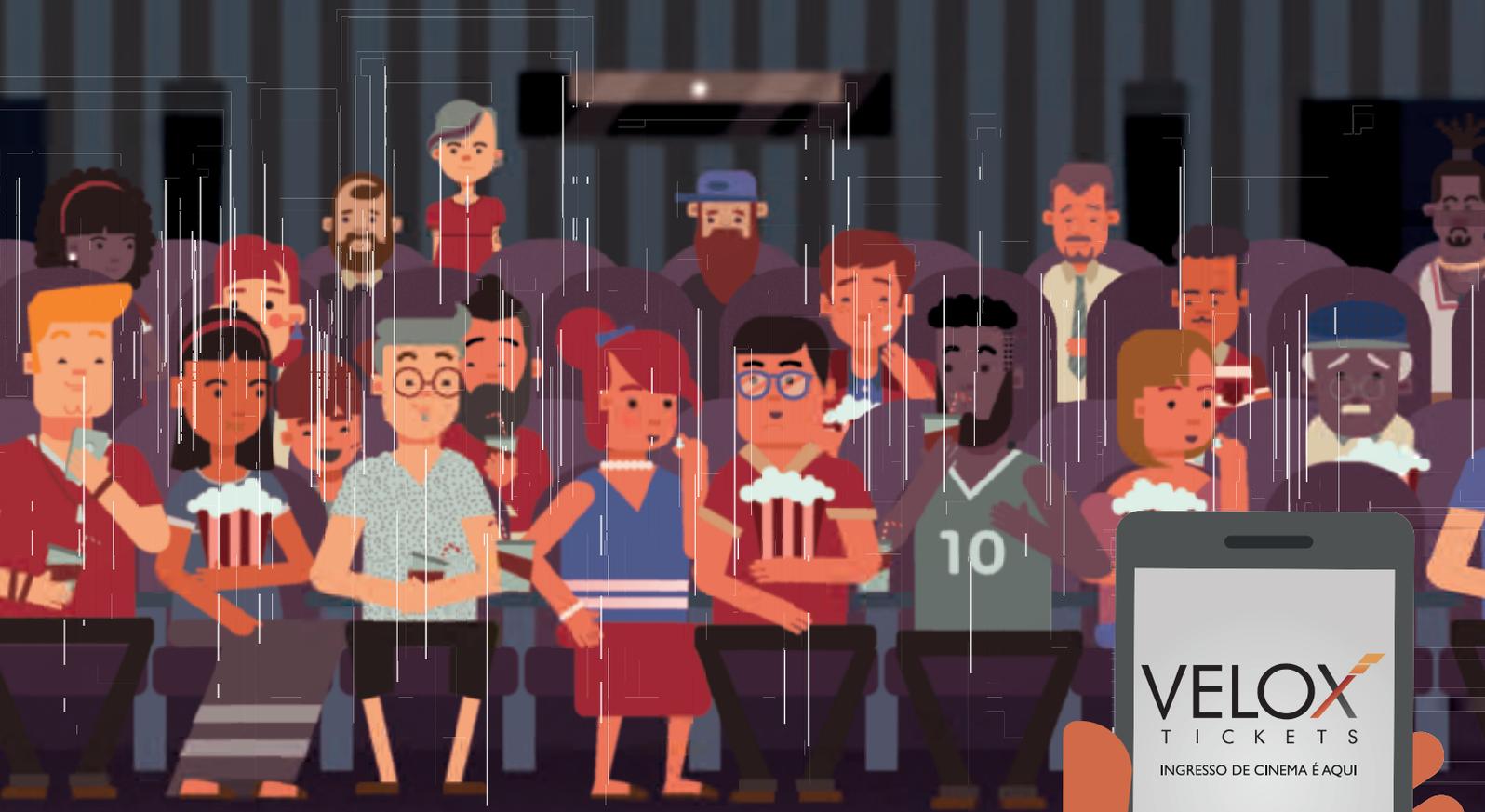
A sala em Florianópolis vai experimentar uma grande reforma ainda este ano. Já para 2019 também haverá a ampliação do Cine Show Teresópolis, passando-o de três para cinco salas. Além disso, está fechado a construção de um complexo com cinco salas e mil assentos. O otimismo é acompanhado de cautela, como o empresário aponta: “Optamos por assumir o compromisso de levar cinemas de qualidade, para cidades que há vinte, trinta anos não tinham salas de cinema. Hoje, este cenário mudou um pouco pois os custos de instalação estão altíssimos e as cidades menores, com sua capacidade de público, traz muita incerteza para os investimentos”.

O cenário mudou, mas uma coisa manteve-se a mesma na filosofia da rede Cine Show: combinar a atividade como exibidor com o compromisso de levar cultura e diversão para além da sala escura. Um dos programas de destaque da rede é o Cineshow Família, uma cartela com dez ingressos com desconto de até 30% no valor da entrada. “É uma forma de dar um preço especial não somente para a família ou um grupo de amigos, mas também para nosso cliente mais assíduo”, conclui Cícero. ■

**DEU VONTADE DE IR AO CINEMA?**

# **ENTÃO VEM SER VELOX!**

**COMPRA AGORA SEU INGRESSO ONLINE DE MANEIRA  
PRÁTICA, SEGURA E COM A MENOR TAXA!**



**Pronto  
para uma  
EXPERIÊNCIA  
VELOX?**



**WWW.VELOXTICKETS.COM**

Coloque mais sabor no seu  
**CINEMA!**



19 MANEIRAS PARA  
SUA PIPOCA TRADICIONAL  
FICAR MAIS SABOROSA!

[www.flavoredpopcorn.com.br](http://www.flavoredpopcorn.com.br)  
[www.pipocaweb.com.br](http://www.pipocaweb.com.br)

[vendas@flavoredpopcorn.com.br](mailto:vendas@flavoredpopcorn.com.br)  
[atendimento@flavoredpopcorn.com.br](mailto:atendimento@flavoredpopcorn.com.br)  
(16) 3026-8555 | (48) 3025-4202

**FLAVORED  
POPCORN**  
*Sabor de Cinema*

EXIBIDOR

— GUIA —

# EXPOCINE18

— OUTUBRO 2018 —



INTERNATIONAL  
3D SOCIETY



3D KIFF

# SMARTCRYSTAL™ DIAMOND

Engineered for Performance  
Highest Light Efficiency Available  
Brighter 3D Projections



**VOLFONI®**  
CREATIVE 3D TECHNOLOGY  
[www.volfoni.com](http://www.volfoni.com)



SMARTCRYSTAL™  
**DIAMOND**  
*Designed by Volfoni in France*

Contact Us Now: [volfoni@volfoni.com](mailto:volfoni@volfoni.com)

**64**  
ABERTURA

**68**  
CURSO

**70**  
PROGRAMAÇÃO



**74**  
DISTRIBUIDORAS

**76**  
PATROCINADORES

**78**  
APOIO E REALIZAÇÃO

**80**  
EXPOSITORES

# EXPOCINE18: OTIMISMO NO FUTURO DO CINEMA

POR MARIANA LAVIAGUERRE . FOTOS DIVULGAÇÃO

*CONVENÇÃO CHEGA À QUINTA EDIÇÃO COMO O MAIOR EVENTO DO SEGMENTO NA AMÉRICA LATINA*

**JÁ CONSOLIDADA** como a maior convenção do mercado cinematográfico da América Latina, a Expocine também terá sua maior edição em 2018. Além de ser o primeiro ano que o evento será realizado em quatro dias (de 02 a 05 de outubro, em São Paulo), em 2018 a Expocine estará no 5º andar do Centro de Convenções Frei Caneca, área maior à que usou em seus quatro primeiros anos. Com esta ampliação, a convenção contará com um espaço que abrigará cerca de vinte estandes a mais do que nos anos anteriores, podendo desta forma trabalhar com mais de 100 marcas

e expositores. São esperados cerca de 2.500 inscritos, entre exibidores, distribuidores, fornecedores, palestrantes e interessados no mercado cinematográfico, que só na América Latina cresceu 22% em receitas de bilheterias em 2017, de acordo com um relatório divulgado no primeiro semestre deste ano pela MPAA (Motion Picture Association).

“Este é o ano mais importante para a Expocine”, comemora Marcelo J. L. Lima, CEO do evento. “Entra-

mos na quinta edição do evento com um número maior de inscritos de toda América Latina, mais empresas parceiras, e muitas novidades.”

Desde sua primeira edição, em 2014, a Expocine triplicou o número de inscritos (foram 811 no primeiro ano e 2.384 em 2017), mais que duplicou o número de expositores (de 31 para 70) e recebeu representantes de 20 países (dentre eles Estados Unidos, México, Bolívia e Argentina) em sua edição mais recente.



## PARCERIA COM ESPM

Este ano a convenção firmou uma parceria com a ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), universidade referência no ensino de marketing e negócios há mais de 60 anos, para oferecer um curso de capacitação voltado às áreas de Administração, Gestão e Inovação para o mercado cinematográfico. A capacitação será composta por três módulos com duração de oito horas e será realizado no primeiro dia (02 de outubro) da Expocine.

## FEIRA DE NEGÓCIOS

A feira de negócios é o espaço em que exibidores e fornecedores se en-

contram e atualizam ou iniciam parcerias. “O evento está se profissionalizando cada vez mais”, acredita Ricardo Laporta, Gerente de Vendas para cinema no Brasil da Christie. “Esse tipo de feira é importante aprender com os anos passados, e é claro que vamos gerar mais negócios, porque vai ter mais gente especializada interessada. É necessário estarmos no evento”, completou.

Fabiana Marschalk, Gerente de Marketing e Comunicação da Quanta DGT, explica que para a empresa a Expocine é essencial por “concentrar em um único espaço diversas possibilidades, como relacionamento e interação da marca com os exibidores e distribuidores, análise de cenário, criação de novos negócios e de soluções inovadoras ao segmento”.

Com o aumento do evento e seu estabelecimento no mercado cinematográfico, algumas marcas sentiram necessidade de expor

seus produtos pela primeira vez em 2018. É o caso da AMDS Cinemas Brasil, empresa que trabalha com produtos e serviços para áudio e projeção, estreante na Expocine. Para Ricardo José Natale, gerente comercial da filial São Paulo, “as expectativas em participar da Expocine são as melhores possíveis, estamos ansiosos e motivados, temos certeza de que vamos obter bons resultados.” Tiago Botelho, Diretor da Eletro Terrível (empresa especializada em iluminação profissional), compactua da empolgação de Natale e explica porque resolveu estar na convenção deste ano: “Temos 50 anos de mercado e queremos aprimorar o nosso leque de clientes.”

## O QUE VEM POR AÍ

Este ano oito distribuidoras apresentarão seus respectivos *line-up* para os próximos meses para os exibidores, trazendo novidades que prometem aquecer ainda mais o verão brasileiro e os meses que o prosseguem. Os estúdios de Hollywood como Disney, Sony Pictures, Warner Bros., Fox Film e Universal, além das distribuidoras nacionais Imagem Filmes, Paris Filmes e Galeria se revezam nos quatro dias do evento trazendo novidades e materiais inéditos.

Para Marcos Oliveira, Diretor Geral da Universal Pictures no Brasil, “é uma satisfação participar da Expocine. O evento é uma excelente oportunidade para aproximarmos nossas produções de um público atuante e interessado em cinema, e atende muito bem nossas necessidades.” Este sentimento é compactua-

do por Jorge Assumpção, diretor de Programação e Marketing da Paris Filmes, distribuidora que exibirá o filme **Robin Hood – A Origem** (*Robin Hood*) pela primeira vez no evento. “Identificamos uma oportunidade ímpar para otimizar a campanha nacional do filme”, comemora o executivo.

Estreante na Expocine, a Galeria Distribuidora aposta nos bons frutos que esperam colher na convenção: “Sendo esta a nossa primeira participação no evento, as expectativas são altíssimas e temos certeza que os resultados que virão serão tão representativos quanto”, afirma Gabriel Gurman, diretor da Galeria.

Com distribuidoras e fornecedores comparecendo em peso, quem sai ganhando são os exibidores, que verão oportunidades de lotar seus ci-

nemas. Luiz Gonzaga de Luca, Presidente da Cinépolis Brasil, afirma que “para a Cinépolis é de extrema importância fazer parte da Expocine, onde estão os principais players de distribuição, exibição, tecnologia, serviços e produtos voltados para o mercado de cinema. Além disso, o mercado cinematográfico é um dos que mais cresce na América Latina, principalmente no Brasil, e isso vai totalmente de encontro à política de investimento e expansão da Cinépolis aqui no país”.

## FOCO NO FUTURO

O futuro do cinema já é presente e ele pode ser longo e prolífero, se depender da rapidez com que novas soluções, tecnologias e bom conteúdo estão surgindo no mercado. Há motivos para otimismo: de acordo com a MPAA, o valor global das bilheteiras de filmes em cinemas em 2017 alcançou um novo recorde, US\$ 40,6 bilhões, 5% a mais que o ano anterior. A Expocine não apenas vê o futuro da indústria com bons olhos, como também possibilita a cada ano discussões e palestras apontando o foco para o crescimento. Estarão em pauta no evento este ano: *Big data* para entender o público que frequenta (e atrair quem não frequenta) cinemas; salas VIP; cinema evento; *digital signage* e *motion seats*. Assuntos que serão tema das manhãs de palestras, encabeçadas por alguns dos melhores profissionais de todas as áreas do mercado cinematográfico. ■



FEIRA DE NEGÓCIOS DA EXPOCINE

10  
★  
ANOS

CINEMARK®

Bradesco  
Prime

Há 10 anos proporcionando  
uma experiência incrível.  
Sofisticação e exclusividade  
do início ao fim.



1ª sala com conceito VIP do Brasil.

Poltronas reclináveis



Cardápio gourmet



Atendimento exclusivo



BEBA COM MODERAÇÃO

CINEMARK®

Bradesco  
Prime



CURSO DA ESPM TERÁ TRÊS MÓDULOS

# GESTÃO ESTRATÉGICA PARA O MERCADO EXIBIDOR

POR MARIANA LAVIAGUERRE. FOTOS DIVULGAÇÃO

*EXPOCINE18 OFERECE CURSO INÉDITO EM PARCERIA COM A ESPM*

**EM 2017 A EXPOCINE** ofereceu aos seus participantes pela primeira vez um curso de capacitação, e o tema escolhido foi Gestão de Bombonières. Com parceria da NAC (National Association of Concessionaires), mais de 100 participantes de diversas exibidoras e países compareceram ao seminário ministrado por Larry Etter, vice-presidente da Malco Theatres. Após este bem sucedido case no evento, a Expocine18 terá um dia inteiro dedicado a

mais um curso especial de capacitação, “Gestão Estratégica: Fundamentos de Comunicação, Inovação e Finanças”, ministrado em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM.

O curso, cujo público alvo são os CEO’s, gerentes, supervisores

e equipes de programação e marketing das redes exibidoras, vem atender aos pedidos do mercado que cada dia mais se especializar e buscar inovações para melhoria do atendimento e da experiência de estar no cinema. Serão três módulos: gestão financeira estratégica; inovação e criatividade; comunicação integrada. Cada módulo tem um professor responsável, sendo eles Edson Gonçalves, diretor da CGN Consultoria & Treinamento, pales-



EDSON GONÇALVES



CHRISTOVAM BLUHM JR.



GUTO GRIECO

trante e professor nos cursos de pós-graduação da ESPM; Guto Grieco, trabalha com inovação há 16 anos e alguns de seus projetos já renderam patentes no Brasil, na Europa e nos Estados Unidos, atualmente lidera o Centro de Inovação e Criatividade da ESPM; e Christovam Bluhm Jr., que atua na área de comunicação e *marketing* desde 1998, destacando criatividade e negócios empresariais.

Sendo responsável pelo módulo de “Comunicação Integrada”, Bluhm comentou ao Portal Exibidor que o mercado absorveu uma mudança cultural grande em relação à comunicação. “O público hoje está espalhado nas redes e conexões digitais, é preciso entender que essa mudança cultural leva ele a pensar a partir da cabeça de outras pessoas e não mais da mídia tradicional”, disse.

Para ele, os exibidores em especial precisam entender que precisam dialogar mais com o público e não só “empurrar a mensagem” para ele. “As pessoas estão sempre conectadas e o cinema é um conteúdo que as pessoas gostam de comentar, não é um conteúdo estático”. Bluhm,

inclusive, destaca que um dos focos do seu módulo no curso da Expocine18 é abordar a mensuração de resultados da comunicação e como guiar o diálogo por meio dessas informações. Além disso, no módulo de Comunicação Integrada serão abordados temas como jornada do cliente, como avaliar orçamento e ROI da comunicação, sugestões e ações em multi canais e como usar melhor a comunicação integrada.

O Módulo 2, “Inovação e Criatividade”, tem o objetivo de ensinar a lidar com problemas complexos e buscar solução para os problemas num ambiente VUCA (volátil, incerto, complexo e ambíguo). Seu instrutor, Guto Grieco, explica que essa sessão é um “megaTED” para oferecer uma perspectiva do que é inovação e explicar o que não é inovação. Mostrar os obstáculos para a inovação dentro das organizações, bem como classificar os tipos de

inovação em uma empresa. Esse bloco do curso se destina a esclarecer algumas perguntas frequentes sobre inovação e a situar em que situação a Inovação pode ajudar. Os presentes serão expostos a muitos *minicases* em que o *Design Thinking* resolveu problemas.

Já o primeiro módulo, “Gestão Financeira Estratégica”, ministrado por Edson Gonçalves, abordará temas como o papel de um Gestor de Negócios, planejamento financeiro e estratégia empresarial, planejamento e controle orçamentário, estrutura de resultados, e análise de variações no orçamento.

Ao todo serão oito horas de capacitação em um auditório de 300 lugares no quinto andar no Centro de Convenções do Shopping Frei Caneca. “Essa capacitação conta com profissionais renomados, todos professores da ESPM, e promete cumprir seu principal propósito: ajudar os negócios ligados a entretenimento a crescer a partir da inspiração de casos de sucesso em outros mercados”, comenta Marcelo J. L. Lima, diretor da convenção. ■



# DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR AO FUTURO DO CINEMA

POR: MARIANA LAVIAGUERRE . FOTOS DIVULGAÇÃO

*EXPOCINE TERÁ TRÊS MANHÃS DE DEBATES SOBRE TEMAS ATUAIS PARA A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA*

**ALÉM DE PROMOVER** o encontro entre distribuidoras, exibidores e fornecedores do mercado cinematográfico, outra importante função da Expocine é ser o palco de debates, discussões e troca de ideias à respeito dos assuntos que estão em voga e norteiam a indústria, trazendo especialistas para o palco em suas manhãs de palestras.

Desde seu primeiro ano (2014), o evento já promoveu uma gama respeitável de debates, quando

abordou os desafios dos exibidores em um momento em que o mercado ainda estava se adequando à digitalização no Brasil. Executivos de diversas empresas multinacionais, entidades, distribuidores e alguns dos maiores exibidores do país já compartilharam seus conhecimentos e *insights*, gerando debates e contribuindo para a fomentação do mercado latino-americano cinematográfico.

Este ano, são três manhãs de palestras focadas no comportamento do consumidor, futuro da exibição, salas VIP e dados digitais como ferramenta para a inteligência do mercado. Além disso, pela primeira vez os debates serão realizados em um auditório de 300 lugares no quinto andar no Centro de Convenções do Shopping Frei Caneca, promovendo um espaço maior para as palestras e mais conforto ao público.

## 03/10

A primeira manhã de debates, que acontece no segundo dia da Expocine, é oferecida pela Riote e foca no comportamento do espectador. Neste dia, a programação contará com uma palestra e dois debates.

Luis Vargas, diretor da ComScore na América Latina, irá apresentar o “Panorama da Indústria Latino Americana”. A palestra traz dados de bilheteria dos primeiros oito meses de 2018 nos países latinos. Vargas também discutirá o panorama geral da situação e posicionamento atuais dos territórios latino americanos em relação a números de bilheteria. Além disso, o executivo debaterá as tendências e o futuro do território no mercado de cinema.

O segundo painel aborda a importância dos lançamentos de filmes segmentados no cinema. Como lançar filmes de pequeno e médio portes? Como competir com os *blockbusters*? Igor Kupstas, diretor da O2 Play, será o mediador do debate, que contará com Sílvia Cruz (sócia da Vitrine Filmes) e Jorge Assumpção (diretor de marketing e programação da Paris Filmes).

Muito se discute que os pertencentes à geração Y (nascidos entre 1985 e 1999) e Z (nascidos a partir de 2000) consomem entretenimento de forma muito distinta à dos Baby Boomers (1945 – 1964) e geração X (1965 – 1984). Não poderia ser diferente, considerando que quem nas-



LUIS VARGAS, DIRETOR DA COMSCORE NA AMÉRICA LATINA (ESQ) E ROBERTO SADOVSKI, JORNALISTA E CRÍTICO DE CINEMA (DIR)



ceu a partir da metade da década de 90 nunca viveu em um mundo sem internet e tudo o que veio através e depois dela. Para os nascidos a partir do ano 2000, é difícil lembrar de um tempo sem YouTube, redes sociais e computadores pessoais. Pensando nisso, o primeiro dia de debates da Expocine será encerrado com uma sabatina comandada por Roberto Sadoski, jornalista e crítico de cinema, que conversará com jovens estudantes do ensino médio e superior sobre os seus hábitos em assistir filmes nas mais diversas plataformas. A ideia é entender o comportamento de consumo dessas gerações.

## 04/10

Apresentada pelo AdoroCinema, a segunda manhã de debates traz dois assuntos distintos entre si, mas que além de gerarem muita curiosidade e interesse, são de extrema importância para este momento da indústria.

Moderado por Marcelo J. L. Lima, diretor da Expocine, o primeiro debate abordará as Salas VIP ou Premium, que nos últimos anos vem crescendo e estão sendo cada vez mais aderidas pelos mais importantes exibidores do mundo, em cinemas

MARCELO J. L. LIMA,  
DIRETOR DA EXPOCINE



de todos os perfis. Para contar alguns *cases* de sucesso em suas operações, estão confirmados Paulo Pereira, diretor comercial e marketing da Cinépolis e Bettina Boklis, diretora de marketing da Cinemark.

No segundo debate da manhã, Antoine Clauzel (diretor da Webedia Movies & AdoroCinema) e Pedro Possani (diretor do TR4K) apresentarão *cases* e falarão sobre os aprendizados obtidos explorando os dados do Portal AdoroCinema, e como isso pode proporcionar uma inteligência maior no mercado do cinema.



PAULO PEREIRA, DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING DA CINÉPOLIS

## 05/10

Finalizando as manhãs de debate, entra em pauta o futuro da exibição. Sempre um tema que rende muitas conversas, para este ano foram escolhidos três assuntos que estão especialmente em voga nos últimos meses na América Latina.

O primeiro painel tem como tema o *digital signage* (sinalização digital no ponto de venda). Será abordado sua importância crescente em um momento crucial para o varejo, que luta contra as gigantes empresas *online*. A conversa mostrará as semelhanças dessa luta com o cinema na era da identificação do consumidor e suas necessidades, *big data* e mídia programática. O debate será conduzido por Rogério Silveira, diretor da Equinox Digital, empresa especializada em *digital signage*.

Se o público está cada vez mais exigente com o conteúdo que assiste nos cinemas (diante da vasta gama de qualidade também disponível na televisão e serviços de *streaming*), como continuar lotando as salas de cinema? Embora esta



ROGÉRIO SILVEIRA, DIRETOR DA EQUINOX DIGITAL

talvez seja a pergunta de “um milhão”, muitas empresas estão constantemente pensando em soluções. Embora seja dever (e interesse) dos distribuidores entregar bons filmes (e sabemos que nem todos os efeitos especiais do mundo e elenco de peso seguram uma história que não agrada ao público), para fazer o público sair de suas casas e pagar ingresso, o exibidor deve oferecer não mais “apenas” pipoca e uma poltrona que nem sempre é tão confortável assim. Para isso, tanto as gigantes da exibição quanto os exibidores com menos salas estão em busca de soluções e melhorias para seus pontos de venda, e uma das tendências que especialistas apostam para o presente e futuro do cinema são as “experiências”. O assunto será discutido no segundo debate do dia 05 entre profissionais atuantes na exibição e fabricação de soluções para cinemas. Na pauta, todos os tipos de novas experiências que os cinemas estão trabalhando e outras para um futuro próximo como soluções de VR, *motion seats*, 4D, E-Sports, entre outros. O painel terá moderação de Gabriel Gianginoto, especialista em Transmídia.

De acordo com a ANCINE, os circuitos exibidores com mais de 50 salas precisam estar equipados com soluções de acessibilidade – libras, áudio-descrição e *closed caption* – até novembro deste ano. Pegando carona neste assunto, e com a proximidade do prazo imposto, o tema da palestra que encerra a programação matutina da Expocine será os desafios para a produção de materiais que atendam também aos deficientes auditivos e visuais. Dividindo seus conhecimentos estará Federico Sykes, gestor cultural argentino que discutirá os desafios e potenciais da criação de conteúdos dedicados a deficientes auditivos e visuais. Sykes tem 31 anos e faz parte do 1% da população argentina que é surda. **E**

# AUMENTE SUAS VENDAS COMO VOCÊ NUNCA IMAGINOU

Utilize **Primepass** em suas campanhas promocionais e veja crescer a sua **bilheteria** e **bomboniere** o ano todo.

Contate-nos hoje e comece a vender mais.

Tel: (11) 3542-6592 | (11) 3542-6594  
info@primepass.club



# OITO DISTRIBUIDORAS E ÓTIMAS EXPECTATIVAS

POR MARIANA LAVIAGUERRE. FOTOS DIVULGAÇÃO

OS PRÓXIMOS MESES PROMETEM AQUECER AS BILHETERIAS COM OS LANÇAMENTOS QUE SERÃO APRESENTADOS NA **EXPOCINE18**

**EM UM ANO** que viu filmes como **Vingadores: Guerra Infinita** (*Avengers: Infinity War*), **Missão Impossível – Efeito Fallout** (*Mission: Impossible – Fallout*) e **Jumanji: Bem-Vindo à Selva** (*Jumanji: Welcome to The Jungle*) entregarem números surpreendentes nas bilheteiras brasileiras, fatores como a crise econômica em que o país se encontra e grandes eventos como a Copa do Mundo prejudicaram alguns lançamentos ao longo do ano. A boa notícia é que para os próximos meses, tanto os estúdios internacionais quanto as distribuidoras brasileiras têm em seu catálogo uma série de filmes com potencial para atrair um grande número de espectadores.

Em 2018, a Expocine conta com oito distribuidoras (dentre as *majors* internacionais e distribuidoras brasileiras) que apresentam seu *line-up* para o mercado e garantem muitas surpresas. Além dos parceiros de longa data da convenção como Fox Film, Warner Bros., Sony Pictures, Disney e Universal Pictures, algumas das mais importantes distribuidoras brasileiras também garantem presença: Paris Filmes, Imagem Filmes e a estreante no evento Galeria Distribuidora.

## MAJORS

A Universal Pictures vem no embalo de lançamentos importantes como **Jurassic World: Reino Ameaçado** (R\$ 80,3 milhões de bilheteria). Para os próximos meses, o estúdio reserva alguns títulos como **O Primeiro Ho-**



AS MAJORS FOX/WARNER E DISNEY APRESENTAM SUAS APOSTAS



**mem** (11/10), **Halloween** (25/10), **O Grinch** (08/11), **Infiltrado na Klan** (02/11), um dos melhores filmes do consagrado diretor Spike Lee e **Como Treinar Seu Dragão 3** (31/01), primeiro lançamento da DreamWorks sob a chancela da distribuidora.

Após ter sua venda para a gigante Disney autorizada nos Estados Unidos, pouco se sabe como a configuração da Fox Film será nos próximos meses. Enquanto isso, o estúdio tem em seu *line-up* títulos promissores como **Maus Momentos no Hotel**

**Royale** (25/10), **Bohemian Rhapsody** (01/11), biografia de Freddie Mercury, vocalista da banda Queen, **As Viúvas** (29/11) e **Alita – Anjo de Combate** (10/01), novo filme do diretor Robert Rodriguez com produção de James Cameron.

A Warner Bros. continua investindo pesado em *blockbusters* que prometem lotar os cinemas como **Aquaman** (13/12) e **Creed II** (24/01). Além disso, tem em seu *line-up* para os próximos meses o aguardado **Nasce Uma Estrela** (11/10), lançamento da cantora Lady Gaga nos cinemas, além de **Podres de Ricos** (01/11), que é o primeiro

filme americano em mais de 20 anos a ter uma história com elenco majoritariamente asiático.

Na semana da Expocine, a Sony lança **Venom** (04/10), rival do herói Homem-Aranha nos quadrinhos. Ainda no terreno do cabeça de teia mais famoso do mundo, em 10/01 será a vez da animação **Homem-Aranha no Aranhaverso**. Além desses dois potenciais, também estão no *line-up* **Goosebumps 2: Halloween Assombrado** (11/10), **O Quebra-Cabeça** (01/11) e **Millennium: A Garota na Teia de Aranha** (08/11).

Detentora da maior bilheteria do ano no país (**Vingadores – Guerra Infinita** com R\$ 237,7 milhões), a Disney só tem a comemorar. Para os próximos meses, o estúdio tem um *line-up* com os aguardados **O Quebra-Nozes e os Quatro Reinos** (01/11), **O Retorno de Mary Poppins** (20/12), a animação **Wifi Ralph: Quebrando a Internet** (03/11) e **Vidro** (17/01), que finaliza a trilogia do diretor M. Night Shyamalan que começou com os filmes **Corpo Fechado** (2000), seguida de **Fragmentado** (2016).

## DISTRIBUIDORAS NACIONAIS

Estreante na Expocine, a Galeria Distribuidora foi oficialmente lançada em 2018 como um braço voltado para a distribuição comercial da Vitrine Filmes. Com “a ambição de em três anos estar entre as maiores distribuidoras independentes do país”, de acordo com o seu Diretor Geral Gabriel Gurman em entrevista ao **Portal Exibidor** em maio deste ano ([tonk.es/LancamentoGaleria](http://tonk.es/LancamentoGaleria)), a empresa deu seu pontapé inicial em agosto deste ano com **Ana e Vitória**, filme que já levou mais de 63 mil espectadores aos cinemas (até o fechamento desta edição). Para os próximos meses, o *line-up* tem outros potenciais sucessos como os nacionais **Todas as Canções de**

**Amor** (08/11), romance com Marina Ruy Barbosa e Bruno Gagliasso e a comédia **Os Exterminadores do Além e a Loira do Banheiro** (29/11), com Danilo Gentili.

Já a Imagem Filmes promete grandes lançamentos para os próximos meses como a animação **Cinderela e o Príncipe Secreto** (11/10) e os nacionais **O Amor dá Voltas** (18/10), com Cléo Pires, **De Novo Não!**, com Kéfera Buchmann e **Sai de Baixo – O Filme** (01/11), adaptação da famosa série de TV da Globo com Miguel Falabella, Marisa Orth e Tom Cavalcante.

Já consolidada como uma das maiores distribuidoras nacionais, a Paris Filmes tem em seu *line-up* o antecipado **Robin Hood – A Origem** (que estreia em 22/11 e tem uma de suas primeiras exhibições mundiais na Expocine), além dos filmes de terror **A Casa do Medo – Incidente em Ghostland** (11/10), e **O Manicômio** (06/12) e o drama **A Vida em Si** (13/12), com Samuel L. Jackson e Annette Bening. ■



MAJORS E INDEPENDENTES SE ENCONTRAM NA EXPOCINE



# RECORDE DE PATROCINADORES

POR MARIANA LAVIAGUERRE

DEZOITO EMPRESAS PATROCINAM A QUINTA EDIÇÃO DA EXPOCINE

**JÁ ESTABELECIDO** como a maior convenção cinematográfica da América Latina em número de participantes (foram mais de 2.300 inscritos em 2017), a Expocine tem muito orgulho em contar com um número recorde de patrocinadores em sua quinta edição. Dezoito dos maiores *players* do mercado, entre empresas de soluções de tecnologia, exibidores e sites de venda de ingressos apoiam o evento deste ano, sendo que oito dessas empresas também têm seus estandes próprios, onde apresentarão seus produtos e novidades para o mercado brasileiro e latino-americano na feira de negócios.

Confira quem são os patrocinadores deste ano:

## 4DX/SCREEN X

Ambas desenvolvidas pela sul-coreana CJ 4DPLEX, as empresas contribuem para a imersão do espectador nos filmes. Operando em 57 países, a 4DX funciona por meio de poltronas que se movimentam de acordo com as cenas do filme, além de experiências sensoriais como água, vento, cheiro e bolhas de sabão. A ScreenX é a primeira plataforma imersiva de 270 graus com três telas do cinema.

## ADOROCINEMA

Site especializado em cinema que traz informações diárias sobre diversas produções nacionais e internacionais, reunindo também fichas de filmes e personalidades, além de coberturas dos principais eventos cinematográficos, entrevistas com profissionais do setor e matérias especiais.

## BARDAN CINEMA

Com mais de 75 anos, possui diversas soluções para a sala de cinema, desde projetores, 3D, iluminação, som e lâmpadas, além de sistemas de monitoramento como o NOC e os de *digital signage*.

## CENTERPLEX CINEMAS

Com 37 anos de mercado, é uma das 10 maiores redes de cinema do Brasil. Possui mais de 84 salas espalhadas pelos Estados de Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Alagoas, Maranhão, Ceará, Pernambuco, Paraíba, Amazonas e Rio Grande do Sul.

## CHRISTIE

Com experiência em projeção de filmes desde 1929 e sistemas de projeção profissional desde 1979, a empresa oferece diversas soluções para entretenimento, negócios e indústria.

## CINEMARK

A rede está presente em 17 Estados brasileiros e Distrito Federal com 83 complexos, totalizando um público de mais 40 milhões de espectadores por ano. A exibidora é líder mundial na venda de ingressos e se encontra em 15 países na América Latina, com 200 complexos.

## CINIONIC

A Joint venture anunciada em 2018 entre as empresas Barco, Appotronics e CFG tem o objetivo de transformar o cinema, apresentando soluções abrangentes de entretenimento para exibidores em todo o mundo. Combinando a expertise em tecnologia das três marcas, a Cinionic proporciona experiências para envolver os espectadores em vários pontos de contato em sua jornada cinematográfica.



## D-BOX

A D-BOX Technologies é uma empresa canadense que projeta, fabrica e comercializa assentos móveis destinados principalmente aos mercados de entretenimento e simulação industrial.

## DOLBY

Possui soluções de áudio para cinema. Tem mais de 50 anos e um dos seus destaques é o Dolby Atmos (som imersivo), além das salas Dolby Cinema, que unem as melhores tecnologias em som e projeção.

## GDC

Fornecedora líder global de soluções de cinema digital com a maior base instalada de servidores de cinema digital e TMS (“Theater Management System”) na região Ásia-Pacífico e a segunda maior globalmente. Fabrica e vende sistema de automação de cinema escalável, TMS, software empresarial de cinema como CMS e NOC, e servidores de cinema digital que atendem aos requisitos de desempenho, segurança e confiabilidade altamente exigentes estabelecidos pelos estúdios de Hollywood.

## HARKNESS SCREENS

Com trajetória de 86 anos, desenvolve telas para cinema e eventos. Possui telas 2D e 3D para projeção digital e laser.

## INGRESSO.COM

Empresa de venda de ingressos online fundada no ano 2000 e pioneira neste serviço no Brasil. Atualmente presente em mais de 130 cidades do Brasil, possui mais de 10 milhões de usuários cadastrados no site.

## NEC CORPORATION

Empresa multinacional de tecnologia da informação sediada no Japão. Oferece soluções de rede e tecnologia da informação para empresas, provedores de serviços em telecomunicações e governos. Os principais segmentos de atuação são: soluções em TI, soluções em rede e dispositivos eletrônicos.

## RIOLE

Desenvolve sistemas exclusivos e vem se destacando nacionalmente no mercado de produção de equipamentos de áudio profissional e interpretação simultânea. Além disso, lança agora uma solução para acessibilidade de conteúdo. Possui mais de 30 anos.

## SOLUPLEX

Com mais de 14 anos de experiência no ramo do entretenimento, a empresa desenvolve soluções na medida certa para cada necessidade comercial, com produtos rentáveis e de baixo custo.

## TELECINE

Exibe *blockbusters* e filmes de arte TV. É uma joint-venture entre a Globosat e quatro estúdios de Hollywood: MGM, Paramount, Fox e Universal. Além desses direitos, exibe também as produções Disney.

## VELOX

Produto do Grupo Consciência, é uma empresa voltada à venda exclusiva de ingressos para o mercado do entretenimento. Com operação iniciada em janeiro de 2013, já está disponível em 190 cinemas, em mais de 140 cidades, e vivencia um crescimento contínuo.

## VOLFONI

Companhia francesa fundada em 2007 especializada em sistema 3D com atuação também no mercado de realidade virtual.

# ACREDITANDO NA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA

POR MARIANA LAVIAGUERRE. FOTOS DIVULGAÇÃO

NOVE MARCAS APOIAM A CONVENÇÃO ESTE ANO

**DURANTE A** “The State of the Industry”, uma das apresentações mais aguardadas da CinemaCon em abril deste ano, foi revelado que a indústria mundial do cinema teve bilheteria de US\$ 40 bilhões em 2017, graças à contribuição de diversos filmes como **Star Wars: Os Últimos Jedi**, **A Bela e a Fera** e **Mulher-Maravilha**. Diante deste desempenho histórico, o mercado cinematográfico segue otimista mesmo diante do crescimento dos serviços de *streaming* e da constante luta contra a pirataria.

A Expocine acredita e aposta na indústria cinematográfica e conta com apoiadores que compactuam desse entusiasmo e ajudam, cada um em seu segmento, a convenção a acontecer. Conheça as doze marcas apoiadoras da Expocine18:

## VEÍCULOS

Quatro grandes veículos que são referência na cobertura de eventos, novidades, movimentações e conferências da indústria cinematográfica apoiam a Expocine este ano. Os brasileiros Revista Exibidor e Filme B (maiores referências para a América Latina) e os internacionais Celluloid Junkie e Theatre World.

## SUPORTE À CONVENÇÃO

Responsável pelas ações e apresentações das distribuidoras e com uma equipe que conta com muitos anos de expertise no mercado, a RG Produções participa do planejamento e execução de grandes eventos para distribuidoras, produtoras e exibidores, criando estratégias de comunicação há seis anos.

## EMPRESAS

A Expocine também conta com o apoio de empresas diretamente ligadas ao entretenimento, incluindo duas parceiras recorrentes do evento: a Cinelive, que pertence à Casablanca Online e é a maior empresa de transmissão via satélite do Brasil e a Equinox Digital, que surgiu em 2010 com o objetivo de atender demandas na produção de conteúdos digitais (criação, animação e 3D), atendendo os segmentos de Internet, TV, cinema digital e *digital signage*. Este ano a Expocine também conta com o apoio da comScore, que ajuda profissionais de marketing, agências e empresas da indústria de mídia em todas as etapas das campanhas e em todas as plataformas; e da Webedia, empresa global de mídia e tecnologia especializada na indústria do entretenimento.

## SUPORTE TÉCNICO

A Expocine também conta com o suporte técnico de algumas empresas.

Este ano a convenção contará com projetores laser da Barco (powered by Cinionic) para suas apresentações e *screenings*. Esta é a estreia da *joint-venture* Cinionic (formada pela Barco, Appotronics e CFG) no evento.

Já a Harkness participa novamente com o fornecimento da tela Premium Clarus XC 170, parte da linha Clarus de telas polarizadas que já é uma das escolhidas pelo mercado tanto para projeção 2D quanto para 3D, em salas pequenas ou Premium Large Format – PLF.

Apoiadora de longa data, a Kelonik é a empresa de serviços e tecnologia responsável pela montagem das salas de apresentações das distribuidoras. Com uma equipe de cinco técnicos totalmente voltados ao evento, e mais três dando suporte, a montagem das salas terá uma duração de aproximadamente três dias e posteriormente mais dois dias de testes.

## OPERADORA DE VIAGENS BEAT TURISMO

## PRODUÇÃO TONKS

## REALIZAÇÃO EXPOCINE



# IMPRESSIONE O SEU PÚBLICO

## TUDO COMEÇA COM DXL

Impressione o seu público com o brilho cativante, contraste, cor e nitidez das lâmpadas USHIO DXL na tela do seu cinema. São as únicas lâmpadas testadas, aprovadas e certificadas pelos principais fabricantes de projetores, incluindo Barco, NEC e Sony.



Os cinemas de todo o mundo confiam na qualidade incomparável da USHIO.

USHIO é o distribuidor exclusivo das máquinas



de lavagem e secagem de óculos 3D.





# EXPOSITORES QUE FAZEM A DIFERENÇA NOS CINEMAS

POR MARIANA LAVIAGUERRE

*MAIS DE 100 MARCAS GARANTIRAM ESTANDES NA EXPOCINE18*

**DE ACORDO COM DADOS** fornecidos pela MPAA – Motion Picture Association em abril deste ano, o valor global das bilheterias de filmes em cinemas em 2017 alcançou um novo recorde, US\$ 40,6 bilhões, 5% a mais que o ano anterior. Só na América Latina, as receitas de bilheterias aumentaram 22%, o maior percentual mundial, embora com menor arrecadação, de US\$ 3,4 bilhões. O Brasil foi o país com maior crescimento na região, 15%.

Diante deste cenário e para receber os lançamentos de 2019, que prometem aquecer as bilheterias, mais de 100 marcas estão expondo suas novidades na Expocine18. Empresas estrangeiras e nacionais mostram que não faltam opções em todos os segmentos para deixar os cinemas prontos para a boa safra de filmes que está chegando - de poltronas a pipocas, de telas a soluções de acessibilidade, de lâmpadas a material de limpeza, de compra de ingressos a *digital signage*, entre diversos outros produtos.

Confira alguns destaques da Expocine18 e não deixe de conferir todas as novidades destas marcas:

PROJETOR LASER DA  
CHRISTIE CP 2315-RGB



## AMDS CINEMAS BRASIL

Trabalha com produtos e serviços para áudio e vídeo, desde projetores digitais de última geração e servidores para conteúdos, processadores de áudio, filtros 3D, até peças de reposição de diversas marcas, lâmpadas, óculos 3D, pipoqueiras. Apresentarão seus novos parceiros internacionais em produtos cinematográficos, e aproveitarão para consolidar a marca no mercado exibidor.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Não somente para conhecer de perto toda a linha de produtos e serviços para seu cinema, mas também para experimentar o atendimento personalizado em soluções de áudio e vídeo para cada projeto.

## BIG POC

A Big Poc atua há mais de 16 anos no mercado de exibição vendendo milho para pipoca, óleo sabor manteiga, pipoca caramelo, pipoca chocolate, algodão doce e outros insumos para bombonière. Neste mesmo período, a Big Poc representa e distribui com exclusividade a Gold Medal Company, maior fabricante de pipoqueiras comerciais do mundo. Na Expocine mostram um modelo de pipoqueira com balcão e sua linha de produtos.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

O exibidor poderá degustar a pipoca e se informar de nossas previsões de lançamentos para 2019.

## BRAVOLUZ

A Bravoluz representa e distribui as lâmpadas de Xênon da marca Ushio no Brasil, fabricante japonês de lâmpadas especiais líder no segmento para projetores de cinema.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Conhecer mais sobre a Bravoluz e todos os seus produtos de alta qualidade.

## CHRISTIE

A empresa retorna à Expocine para apresentar o novo projetor laser CP2315-RGB. Esta é a segunda vez que a Christie mostra o equipamento para o mercado. A primeira foi durante a CineEurope, em junho. Segundo Ricardo Laporta, gerente de vendas para cinema no Brasil, o produto tem a qualidade RGB, mas o projetor serve para telas e salas menores.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

O projetor faz parte do mini cinema que está ao lado da suíte da Christie. A sala de cinema tem 20 lugares e conta com o sistema de som da companhia, o 5.1 Vive Audio. Já na suíte, estão à disposição as soluções de Videowall para lobbys, além do projetor Captiva que está acompanhado de uma nova solução interativa.

## CINIONIC

A joint-venture apresenta sua nova linha de Projetores Smart Laser “Doubles The Contrast” – na versão 18.000 Ansi Lumens; o Projetor Smart Laser “High Contrast” 17.000 Ansi Lumens e o compacto projetor de 10.000 Ansi Lumens, além de trazer ao mercado, a possibilidade de Retrofit para a tecnologia Smart Laser, para os exibidores que já possuem projetores com lâmpada Xenon.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A Cinionic é uma joint-venture entre Barco, ALPD (líder mundial na fabricação de fontes de luz Smart Laser) e a CGS (China Giant Screens - responsável pela implementação de salas de cinemas no formato Premium), além de mostram o que existe de mais moderno e inovador em relação à projetores de cinema com tecnologia Smart Laser.

## CONSCIÊNCIA / VELOX TICKETS

A Velox e a Consciência vêm com grandes novidades exclusivas para lançamento na Expocine. Além do crescimento avassalador em venda de ingressos e no market share, as empresas apresentam conceitos de fidelização de clientes e melhoria na experiência do usuário online.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Para conhecer as novidades sobre fidelização, mobilidade, praticidade e redução de custos das soluções que estão sendo apresentadas. Além de um exclusivo espaço Velox, ponto que serve para a confraternização.

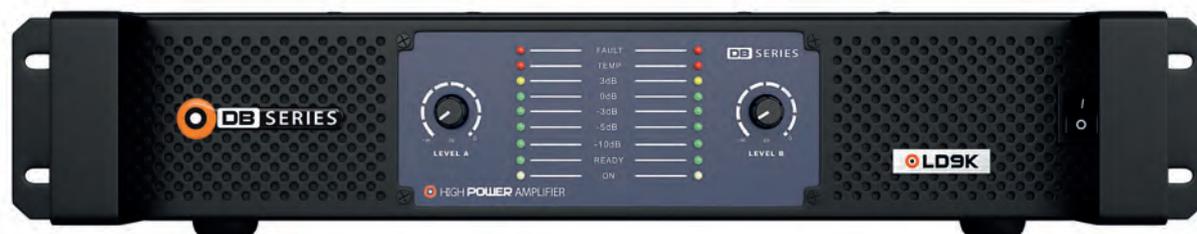
## DB SERIES

A DB Séries produz amplificadores que procuram se destacar em timbre, eficiência e competitividade.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Para conhecer as novas tecnologias disponíveis no mercado do áudio, e poder contar com um produto que tenha pós venda e eficiência energética.

AMPLIFICADOR DA  
DB SERIES



## DOLBY

O foco deste ano é o CineAssista, produto de acessibilidade que cumpre as regulamentações legislativas da Libras (Língua de Sinais Brasileira) com suporte de tradução automática, audiodescrição e legendas ocultas em um dispositivo dedicado de visualização e escuta de tela de toque.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A empresa apresenta a nova linha de Amplificadores Multicanais, que pode substituir até 16 amplificadores estéreos. Dois modelos de amplificadores são agora capazes de se conectar a processadores de som de cinema analógico usados em instalações de som surround 5.1 / 7.1. A Dolby também pretende mostrar aos exibidores quanto dinheiro podem economizar escolhendo um amplificador Dolby para salas de cinema de todos os tipos e tamanhos. Também disponibilizam preços de pacote para os interessados em equipar seus cinemas com um conjunto completo de produtos Dolby.

## ELETRO TERRÍVEL

A Eletro Terrível está divulgando as lâmpadas xênon para projeção, da marca americana ASL. Totalmente compatíveis com os projetores analógicos e digitais de última geração.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A empresa está buscando parcerias para o fornecimento de lâmpadas para os cinemas de todo o Brasil.

## FLAVORED POPCORN

Entre os produtos fabricados, estão as linhas de “Flavors”, sabores doces em forma de misturas para caramelizear a pipoca, acrescentando sabor diferenciado, crocante e uma nova textura para a tradicional pipoca. No total há uma variedade de 22 sabores doces e 19 sabores salgados.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Os visitantes podem provar sem custos os produtos, levar as amostras para produzir em seu cinema e conferir a flexibilidade da empresa no atendimento da bombonière.

## HOTSOUND

A empresa oferece aos exibidores soluções para sonorização de cinemas, que atende todos os tipos e tamanhos de salas, seja em formato 5.1, 7.1, PLF e até Dolby Atmos.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

O exibidor pode conhecer os produtos que serão lançados exclusivamente na Expocine 18. Além de conhecer também um pouco sobre a Hotsound e seu atendimento.



CINEASSISTA DA DOLBY

## EQUINOX DIGITAL

Por meio de *digital signage*, a empresa pretende sempre entregar maior flexibilidade de informações, inteligência e qualidade de produção, e, assim, viabilizar que os displays sejam efetivamente uma ferramenta de incremento de venda/melhor relacionamento com o consumidor.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Além de conhecer a solução de sinalização digital, a Equinox Digital apresenta uma novidade na área de visão computacional, que vai permitir ao exibidor conhecer um pouco mais do perfil de público que frequenta às suas salas e a maneira que ele interage com as mídias veiculadas em seu lobby.

## EQUIPOSHOP

A Equiposhop Cretors trabalha com equipamentos e serviços de alimentação para gourmet, food service, fast food, quiosques de cinema, entre outros.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A Cretors acaba de lançar sua mais nova invenção, a pipoqueira Mach5 Lite, que combina a robustez da panela Giant com a praticidade da pipoqueira de gabinete Mach5 para atender a alta demanda de produção nos cinemas por um preço super especial.

PIPOQUEIRA MACH5 LITE





POLTRONA ESTILO VIP  
DA INORCA

## INGRESSO.COM

O principal produto da empresa neste ano é o Papa Fila, novo modelo de estação de venda que permite que o operador circule pelo cinema e faça vendas completas com impressão de ingressos na hora. Além disso, também apresenta a estação de venda híbrida do Arena, programa de fidelidade no Arena e Ingresso Analytics.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Para conferir as últimas inovações dos produtos e serviços que a empresa desenvolve e conhecer todos os benefícios que a Ingresso oferece para o fã de cinema.

## INORCA

Apresentará uma opção para a front row dos cinemas que a torna atrativa e lucrativa para os clientes; assentos VIP compactos que podem ser encaixados na mesma plataforma de seus cinemas existentes.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A empresa conta que este ano vem com muitos lançamentos e soluções personalizadas. Por ter preocupações com as questões como meio ambiente, arquitetura, som, conforto e principalmente as poltronas, promete fornecer um produto único.

## LEADCOM SEATING

A Leadcom Seating é uma provedora de soluções de assentos públicos prontos para uso que oferece uma ampla seleção de assentos de cinema, incluindo *full-rockers*, encostos fixos e poltronas VIP.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Está à disposição a mais nova poltrona de cinema “VIP Maestro Plus Premium”, com recursos e opções que incluem controle remoto de uma tecla, mecanismo *wall hugger* projetado para maximização do espaço, apoio para os pés moldado em poliuretano dobrável e limpeza fácil.

## MAXILLUSION 3D CINEMA SCREENS

Empresa 100% brasileira, que está em mais de 350 salas pelo Brasil. Nesta edição do evento mostra a nova tela Iridium 2D, com ganho de 3.4, se comparada a uma tela Silver com ganho 2.9. Ideal para Dolby 3D ou 2D.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A companhia quer mostrar como promove a qualidade de suas telas, segurança na compra, garantia e preço baixo.

## MOBILIÁRIO STR

Apresentam as poltronas Dreamer e Hermus, que foram produzidas sob os mais rigorosos padrões de qualidade, oferecendo aos usuários conforto, bem como sua estrutura para uso comercial (somente no mercado). Também serão expostos assentos da linha Plus, que são projetados com amplos espaços e altura dos assentos, sem a necessidade de investir na modificação das pegadas de instalação nos cinemas.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A empresa promete priorizar o conforto de seus produtos e convida os visitantes a comprovarem sua qualidade.

## OSPREY BRASIL (I-TEAM BRASIL)

Seus equipamentos são a bateria de lítio, que carrega com apenas 40 minutos e trabalha por até 3 horas. Os principais produtos da empresa para a Expocine são o I-Mop (lavadora de piso) e o I-Move (aspirador de pó costal).

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

O visitante poderá conferir de perto a tecnologia em equipamentos de limpeza que a empresa fornece.

## PRESHOW

A Preshow é uma empresa especialista, não só na negociação de mídia para cinemas, mas também na produção de vídeo, incluindo conversões DCP, de comerciais e filmes. Oferece negociação de mídia em salas de cinema em todo Brasil, produção de vinhetas comerciais, vinhetas de segurança para os exibidores parceiros, vinhetas para sessão fechada, sessão escola, entre outros materiais que o exibidor precise.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Para entender como a Preshow trabalha com seus parceiros e como pode ajudar o exibidor na captação de recursos.

## PRIMEPASS

Primepass apresenta as mais recentes atualizações da sua plataforma de entretenimento digital. Dentro das novidades, estão a promoção de novos formatos de salas, vantagens dos clube de assinaturas, e experiência de usuário focada em acesso ao cinema via *mobile*.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

O canal de vendas do mercado de entretenimento quer apresentar as novidades e o incremento em sua plataforma para exibidores e distribuidores em todo o Brasil.

I-MOP DA OSPREY BRASIL





EXPERIÊNCIA VR DA QUANTA DGT

## QUANTA DGT

No estande da companhia há diversas soluções, como realidade virtual em games, filmes, ativações de filmes com distribuidores, experiências imersivas e novas maneiras de tornar o seu espaço cada vez mais rentável, seja com o usuário final ou no formato de publicidade.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Os formatos imersivos se tornam cada vez mais frequentes em ambientes corporativos e de entretenimento, o que garante não apenas aproximação do usuário com o conteúdo, como também, permite novas visões e reações sobre determinados temas, tornando o virtual mais próximo da realidade.

## RIOLE

Empresa lança a primeira solução 100% brasileira para acessibilidade de conteúdo.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Para conhecer o produto de acessibilidade desenvolvido e fabricado no Brasil que atende a Normativa da Ancine. A ferramenta oferece audiodescrição, legenda descritiva e LIBRAS – tudo para cinemas.

PROACCESS DA RIOLE

## SANTA CLARA POLTRONAS

A empresa contará com técnicos altamente qualificados para esclarecimentos sobre suas soluções de monitoramento, como automação, NOC e TMS. Este ano apresentará também a Santa Clara Pipocas, uma solução Santa Clara para bombonnières, além de sua linha de poltronas já conhecida pela qualidade.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A empresa preparou um estande com 88m<sup>2</sup> para receber os visitantes e realizar reuniões e networking.

## SEVERTSON SCREENS

Uma das principais fabricantes de telas do mundo, a Severtson Screens, apresenta as suas telas 3D prata dobrada, tela transparente ultra acústica SAT-4K, novas telas Giant QuickFold e Giant Electric, e o novo revestimento de tela de projeção SeVision 3D GX-WA.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

A Severtson quer demonstrar como seu novo método de entrega torna a distribuição internacional altamente acessível, reduzindo os custos de remessa em até 70%. A empresa também deixa à disposição dos visitantes sua nova opção de tela, a digiperf, bem como a opção popular de microperf.



# tonks *fit*

*A solução dos serviços da Tonks para grandes exibidores,  
agora para os pequenos exibidores.*



Website  
padrão



Venda de  
ingressos



Navegação  
simplificada



Hospedagem  
inclusa



## SOLUPLEX

A Soluplex opera no ramo de embalagens para consumo de alimentos e bebidas em toda América Latina, abastecendo o canal de entretenimento. Com fábricas no Brasil e na Argentina, atua no mercado de cinemas há mais de 14 anos e têm como carro-chefe a produção de baldes para pipoca e copos para bebidas frias, ambos em Polipapel, impressos com arte dos filmes em alta qualidade.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Este ano apresenta baldes para pipoca e copos para bebidas frias, impressos com arte dos filmes, além de brindes e produtos da Snapco.

## STRONG MDI

Oferece telas de projeção 3D e 2D premium para cinema. Com tecnologia de revestimento Premium HGA, oferece durabilidade superior, amplos ângulos de visão e 40% a mais de luz do que as telas padrão de prata. A Strong / MDI fornece mais de 1600 telas HGA premium para cinemas em mais de 48 países.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Empresa convida os visitantes a saberem mais sobre suas soluções para telas de cinema.

## TONKS

Quer reforçar o relacionamento com os clientes, além de apresentar os novos produtos e soluções que estão em desenvolvimento, entre aplicativos, webservices, sites e soluções integradas, antecipando as demandas do mercado.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Preços competitivos, *know-how* de mais de 12 anos no mercado cinematográfico e soluções ajustadas para as demandas de exibidores, distribuidores e fornecedores, tudo isso suportado por um time capacitado.

## WARM

A empresa é fabricante nacional de pipoqueiras para cinema, atendendo nos tamanhos de 6 oz, 8 oz, 18 oz, 32 STD e 32 LX oz. Apresenta pipoqueiras elétricas, bomba para óleo, carrinhos para cinema e estufas para pipoca.

### PORQUE VISITAR O ESTANDE

Para conhecer a linha de produtos para bombonière e estreitar relacionamentos comerciais.

Também estão na Expocine: Bardan, BNDES, Ceth Higienização, Cianorte, Cine Tech, GDC, Kelonik, Lumma, Osram, Projetelas Tokiwa, Unipolar e Wintex.



PIPOQUEIRAS DA WARM



## QUEM VAI AO CINEMA...

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

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

**TELE**  
**CINE**

VÁ AO CINEMA



# EXPOCINE

**01 - 04/OUT DE 2019**

EXPOCINE.COM.BR