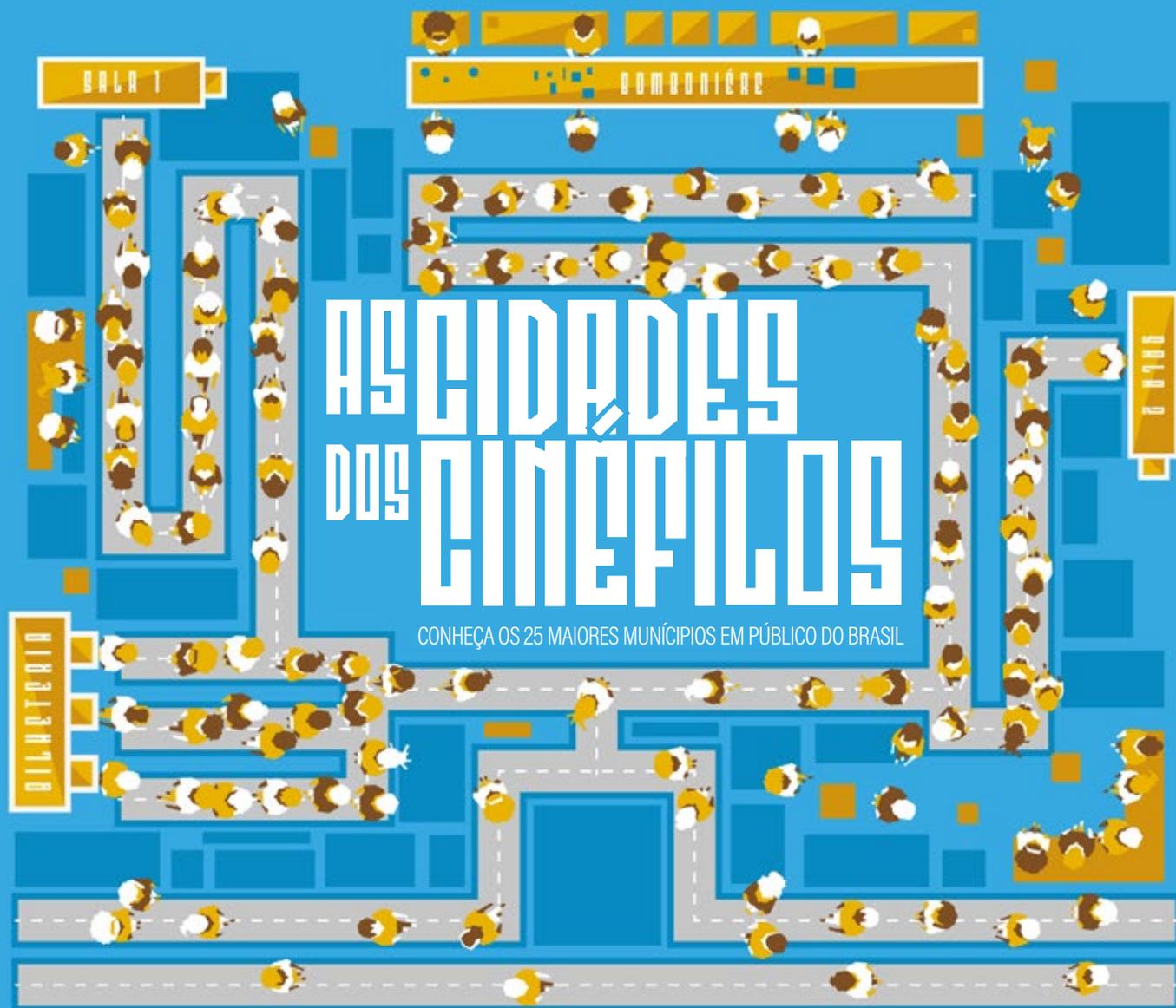


EXIBIDOR

ANO VIII - Nº 32 | JAN-MAR/2019



LASER X XÊNON

FABRICANTES DESMISTIFICAM TODAS AS DÚVIDAS

ENTRETENIMENTO

CINEMA SUL-COREANO É REFERÊNCIA EM INOVAÇÃO

MILLENNIALS

STREAMING E SMARTPHONES TOMAM A PREFERÊNCIA DESTA GERAÇÃO

A INCRÍVEL HISTÓRIA REAL
QUE DEFINIU NOSSO MUNDO

VENCEDOR DO OSCAR®
MEL GIBSON

VENCEDOR DO OSCAR®
SEAN PENN

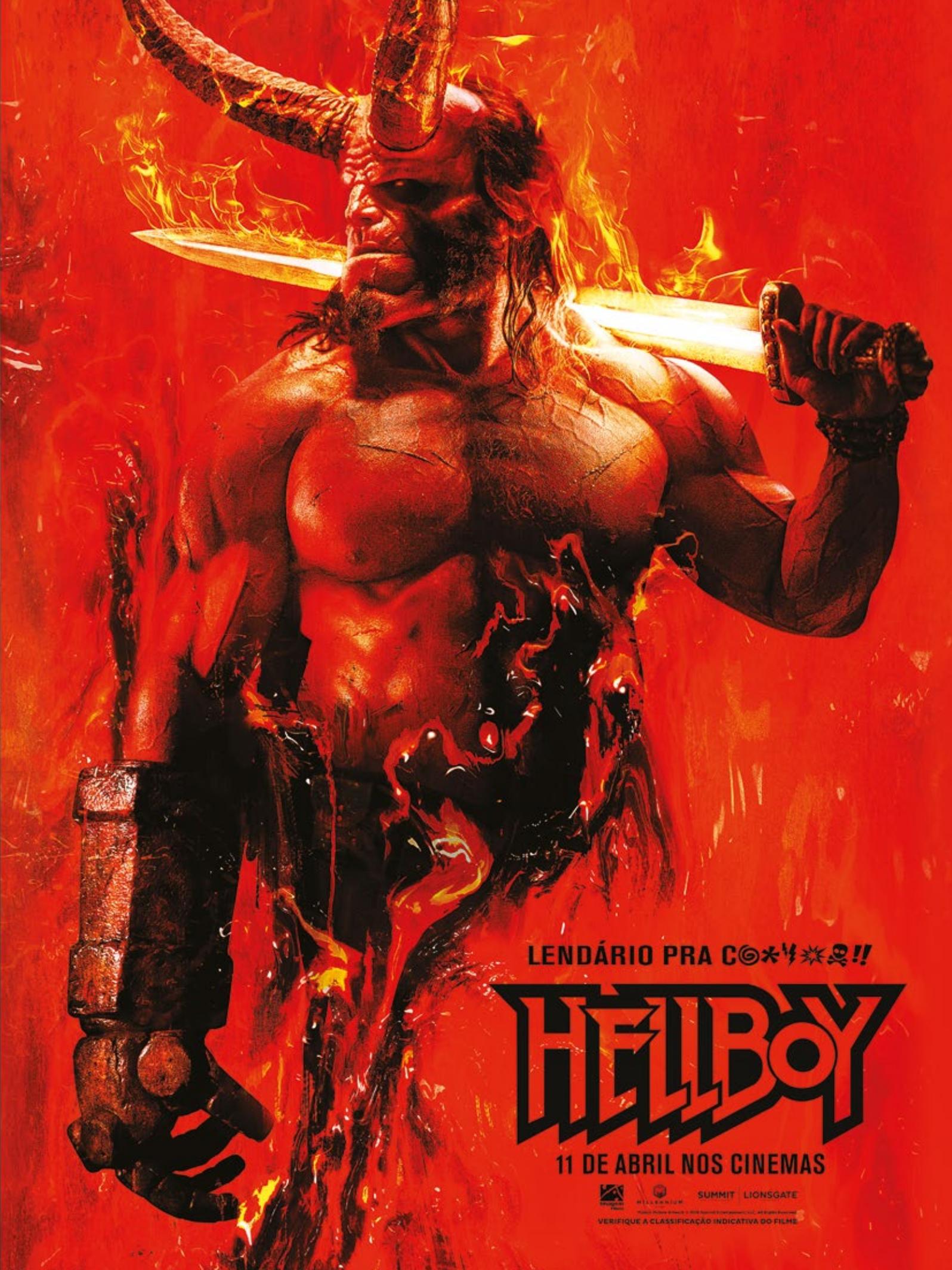
O GÊNIO E O LOUCO

21 DE MARÇO NOS CINEMAS



© 2014 DWL ENTERTAINMENT CO. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME





LENDÁRIO PRA C@*#*!!

HELLBOY

11 DE ABRIL NOS CINEMAS



WILLIS TOWERS WARRIOR

SUMMIT LIONSGATE

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME

NOVO ANO E NOVOS CAMINHOS

Mais um ano acabou. E não podemos deixar de comemorar o encerramento de mais um ciclo anual da **Revista Exibidor**, que chega a sua 32ª edição. São 8 anos de informações, notícias, conversa com mercado exibidor & distribuidor e formação de opinião.

Todos sabemos o quanto desafiador foi o ano de 2018, mas enxergamos um 2019 bastante promissor. São grandes lançamentos nacionais e internacionais chegando aos cinemas, uma nova administração governamental e muitas pesquisas que só provam que a tela grande é ainda a principal e melhor janela de conteúdo audiovisual.

E para começarmos o ano com otimismo, montamos uma edição que destaca os 25 melhores mercados do Brasil e por que eles são grandes. É lógico que a matéria de capa é apenas um meio de incentivar e inspirar você, leitor, a ler e entender as demais matérias que poderão aumentar sua arrecadação nos cinemas e diminuir os seus gastos.

É aí que a matéria sobre os cinemas da exibidora sul-coreana CGV e seus Cultureplex mostram que quanto mais diversificado for o cinema e seus conteúdos, mais o público será atraído. A importância em entender o público jovem atual – os famosos Millennials – também é algo de grande destaque e vale uma matéria somente disso.

Também tentamos desmistificar e tirar todas as dúvidas quanto as diferenças de projeção Laser e Xênon. Duas tecnologias tão diferentes em idade, custo e operação, mas com o mesmo propósito: a melhor qualidade de projeção para os cinemas.

Entrevistamos os executivos Silvia Cruz e Gabriel Gurman para discutir a separação oficial das operações Vitrine Filmes e Galeria Distribuidora. O que isso muda no relacionamento com os exibidores? E apresentamos a trajetória do cinema mais cativante do país: Ponto Cine.

Uma edição feita pensando em um 2019 melhor e totalmente diferente do que 2018 foi. A marca **Exibidor** também terá novidades em seu portal web e novas ações. No decorrer do primeiro semestre, você saberá delas.

Tenha uma ótima leitura e, principalmente, um 2019 lucrativo.

Um forte abraço,

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

EXPEDIENTE

EDIÇÃO E DIREÇÃO

Marcelo J. L. Lima

REDAÇÃO

Fernanda Mendes, Thaís Lemos, Roberto Sadovski

PROJETO GRÁFICO

E DIREÇÃO DE ARTE

Raphael Grizzilli

DIAGRAMAÇÃO

Eduardo Luiz Pinto, Marcela Vianna
e Raphael Grizzilli

REVISÃO

Fernanda Mendes e Thaís Lemos

COMERCIAL E ANÚNCIOS

www.exibidor.com.br/anuncie

Tel.: (11) 4040 4712

ASSINATURAS

www.exibidor.com.br/assine

Tel.: (11) 4040 4712

COLABORADORES

Carlos Klachquin, Daniel Bydlowski, Rafael de Luna
Freire, Thiago Grizzilli, Sérgio Robert Fernandes

IMPRESSÃO

Formato Editorial

Tiragem de 2000 exemplares

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO

07/01/2019

CORRESPONDÊNCIA

Rua Ênio Voss, 78

São Paulo (SP) | 02245-070

Tel.: (11) 4040 4705

www.exibidor.com.br

A Revista Exibidor é uma publicação
trimestral da:

tonks

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**.

**EM 2018,
QUEBRAMOS TODOS
OS RECORDES
DE VENDAS
EM NOSSAS PLATAFORMAS**

**FORAM MAIS DE
120 MILHÕES
DE VISITANTES**

**E MAIS DE 1 MILHÃO
DE INGRESSOS VENDIDOS
COM DESCONTOS EXCLUSIVOS**

**QUANDO OS NÚMEROS FALAM,
SABEMOS QUE 2019 SERÁ
AINDA MELHOR**


 **ingresso.com**

FÃS DE CINEMA

EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

A

A24
ACADEMIA DE MÚSICA DE
FILADÉLFIA
AGIS (ASSOCIAÇÃO ITALIANA
PARA ENTRETENIMENTO)
AMAZON
ANCINE
AVIRON

B

BARCO
BOULEVARD BELÉM
BRAVOLUZ

C

CAA (CREATIVE ARTISTS
AGENCY)
CAMPINAS SHOPPING
CANNES
CASA DE ARTES ANCHIETA
CENTAURO
CENTER SHOPPING
UBERLÂNDIA
CENTERPLEX
CGV
CHELSEA
CHRISTIE
CINE ARAÚJO
CINE TEATRO BRASIL
CINEART
CINEMARK

CINEFLIX
CINEPLUS
CINÉPOLIS
CINESYSTEM
CINIONIC
CJ GROUP
COPA DO MUNDO
CULTUREPLEX

D

DBM CINEMA
D-BOX
DC
DIAMOND FILMS
DIRECTORS GUILD OF AMERICA
DISNEY
DOLBY
DOWNTOWN FILMES

E

ESPAÇO ITAÚ
EXPOCINE

F

FOCUS FILMS
FOX FILMS

G

GALERIA DISTRIBUIDORA
GLOBO
GNC

I

IGUATEMI PORTO ALEGRE
IHS
IMAGEM FILMES
IMAX
INTERNACIONAL SHOPPING

J

JUNDIAÍ SHOPPING

K

KINOPLEX

L

LUMMA

M

MAIS SHOPPING
MANAUARA SHOPPING
MARVEL
MAX - MINAS GERAIS
AUDIOVISUAL EXPO
MINISTÉRIO DA CULTURA

N

NEC
NETFLIX
NEW YORK CITY CENTER
NOW

O

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO
CINEMA E DO AUDIOVISUAL

P

PARIS FILMES
PARQUE SHOPPING BARUERI
PARQUE SHOPPING MAIA
PETROBRÁS
PHILIPS
PLAYARTE
PRAIA DE BELAS SHOPPING
CENTER
PONTO CINE

S

SALVADOR SHOPPING
SBT
SCREEN MEDIA
SHIFT7
SHOPPING ARICANDUVA
SHOPPING BAURU
SHOPPING GUARARAPES
SHOPPING JARDIM DAS
AMÉRICAS
SHOPPING JK IGUATEMI
SHOPPING METRÔ ITAQUERA
SHOPPING MORUMBI TOWN
SHOPPING PARQUE DAS
BANDEIRAS
SHOPPING PIER 21
SHOPPING RIOMAR
SHOPPING TIJUCA
SMART FIT

SPYRAL ISLAND
STX

T

TAGUATINGUETA
SHOPPING
THE GROVE

U

UCI
UNIVERSAL
UNIVERSIDADE FEDERAL
FLUMINENSE
UNIVERSITY OF
CALIFORNIA
UNIVERSITY OF SOUTHERN
CALIFORNIA
USHIO

V

VITRINE FILMES

W

WARNER BROS.

Y

YOUTUBE

EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

CINIONIC

www.cinionic.com

DOLBY

www.dolby.com

EXPOCINE

www.expocine.com.br

HOTSOUND

www.hotsound.com.br

IMAGEM FILMES

www.imagemfilmes.com.br

INGRESSO.COM

www.ingresso.com

O2 PLAY

www.o2play.com.br

PARAMOUNT PICTURES

www.paramountpictures.com.br

PRIMEPASS

primepass.club

RG PRODUÇÕES

www.rgprod.com.br

TONKS

www.tonks.com.br

SANTA CLARA

www.santaclarapoltronas.com.br

SONY PICTURES

www.sonypictures.com.br

USHIO

www.ushio.com

VELOX

www.veloxtickets.com

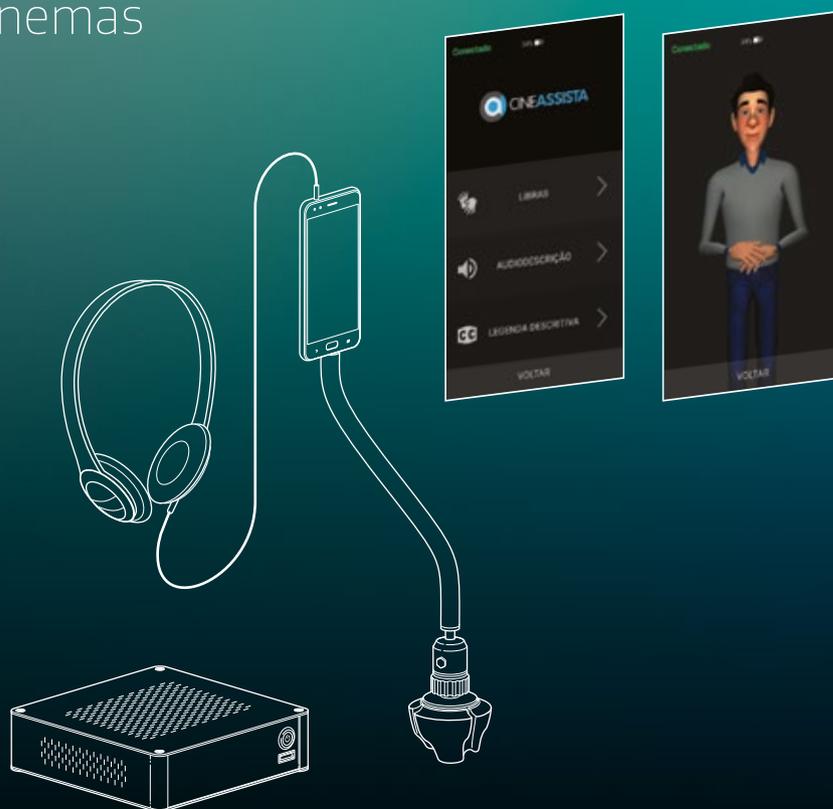


CineAssista

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

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

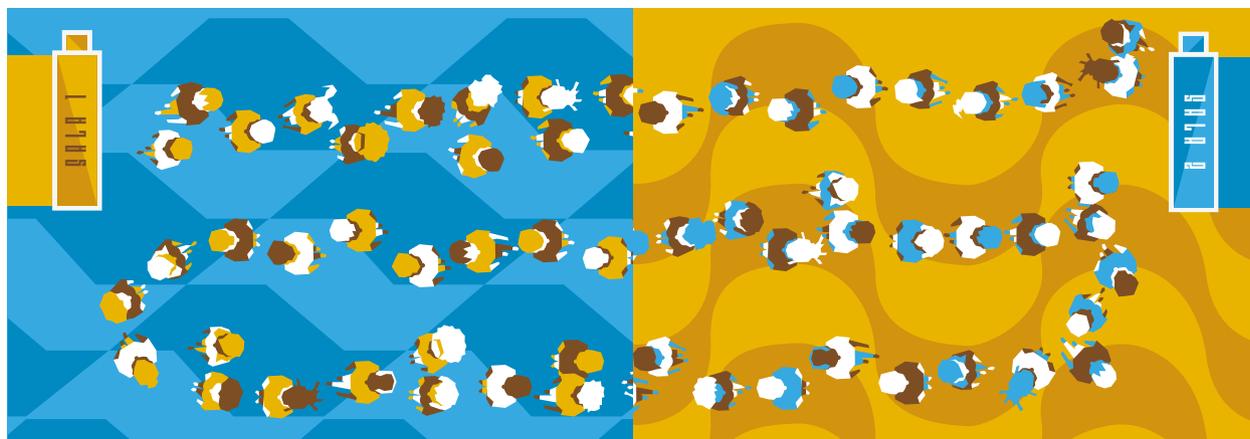
CineAssista é a solução completa para acessibilidade nos cinemas que cumpre com os requerimentos da nova legislação.



DOLBY.COM/CINEASSISTA

Por favor contate seu fornecedor para mais informações.

SUMÁRIO



CAPA . 32

AS CIDADES DOS CINÉFILOS

A Revista Exibidor mostra quais são as 25 maiores cidades em público para o cinema no Brasil e porquê esses municípios se destacam

NOTÍCIAS . 08

Giro pelo mercado

CLAQUETE.COM . 12

Novidades do cinema

ENTREVISTA . 16

Sócios da Galeria Distribuidora falam de nova fase

LASER X XÊNON . 20

Entenda as diferenças na projeção

ARTIGO SOM . 26

Walt Disney e o surround

MILLENNIALS . 28

Lugar de filme ainda é no cinema?

ARTIGO MERCADO . 42

2019 chega com o retorno de grandes franquias

ENTRETENIMENTO . 44

Cinemas da CGV são centros de cultura

AGENDA . 50

Próximos lançamentos

ARTIGO TECNOLOGIA . 52

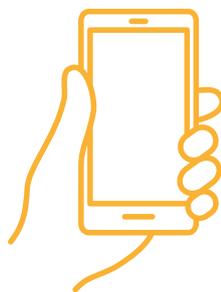
A história dos projetores no Brasil

TRAJETÓRIA . 54

Ponto Cine prioriza conteúdo nacional

PORTAL

EXIBIDOR



4DX NO MUNDO

A CJ 4DPlex anunciou que a empresa alcançou a marca de 600 cinemas com 4DX no mundo inteiro. A abertura do seiscentésimo complexo com a tecnologia aconteceu no Kinepolis Diversia, em Madrid, na Espanha. Com isso, a 4DX possui mais de 70 mil assentos instalados em cinemas de 61 países.
tonk.es/4DXnomundo

CCXP

O Portal Exibidor acompanhou todas as novidades da última edição da Comic Con Experience que aconteceu em dezembro de 2018 em São Paulo (SP). Durante o maior evento para cultura pop e geek do mundo, os estúdios de cinema apresentaram seus destaques para o público eufórico.
tonk.es/CCXP2018

DIAMOND REÚNE EXIBIDORES

A distribuidora comemorou o final do ano (2018) junto aos exibidores em São Paulo (SP). A empresa apresentou o grande vencedor do Globo de Ouro, o filme **Green Book - O Guia** (Green Book). "O evento foi uma oportunidade para nos reunirmos e ao final do dia todos saímos com a sensação de termos um grande sucesso em mãos" disse Luís Calil, diretor geral da Diamond. tonk.es/DiamondEventoExibidores



@RevistaExibidor



/RevistaExibidor



/company/Revista-Exibidor

WWW.EXIBIDOR.COM.BR

TODAS AS
INFORMAÇÕES
DO MERCADO
DE CINEMA POR
MENOS DE
1 REAL POR DIA!

EXIBIDOR

ACESSE AGORA E FAÇA
A SUA ASSINATURA

EXIBIDOR.COM.BR

CINESYSTEM TEM NOVO CEO



©DIVULGAÇÃO

Marcos Barros, fundador da empresa que atuou como CEO desde a inauguração, assumiu a presidência do Conselho de Administração da companhia e, quem toma posse de seu antigo cargo é Marcos Tartuci, executivo com vasta experiência no ramo do varejo e que atuou também na rede de academia Smart Fit a nível nacional e latino.

Para Barros, as mudanças trarão resultados significativos nos próximos dois anos. “Com a chegada do Tartuci, que traz na bagagem muita experiência – e ‘sangue novo’ para energizar nossos diretores e time de colaboradores – poderemos explorar ao máximo o potencial de nossas salas e do nosso modelo de negócio”, explica.

Tartuci contou como é chegar a uma nova indústria em sua carreira. “É animador e desafiador. Sempre digo que existe uma diferença em cuidar do negócio e cuidar da empresa. Eu pretendo colocar o foco na empresa e contribuir com minha experiência para sua profissionalização e crescimento”.

APÓS 20 ANOS, “O HOMEM QUE MATOU DOM QUIXOTE” GANHA DISTRIBUIÇÃO NO MERCADO NORTE-AMERICANO

Desde que tentou tirar o filme *O Homem Que Matou Dom Quixote* (*The Man Who Killed Don Quixote*) do papel pela primeira vez, mais de duas décadas atrás, Terry Gilliam viu a produção evaporar por perda de financiamento, desastres naturais e mudança constante de elenco e também no roteiro. Ainda assim, o filme finalmente ficou pronto, e será distribuído no mercado norte-americano pela Screen Media, que planeja um lançamento em março.

Gilliam tentou reiniciar o projeto com diferentes investidores e um elenco que já contou, em inúmeras encarnações da trama, com Robert Duvall, Michael Palin, John Hurt, Ewan McGregor e Jack O’Connell. Por fim, o diretor finalmente tirou o filme da gaveta com Jonathan Pryce e Adam Driver como protagonistas, finalizando a aventura para Cannes.

No Brasil, *O Homem Que Matou Dom Quixote* foi exibido na última edição da Mostra Internacional de Cinema de São Paulo.



©DIVULGAÇÃO

MULHERES LIDERAM FILMES DE MAIOR BILHETERIA, DIZ ESTUDO

©DIVULGAÇÃO

Um estudo encomendado por um grupo que surgiu na cola do movimento Time's Up, que observa a participação feminina em Hollywood, concluiu que, nas bilheteiras mundiais entre 2014 e 2017, filmes protagonizados por mulheres faturaram mais que os estrelados por homens, de produções independentes a candidatos a blockbuster.

Os resultados foram divulgados pela agência CAA, que representa alguns dos players mais poderosos de Hollywood, e pela empresa de tecnologia



Shift7. O estudo abraçou 350 campeões de bilheteria separados em cinco categorias de acordo com seu orçamento: desde filmes com custo abaixo de US\$ 10 milhões até aqueles que o budget ultrapassa US\$ 100 milhões.

Genna Davis, que encabeça o Instituto Geena Davis em Gênero na Mídia, ressalta que o estudo só confirma o que ela já sabia. “Eu comecei a registrar dados em 2004, percebendo o quanto havia de preconceito e suposições em nosso meio”, conclui. “O fato é que ver mulheres e garotas em cena não só é bom para todo mundo – especialmente para nossas crianças –, mas também garante bom entretenimento e é bom para os negócios.”

EMPRESÁRIO DO TIME CHELSEA LANÇA FUNDO PARA FINANCIAR FILMES

Proprietário do time de futebol inglês Chelsea, e apaixonado por cinema, o magnata russo Roman Abramovich lançou o maior fundo privado para financiamento de longa metragens da Rússia. A iniciativa bate de frente com o orçamento estatal para filmes do governo local.

O empresário coloca na mesa US\$ 15 milhões, menos da metade dos US\$ 90 milhões administrados pelo estado, mas ainda assim uma alternativa a produtores que, até então, dependiam unicamente de dinheiro do governo para financiar seus projetos. O novo fundo gerido por

Abramovich promete abraçar todo tipo de projeto, exceto continuções de franquias já existentes. A ideia é cobrir de 20 a 50% do orçamento de 10 a 15 produções por ano.

O setor audiovisual russo passou a atrair mais investidores privados com o sucesso de filmes de baixo orçamento bancados pelo fundo estatal. O interesse de Abramovich, porém, vai além de uma visão empresarial: ao lado de outro bilionário russo, Alexander Mamut, ele é coproprietário de um cinema em Moscou, o Pioner.

IMAX ENCERRA SUA EXPERIÊNCIA COM REALIDADE VIRTUAL



Depois de ver o interesse em seus centros de VR evaporar em pouco menos de dois anos, a empresa fechou os últimos centros ainda em operação, em cinemas em Toronto, Bangkok e Los Angeles.

O lançamento dos Centros VR Imax foi recebido com festa no começo de 2017, quando a empresa criou seu primeiro espaço próximo ao shopping The Grove em Los Angeles. Na busca em modernizar e reciclar seu público, os Centros VR foram um investimento de US\$ 50 milhões para descobrir se um arcade instalado em áreas nobres dos cinemas podia atrair um público disposto a colocar o capacete de realidade virtual e descobrir uma nova forma de entretenimento no mesmo espaço dos cinemas.

ITÁLIA ASSINA LEI GARANTINDO JANELA MÍNIMA PARA PRODUÇÕES LOCAIS

O Ministro da Cultura da Itália, Alberto Bonisoli, anunciou uma lei para regularizar janelas de exibição no cinema para produções locais. Antes do anúncio, o país seguia com um acordo informal em que, como na Alemanha, filmes tinham janela de 105 dias no cinema antes de sua liberação para serviços de streaming. Agora, esse tempo é lei.

“Espaços culturais e eventos de entretenimento tem um impacto importante na economia local”, disse Bonisoli. Como a nova lei abraça até o momento somente as produções italianas, ainda não se sabe como a Netflix será afetada – especialmente por ter diversos filmes atualmente em produção no país. Na França, as janelas de exibição já estão previstas em lei, com uma legislação rígida que exige um mínimo de quatro meses de janela para produções VOD, e 36 meses para streaming. “Evitar concorrência injusta e relançar o cinema como elemento promotor de cultura é um pedido antigo”, diz Carlo Fontana, presidente da AGIS, a associação italiana para entretenimento. “Finalmente chegou uma solução que abraçamos com muito carinho.”

CINÉPOLIS INVESTE EM LOJAS DE SORVETE NOS SEUS COMPLEXOS

Cinépolis anunciou a expansão do Spyril Island, empresa que pertence à Cinépolis México e se dedica à venda de sorvetes de casquinha e copo. Três novas unidades foram inauguradas no fim do ano de 2018: no Cinépolis Parque Barueri, Cinépolis Parque Maia e Cinépolis Mais Shopping. Todos no Estado de São Paulo.

“Com o sucesso das nossas sete lojas em operação, decidimos expandir as operações e solidificar ainda mais essa marca no Brasil. O brasileiro também é apaixonado por sorvete e estamos muito felizes em levar essa experiência incrível para clientes de diferentes lugares. Temos certeza que eles terão experiências ainda mais marcantes,” afirmou Luiz Gonzaga Assis de Luca, presidente da Cinépolis Brasil.

As outras unidades da loja ficam nos complexos da Cinépolis no Shopping Metrô Itaquera, Shopping Bauru, Boulevard Belém, Campinas Shopping, Shopping Guararapes, Center Shopping Uberlândia e Jundiaí Shopping.



DO ADORADO AUTOR DO BEST-SELLER
QUATRO VIDAS DE UM CACHORRO

Existem laços que nem a distância
pode quebrar.

A CAMINHO DE CASA

(A DOG'S WAY HOME)

28 de Fevereiro Nos Cinemas

#ACaminhoDeCasa  /SonyPicturesBrasil

BONA FILM GROUP

Verifique a classificação indicativa.



K A R D E C

16 DE MAIO NOS CINEMAS

Verifique a classificação indicativa.



CHRIS HEMSWORTH TESSA THOMPSON LIAM NEESON

MIB

HOMENS DE PRETO INTERNACIONAL

O UNIVERSO ESTÁ EM EXPANSÃO
13 DE JUNHO NOS CINEMAS



#MIBInternacional  /MIBHomensdePreto

Verifique a classificação indicativa.



OSCAR DE MELHOR FILME DOS ANOS 20 É VENDIDO POR QUASE US\$ 500 MIL

O Oscar de Melhor Filme premiado ao drama antissemita **A Luz É Para Todos** (*Gentleman's Agreement*, 1947), que Elia Kazan dirigiu com Gregory Peck, alcançou US\$ 492 mil em um leilão promovido pela casa Profiles em Hollywood. Por razões ainda misteriosas, o valor foi mais que o dobro esperado durante o

evento. Outra estatueta, também de melhor filme conferida a **O Grande Motim** (*Mutiny on the Bounty*, 1963), foi arrematada por US\$ 240 mil

Leilões de estatuetas do Oscar são raridade em Hollywood – e no resto do mundo. O motivo é uma regra simples, instaurada pela Academia de Artes Cinematográficas a partir

de 1951: para a entidade, um Oscar precisa ser merecido, e não comprado, e por isso todos os ganhadores, além de seus herdeiros, concordam que, antes de colocar o prêmio no mercado, ele primeiro tem de ser ofertado para a própria Academia pelo valor simbólico de US\$ 1.

PARIS FILMES FARÁ FILME SOBRE NEY MATOGROSSO



©DIVULGAÇÃO

A Paris Filmes anuncia uma nova cinebiografia pela frente. Desta vez, o filme será sobre o cantor icônico Ney Matogrosso. O contrato com o executivo Marcio Fracaroli, CEO da distribuidora e produtora, foi assinado em dezembro.

A trama mostrará desde a infância do cantor no Mato Grosso, permeada pelas suas relações com a mãe – sua primeira referência musical – e com o pai militar, até os dias de hoje, passando pela época em que foi morar no

Rio de Janeiro vendendo artesanato, ao sucesso do grupo Secos e Molhados e à consagração como artista. Além de traços de sua personalidade que o colocou à frente de episódios emblemáticos e de cenários históricos como o desbunde dos anos 70, o Tropicalismo, a luta contra a censura e pelas Diretas-Já.

Ainda sem título, a cinebiografia será produzida por Renata Rezende (Paris Entretenimento).

TRAILER DE “VINGADORES: ULTIMATO” QUEBRA RECORDE EM VIEWS

Sem surpreender absolutamente ninguém, o primeiro trailer de **Vingadores: Ultimato** (*Avengers: Endgame*), lançado pela Marvel, quebrou recordes na internet. O teaser atraiu impressionantes 289 milhões de views em suas primeiras 24 horas online, deixando para trás os números do trailer de **Vingadores: Guerra Infinita** (*Avengers: Infinity War*), que trouxe 230 milhões de views em seu primeiro dia no ano passado. A terceira posição é da releitura de **O Rei Leão** (*The Lion King*), que também estreia ano que vem, mordendo 224,6 milhões de views em seu primeiro dia de lançamento.

Como a tradição sugere mais um segundo trailer antes da estreia, é fácil cravar que o público vai entrar em **Vingadores: Ultimato** (*Avengers: Endgame*) sem spoilers, sem fazer ideia de suas surpresas. Sua estreia no Brasil está agendada para 25 de abril de 2019.

SEQUÊNCIA DE “O ILUMINADO” ESTREIA EM JANEIRO DE 2020

Doctor Sleep (ainda sem nome em português), filme que dará sequência ao clássico de Stanley Kubrick, **O Iluminado** (*The Shining*, 1980), teve suas gravações finalizadas, segundo o diretor Mike Flanagan.

“Foi uma honra passar os últimos cinco meses com este elenco e equipe fantásticos e ter sido honrado com a adaptação desta história de Stephen King. Um dos destaques de minha carreira, sem dúvida”, declarou Flanagan em seu Facebook.

A história mostrará Danny Torrance na fase adulta, que tem que lidar com os traumas que aconteceram no Overlook Hotel. O filme é baseado no livro homônimo de Stephen King, e foi publicado no Brasil em 2014. O elenco conta com Ewan McGregor, Rebecca Ferguson, Carl Lumbly e Alex Essoe.

UNIVERSAL PREPARA MUSICAL INSPIRADO NA OBRA DE PRINCE



Bohemian Rhapsody fez com que os estúdios olhassem mais uma vez para a música contemporânea em busca de inspiração. A Universal adquiriu os direitos de alguns clássicos imortalizados pelo astro pop Prince, morto em 2016, para desenvolver um filme original inspirado em suas canções. Mike Knobloch, presidente global de música para filmes da Universal Pictures vai desenvolver o projeto ao lado da VP de produção Sara Scott e do executivo de criação Mika Pryce.

Ainda sem título, o filme não será uma biografia de Prince – até porque o próprio astro supervisionou uma bio dramatizada em 1984 com **Purple Rain** (1984). Prince, por sinal, foi sinônimo de sucesso. Multi-instrumentista virtuoso, ele vendeu mais de 100 milhões de discos, ganhando oito prêmios Grammy, seis American Music Awards, um Globo de Ouro e um Oscar, justamente por **Purple Rain**.

EMMA STONE VIVERÁ CRUELLA DE VIL EM LIVE-ACTION



A vilã dos **101 Dálmatas** (*101 Dalmatians*, 1996) ganhará seu próprio filme em formato live-action e levará Emma Stone no papel principal, segundo informações do portal Deadline.

O diretor Craig Gillespie está em negociações com a Disney para comandar o longa. A ideia inicial era ter Alex Timbers na direção, mas por conta de agendamen-

tos e por querer antecipar a produção do filme, a Disney entrou em contato com Gillespie.

O estúdio já quer iniciar os processos de produção, com o objetivo de começar as gravações em 2019. A história deve focar nas origens de Cruella durante a década de 1980. O filme ainda não tem data de estreia prevista.

DIRETOR ESTÁ OTIMISTA COM SEQUÊNCIA DE “ENCANTADA”

O diretor Adam Shankman falou sobre o desenvolvimento de **Disenchanted** (ainda sem nome em português), ao portal norte-americano CinemaBlend. Sobre o status do projeto, Shankman afirmou que ainda está trabalhando nisso.

“Eu posso dizer que Amy Adams leu os roteiros mais recentes. Estamos muito felizes com o nosso último roteiro e agora estamos lutando para conseguir coisas

como orçamento, novas composições, coisas assim”, comentou o diretor.

A sequência deve se passar 10 anos após o final de **Encantada** (*Enchanted*, 2007), quando Giselle, princesa que saiu dos desenhos e caiu no mundo real, começa a questionar o seu “felizes para sempre” e acaba desencadeando eventos que mudam a vida de todos. **Encantada** arrecadou US\$ 340 milhões em todo o mundo.

FELIZ 2019

ASSIM COMEÇA UM
ANO HISTÓRICO
PARA O CINEMA,
CHEIO DE GRANDES
FILMES...

E COM A VELOX,
VOCÊ PODE IR
AINDA MAIS LONGE.
ESTÁ PRONTO?

- Assistir todas as estreias;
- Não perder tempo com filas;
- Levar o crush ao cinema;
- Participar (e ganhar) o bolão do Oscar;
- Não dar ou ler spoilers;
- Comer muita pipoca;
- Ocupar a melhor poltrona.

E para comprar **ingressos online** com a **menor taxa** de forma **prática e segura!**

VELOX
TICKETS

INGRESSO DE CINEMA É AQUI

WWW.VELOXTICKETS.COM



NOVAS METAS DA GALERIA DISTRIBUIDORA

POR THÁIS LEMOS . FOTOS DIVULGAÇÃO

*AO ALCANÇAR SEUS PLANOS ANTES DO PLANEJADO,
EMPRESA TRAÇA NOVOS PROJETOS, VISANDO PARCERIA COM
PRODUTORES E EXIBIDORES*

No começo deste ano, a Galeria Distribuidora surgiu como um braço da Vitrine Filmes para a distribuição de filmes comerciais (tonks.es/InicioDaGaleria). Gabriel Gurman foi chamado para ser o diretor geral do selo e, na época, afirmou que tinha certeza que em um curto período de tempo já poderiam apresentar os resultados desse novo momento da distribuidora. O que ninguém esperava, é que antes mesmo do ano acabar, a Galeria anunciaria a desvinculação com a Vitrine (tonks.es/DesvinculacaoGaleria) para se tornar uma empresa própria.

Em entrevista a **Revista Exibidor**, Silvia Cruz, fundadora da Vitrine, e Gabriel Gurman contaram como surgiu a ideia de criar a Galeria Distribuidora, o momento em que se tornou uma empresa própria e os planos futuros para alcançarem sua meta inicial, de estarem entre as maiores distribuidoras independentes do Brasil nos próximos três anos.

Além de Gurman e Silvia Cruz, a empresa é composta por mais dois sócios: Tomas Darcyl e Ricardo Costianovsky (ambos da Diamond Films).



DA ESQ. PARA DIR. DE CIMA PARA BAIXO: TOMAS DARCYL,
GABRIEL GURMAN, SILVIA CRUZ E RICARDO COSTIANOVSKY



Exibidor - O que vocês tinham em mente quando criaram a Galeria Distribuidora?

Silvia: Inicialmente era uma vontade minha e acho que da Vitrine de atuar em um outro mercado que a gente ainda não atuava, com filmes comerciais com o objetivo de alcançar o público. A ideia de ter um novo nome que nada tem a ver com a Vitrine é porque já estava muito associado a filmes mais alternativos, independentes, tanto para o consumidor final, quanto para o mercado.

Agora vocês estão se separando para alcançar voos mais altos. Esperavam que isso fosse acontecer tão rápido?

Silvia: Eu sempre soube que não queria ser a pessoa, ou não sozinha, a tocar de frente tudo isso. Então eu estava em busca de alguém que abraçasse essa marca e tivesse nessa empreitada. Foi quando o Gabriel veio para cá em janeiro de 2018 assumir a direção geral da Galeria, que ainda continuava, digamos que, no guarda-chuva da Vitrine.

Gabriel: Quando desenhamos um novo modelo de negócio, entendemos que era um modelo ousado de selo que estava nascendo e que ia demorar um tempo relativamente grande para a gente conseguir atingir nossos objetivos. A gente sabia que existia um espaço no mercado para uma empresa nova como essa, para atuar em exibição de filmes mais comerciais, mas realmente por conta de questão de investimento a gente imaginava que fosse demorar mais um pouco.

Nessa nova fase, quais as perspectivas da Galeria para 2019?

Gabriel: A gente espera para 2019 ter um line-up consistente. Estamos prometendo por volta de 15 títulos nesse primeiro ano, talvez por conta do processo de produção a gente acabe não lançando todos em 2019, mas a partir 2020 a gente quer cumprir esse objetivo, sendo a maior parte deles nacionais.

Como que é o processo para adquirir um conteúdo, principalmente internacional?

Gabriel: Sobre a aquisição de conteúdos internacionais, a gente sabe que o mercado de filme independente está cada vez mais complicado. Primeiro temos que entender qual o potencial de cada um dos títulos que estamos buscando e também entender a campanha do lançamento internacional, que acaba refletindo no lançamento aqui no Brasil. O que a gente vem buscando nos mercados são os conteúdos que estão funcionando melhor, que são os filmes infantis e também de terror, mas desde que a gente entenda que tenha alguma coisa de diferente nele, ou seja, que eu possa fazer uma campanha mais ousada ou fora dos padrões.

Há alguma parceria com algum estúdio?

Gabriel: Sim, com a Focus, STX, Aviron e A24.

Vocês têm uma relação bem estreita com os produtores nacionais. Como pretendem fomentar a produção dos filmes domésticos em um espaço cada vez mais estreitos de lançamentos em nosso mercado?

Gabriel: Eu acho que o espaço é estreito, mas logicamente tem uma competitividade. Percebemos que a relação do público com o filme nacional é de um certo cansaço das fórmulas que se repetiram e que faziam muito sucesso há poucos anos atrás, mas vimos que em um momento de



SÓCIOS APRESENTAM A
NOVA FASE DA GALERIA
DISTRIBUIDORA

crise como esse acaba não se repetindo tão bem, ao mesmo tempo que filmes que fogem um pouco dessa fórmula continuaram respondendo muito bem de bilheteria.

Silvia: Nos baseamos muito em uma relação transparente e criativa com os produtores. Desde o set do filme a gente pensa na data de lançamento. Para tentar lançar 15 filmes nacionais, esperamos que a gente tenha escolha no mercado, que não tenhamos tanta competição entre nossos filmes que a gente consiga trabalhar da melhor maneira possível com os exibidores e com o público.

Gabriel: Isso vem sendo muito bem recebido pelos produtores, a gente cria esses conteúdos “juntos”. Que essa interferência nossa seja sempre positiva para eles. Cada vez mais é fundamental que todos nós estejamos juntos, não só produtores, mas exibidores também, para que cada filme seja construído da melhor forma possível.

Quais os projetos para 2019 que vocês podem destacar?

Gabriel: No começo do ano a gente lança **Cinderela Pop**, filme protagonizado pela Maísa Silva. Acreditamos

muito no potencial desse filme pelos resultados que os filmes infanto-juvenis com protagonistas femininas vêm tendo nos últimos lançamentos. No meio do ano a gente lança um thriller chamado **Dentes**, com uma campanha bem segmentada para esse target. Também começamos a rodar no primeiro semestre **Papai É Pop**, **A Menina Que Matou Os Pais** e **Vovó Índia**, para lançar no segundo semestre.

Qual a importância da janela cinema para a Galeria Distribuidora?

Gabriel: Nossos filmes continuam nascendo para a janela cinema, acreditamos muito no cinema como uma experiência. Ainda existe interesse no cinema e temos certeza disso. Acho que cabe a nós também disputar interesse do público com nossos filmes. Cada vez mais a gente tem apostado em campanha para a plataforma seguinte, a gente tem reservado parte da verba para isso, mas o sucesso do filme no cinema ainda vem sendo espelho para o resultado desse filme nessas plataformas. O cinema é um meio vital para a gente.

Como vocês estão financiando os seus filmes?

Gabriel: A gente sabe que o financiamento público é fundamental para todo o mercado e também para nossos filmes, mas nesse cenário incerto que existe agora, a Galeria se preocupa muito em buscar alternativas. O investimento dos nossos sócios está sendo fundamental para a gente conseguir estar um passo a frente e desenvolver os filmes sem a necessidade do financiamento público. Ao mesmo tempo, temos buscado alternativas dentro do que o mercado oferece. Mas é fundamental que continue existindo o financiamento público para que o nosso mercado consiga sobreviver.

Alguma mensagem direta ao exibidor?

Gabriel: A Galeria nasce para ser uma parceira, no sentido mais literal dessa palavra, para os produtores e para os exibidores. Estamos extremamente à disposição para criar campanha juntos, para entender cada um dos lançamentos junto com os exibidores. Estamos à disposição para o que seja necessário. **E**

MONTE SEU WEBSITE + APP

A PARTIR DE
48 PARCELAS

NO CARTÃO

 **BNDES**



FALE COM A GENTE

11 **4040-4719**

COMERCIAL@TONKS.COM.BR

TONKS.COM.BR

 **tonks**



LASER XENON

POR FERNANDA MENDES . FOTOS DIVULGAÇÃO

*FABRICANTES DE PROJETORES E LÂMPADAS
DESMISTIFICAM TODAS AS DÚVIDAS QUE
OS EXIBIDORES POSSUEM SOBRE AS
PROJEÇÕES DE LASER E XÊNON*

A projeção de filmes na tela branca (ou prateada) do cinema já passou por muitas mudanças. Tudo começou com dois pedaços de carvão que, ao se chocarem, geravam a luz necessária para projetar as imagens das películas. Depois, o parque exibidor passou para as lâmpadas xênon, mas ainda assim sem deixar as famosas películas 35mm. Recentemente o cinema passou a ter 100% de seus projetores digitais (com entradas DCP para os filmes). Porém, de uns anos para cá, a mais recente mudança são os projetores com luz laser.

Muitos se perguntam quais seriam as vantagens de mudar para o laser e quais as vantagens de permanecer na projeção com lâmpadas xênon. Afinal, os exibidores ainda estão com financiamento de seus projetores digitais e se recuperando economicamente.

COMO FUNCIONA O LASER

Uma das poucas exibidoras brasileiras a ter projeção a laser, a Cinesystem, inaugurou em 2017 no Shopping Morumbi Town na cidade de São Paulo (SP) um complexo inteiro (nove salas) com este tipo de projeção. “A abertura desse cinema marcou o fim de um projeto trabalhoso e deu início a um novo cenário, tanto para a Cinesystem quanto para todo o parque exibidor nacional”, conta Sâmara Kurihara, gerente de marketing da rede.

Segundo a executiva, o complexo equipado com projetores da fabricante Barco teve suas despesas operacionais reduzidas, pois essa tecnologia elimina todos os custos de manutenção relacionados com a lâmpada (refrigeração e manuseio humano), consumindo até 40% menos energia do que os projetores que utilizam lâmpadas xênon.

Os benefícios, afirma Sâmara, não são só para os operadores de cinema, mas também para os espectadores que entram em contato com imagens nítidas e com contrastes mais claros. “Quando a melhora pode ser sentida assim pelo consumidor a gente sabe que ela veio pra ficar”.

No entanto, o laser não é algo simples de se entender. Primeiro é importante saber a diferença entre laser RGB e laser Fósforo. O primeiro é uma fonte de luz feita através dos diodos, cada diodo fornece somente uma cor pura de luz. Assim, com o RGB (*red, green e blue* – vermelho, verde e azul, em tradução literal), se usa os três diodos dessas cores que, com a mistura delas, se chega à luz laser branca.

Já o laser fósforo, é uma fonte de luz que consiste em um diodo de laser azul e um dispositivo chamado roda de fósforo. A luz é gerada quando o laser azul é disparado na roda e, muitas vezes, esse processo requer uma filtragem extensiva e correção para obter uma cor aceitável. “Essa diferença de eficiência entre as duas tecnologias, impacta crucialmente a cor, brilho e vida operacional do sistema – por isso torna-se muito importante entender o que você está adquirindo”, explica Ricardo Laporta, gerente de vendas da divisão da Christie no Brasil.

Uma outra vertente, apenas fabricada pela NEC, é o Híbrido RBB (*red, blue, blue* – vermelho, azul, azul, em tradução livre), em que a iluminação é feita por laser puro nessas cores, sendo o verde produzido através do disco de fósforo.



MERCADO DE LÂMPADAS MAIS MODERNO

Já na outra mão, a lâmpada de xênon faz parte de um mercado maduro, com mais de 60 anos. A projeção das imagens se dá a partir de um bulbo de quartzo cheio de gás xênon que após uma descarga elétrica ioniza o gás e o transforma em luz visível. O xênon é um gás nobre e, por isso, o espectro de luz formado por essa fonte é mais próxima da luz natural de um dia ensolarado.

Com mais de 35 anos de atuação no mercado, a Bravoluz comercializa as lâmpadas das fabricantes Ushio/Christie e Philips no Brasil. Em entrevista à **Revista Exibidor**, Leonardo Zanatta Baron, diretor da Bravoluz, contou que atualmente as lâmpadas têm um

tempo de vida útil maior, necessitando a troca da lâmpada uma vez por ano ou até mais tempo no caso dos projetores de lâmpada 2000 W, onde duram em média 3,5 mil horas. “As lâmpadas foram escolhidas para a projeção cinematográfica pela sua alta qualidade do espectro de luz que proporciona um conforto visual sem igual ainda”.

Para Laporta, por conta da maturidade do mercado de lâmpada xênon, os custos do produto continuam a cair. Aliás, na sua visão, se comparado ao laser fósforo, o desempenho de cor de um projetor xênon é mais estável, pois quando o brilho cai deste tipo de laser, a gama de cores muda, exigindo então uma correção e recalibração para manter a cor na especificação DCI-P3. “O resultado durante o tempo é uma apresentação visual escura e imprecisa que só pode ser corrigida ao se trocar o módulo de laser fósforo expirado por um novo. Já no campo dos projetores xênon, é necessário apenas uma mudança de lâmpada rápida e de baixo custo para este projetor retornar ao desempenho ideal de cor e brilho”.

Outra questão que Zanatta levanta é que a vivacidade das imagens projetadas pelo laser pode não ser tão agradável ao espectador que fica cerca de duas horas exposto a esse tipo de brilho. “Inclusive nos segmentos médicos mais críticos e delicados como neurocirurgia, há diversos relatos de médicos que nos falam que usam fontes de luz laser para fazer exames rápidos no consultório, mas quando se trata de uma cirurgia onde precisa ficar exposto e olhar fixo a luz por mais de 30 minutos ou até 5 horas, somente a luz xênon que o deixa confortável para isso”.

Para o diretor da Bravoluz, o mercado de lâmpadas xênon precisa sim de algumas adaptações e evolução em questões como tempo de vida útil e luminosidade. Mas, acredita que, se no futuro houver uma transição total para as fontes de luz laser, isso não será tão rápido como a película passou para o digital.



PROJETOR BARCO
DPK-23B XENON



PROJETOR LASER CHRISTIE
CP2315-RGB

BENEFÍCIOS DO LASER

Dentre os benefícios mais citados da projeção à laser está a vida útil desta tecnologia que varia de 30 a 40 mil horas. Sem contar na economia de energia e manutenção. Além disso, por funcionar como uma impressora à laser na telona do cinema, essa tecnologia tem a facilidade de reproduzir imagens em HFR (*high frame rate*) e HDR (*high dynamic range* – o famoso “preto absoluto”), pois basta não “imprimir” a cor preta que o resultado é um preto mais profundo ainda.

Aliás, a qualidade da imagem é algo importante não só para o mercado, mas para os diretores dos filmes que exigem que seus conteúdos sejam apresentados com a maior fidelidade possível. “Está vindo por aí *Avatar 2*, de James Cameron, que será em 4K, 3D e com *high frame rate*”, ressalta Bruno Tavares, gerente sênior da NEC.

Além da durabilidade, outra questão é a economia de energia que os projetores a laser proporcionam ao dono do cine-

ma. Laporta, da Christie, conta que ao comparar um projetor xênon de 30 mil lúmens com um a laser RGB na mesma classe de brilho em um período de cinco anos de operação, 10hs/dia, e 30 dias ao mês, há 46% a menos de consumo do projetor laser RGB em relação ao xênon, o que representaria uma economia em valores atuais em torno de R\$ 181 mil (considerando o custo médio de R\$ 0,48/kWh da região SE, onde foi analisada a operação).

“Ao olharmos o custo de aquisição e troca de lâmpadas, com o projetor laser RGB teremos uma economia média de R\$ 112 mil (22 lâmpadas ao longo de 60 meses). O impacto olhando estes dois indicadores, representa R\$ 293 mil, ainda levando em consideração que o laser RGB ainda terá ainda mais 3 anos de operação antes de chegar aos 80% do brilho inicial.”, completa.

Já Ricardo Ferrari, que representa a *joint-venture* Cinionic, conta que o consumo de um projetor da linha fós-

foro é aproximadamente 50% menor do que o consumo de energia de um projetor xênon. “Isso somente considerando o consumo do projetor, não estamos aqui levando em consideração a economia gerada pelo não mais uso do extrator de ar do projetor, que não se faz necessário para os projetores, bem como a economia no consumo de ar-condicionado da cabine de projeção”.

Apesar de ter mais brilho e contraste do que as imagens dos projetores xênon, os projetores com laser podem perder essa qualidade antes da sua vida útil acabar, devido ao desgaste de cada feixe de luz. Tanto a Christie quanto a Cinionic contam que a partir das 30 mil horas consumidas, os projetores perdem a luminosidade em torno de 15 a 20% até o final da vida útil do módulo laser. “Mas lançaremos até o final de 2019 mais cinco modelos com maior classe de brilho para atender telas gigantes”, anuncia Laporta.

AFINAL, LASER OU XÊNON?

Diante de um meio de projeção consistente que é por meio das lâmpadas xênon, os executivos do mercado acreditam que o laser veio como uma opção a mais para melhorar a magia do cinema. “Podemos comparar o laser com os cinemas 4D, que quando foram lançados todos perguntavam se seria a nova geração de exibição de filmes, e o que vemos na verdade hoje é como um nicho específico de mercado, ele conquistou seu lugar, mas não substituiu o convencional”, afirma Zanatta.

Como fabricante de projeção com lâmpada xênon e a laser, a Barco (em-

presa integrante da *joint-venture* Cionionic), também enxerga o novo sistema como uma escolha a mais para o exibidor. “É uma nova etapa tecnológica para o mercado exibidor. O que temos agora, é uma opção a mais de tecnologia”, conta Ferrari.

Laporta conta que a opção da projeção a laser possibilita que os exibidores ofereçam uma experiência nova para o público, enquanto mantém mais de seu capital para investimentos futuros. No entanto, para Tavares da NEC, “Isso não diminui a importância dos projetores a lâmpada, que continuam a serem indicados para projetos mais econômicos e de menor porte”. ■

E AS TELAS DE LED?

Além da discussão em torno dos projetores xênon e laser, uma outra tecnologia surgiu em 2017 e promete também mexer com o mercado. A tela de LED atualmente é fabricada pela Sony e Samsung, e cada vez chega mais perto da realidade dos exibidores. Antes instalada somente em cinemas asiáticos e da América do Norte,



agora a tecnologia chega a Cinépolis ainda no primeiro semestre no Brasil, no complexo do shopping JK Iguatemi (São Paulo - SP). “O Cinépolis JK Iguatemi sairá na frente, impulsionando a transformação do entretenimento no País e fazendo com que o consumidor brasileiro tenha uma experiência imersiva única”, disse Luiz Gonzaga Assis de Luca, presidente da exibidora no Brasil, em entrevista ao Portal Exibidor (tonk.es/CinepolisLEDSamsung).

A tecnologia da Samsung, por exemplo, oferece imagem com resolução 4K, tecnologia HDR e promete brilho dez vezes superior ao padrão convencional. No entanto, um dos problemas mais falados é sobre o áudio, já que é difícil que o som passe por trás da tela.

Com poucos anos de mercado, as telas de LED ainda têm alguns desafios pela frente, mas a Samsung está jogando forte: lançou recentemente um programa de financiamento da tecnologia para que os exibidores consigam adquiri-la.

TELA DE LED
SAMSUNG ONYK



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.



SURROUND

POR CARLOS KLACHQUIN

Quando o cinema começou a falar, era suficiente ter som. E este era um canal só, vindo do centro da tela. Claro, o personagem precisava ter voz. No final, era cinema “falado”. A música já estava desde a época do acompanhamento ao vivo, quando não havia tecnologia de som vinculada a imagem. Mas a fala é diferente, precisa estar precisamente sincronizada com a imagem, e isto só foi possível quando a distribuição conseguiu dispor de uma tecnologia que colocava a imagem e o som juntos, na mesma película. Isto aconteceu por volta de 1927. Durante muito tempo a voz, a música e os efeitos, os três pilares do som do cinema, saíram de um ponto por trás da tela, no centro dela. Houve uma longa época em que o som *surround* não existia.

Leopold Stokowsky, o grande maestro, encontrou por acaso com Walt Disney num restaurante de Los Angeles em 1937. Disney já tinha projetos de levar música erudita para os cinemas, como uma forma de popularizar uma arte restrita as salas de concertos. Por outra parte, Stokowsky já estava gravando som em alta qualidade e em estéreo desde o início de 1930. Nasceu ali a ideia inicial de **Fantasia**, que conteria uma coletânea de partes de obras musicais geniais, acompanhadas de animações. Mas Stokowsky, acostumado a ouvir em primeiro plano a potência e plenitude de uma orquestra sinfônica, distribuída ao largo do palco, apontou que o som do cinema, mono naquela época e muito limitado, era um horror, iria estragar a intenção reduzindo tudo a um som

saindo por um cano. Disney colocou mãos à obra, mas não só no filme. Contratou um grupo de engenheiros para resolver o problema técnico. A ideia era recriar a experiência de estar numa sala de concertos. Assim, surge uma nova tecnologia para lançar o filme, o sistema Fantasound. Em primeiro lugar, se coloca três caixas por trás da tela, para dar volume espacial e largura ao som. Acontece que a raiz grega para a palavra volume é “*stereos*”. Mas a sala de concertos também tem uma mágica, que é originada na sua acústica, que enriquece a audição.

As salas de concerto refletem o som, reverberam, e esses sons em sua maior parte não vem do palco. Vem do teto, dos muros, é som ao redor. Ao redor em Inglês é “*surround*”. O sistema desenvolvido pela equipe de Disney criava um som largo, do tamanho da tela, e em determinadas sequências o som era derivado a outro grupo de caixas de som em volta da plateia, onde também era possível acrescentar outros efeitos, um grande recurso artístico. A música foi gravada na Academia de Música de Filadélfia em 8 canais e exigiu novas técnicas de registro e mixagem. Produzir e distribuir este filme com som estereofônico e *surround* foi um logro tecnológico sem precedentes. Foi necessário construir equipamentos especiais de registro e reprodução ótica em película, e isto em 1940. **Fantasia**, o primeiro filme que utilizou som surround, foi lançado em 1941, primeiro em teatros

especialmente adaptados para projeção e com uma equipe de operadores, e em cinemas depois, com uma tecnologia especial de reprodução do som mais automatizada. **Fantasia** deixou uma marca na memória de como poderia ser o cinema. Mas foi uma distribuição limitada e custosa, por que os teatros e salas de exibição precisavam ser equipadas especialmente. A Segunda Guerra Mundial estava explodindo e consumiria um grande esforço, e o cinema teria nesse período um outro uso. Todos os equipamentos Fantasound salvo um, foram desmanchados e integraram o esforço de guerra, e o som *surround* silenciou. Nada mais aconteceu de novo na tecnologia dos cinemas nos seguintes 10 anos, e o som mono voltou ao centro da tela. Mas outra guerra, e de outra natureza iria mudar as coisas. **E**



CARLOS KLACHQUIN É GERENTE DA DBM CINEMA LTDA, EMPRESA DE SERVIÇOS, PROJETOS E CONSULTORIA NA ÁREA DE PRODUÇÃO E EXIBIÇÃO CINEMATOGRAFICA. FORMADO COMO ENGENHEIRO ELETRÔNICO FORNECE SUPORTE DE ENGENHARIA EM TECNOLOGIAS DE ÁUDIO, ENTRE OUTRAS EMPRESAS, PARA DOLBY LABORATORIES INC, SENDO RESPONSÁVEL TAMBÉM PELA ADMINISTRAÇÃO DE OPERAÇÕES VINCULADAS À PRODUÇÃO DOLBY DE CINEMA E AO LICENCIAMENTO DAS MESMAS NA AMÉRICA LATINA. DESDE 2013, TRABALHA NA IMPLEMENTAÇÃO DO PROGRAMA DOLBY ATMOS NA AMÉRICA LATINA, INCLUINDO A SUPERVISÃO DA INSTALAÇÃO E A REGULAGEM DOS SISTEMAS EM CINEMAS E ESTÚDIOS E DA PRODUÇÃO DE SOM ATMOS NO BRASIL.

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



 **primepass**[™]
CINEMA SEM LIMITES



LUGAR DE FILME AINDA É NO CINEMA?

POR ROBERTO SADOVSKI . FOTOS DIVULGAÇÃO

STREAMING E SMARTPHONES LENTAMENTE TOMAM A PREFERÊNCIA DE UMA GERAÇÃO ÁVIDA POR CONSUMIR

Aconteceu uma coisa curiosa na última edição da **Expocine18**. Um grupo de adolescentes subiu ao palco com duas informações que sempre estiveram na mente de todo mundo, mas faltava ser verbalizada: parte da nova geração de cinéfilos não abre mão de seus filmes favoritos... mas não depende necessariamente da tela grande de um cinema. Na verdade, ir ao cinema, com toda a mecânica que o ato envolve (se encaminhar geralmente a um *shopping*, comprar ingresso, passar na *bombonière*, desligar-se do mundo por duas horas), não casa com a ideia de diversão de muitos jovens. Bem-vindo, definitivamente, ao novo século.

Surpresa para alguns, rotina para outros. Rebobinando um pouco a narrativa, até bem pouco tempo lugar de ver filme era no cinema. Claro, o Brasil foi educado pela televisão, com filmes (dublados) sempre à disposição, obedecendo a uma janela que, muitas vezes, trazia um hiato de anos entre a exibição no cinema e sua liberação na TV – ainda lembro dos comerciais que anunciavam, empolgados, o listão de produções que a Globo ou o SBT programavam para o ano inteiro. A popularização do VHS mudou os hábitos, com locadoras tornando-se não só um novo ponto obrigatório para os apaixonados por filmes, mas a possibilidade de revisitar um catálogo de clássicos indisponível em outra plataforma. O tempo trouxe a TV a cabo, a tecnologia do cinema evoluiu com filmes em 3D, salas Imax e poltronas que simulam sensações. Então veio a internet, o VOD, o *streaming*, e o jogo mudou.

O que ninguém sabe ao certo é o quanto ele mudou! Converse com diferentes grupos de adolescentes e descubra um universo de perfis e vontades diversas. Uma coisa, entretanto, é certa: a variedade de plataformas aumentou, na mesma medida em que a variedade de filmes diminuiu. Ao menos é o que indicam os números de bilheteria no Brasil. Conversando com executivos de distribuidoras, percebe-se que a

preocupação não são as rendas cada vez mais gordas, e sim a distribuição dessas bilheterias. Em outras palavras: muita gente vai ao cinema para ver menos filmes. Os *blockbusters* terminam dominando a atenção do público, e com isso outras produções ou são ignoradas, ou são redescobertas unicamente quando passam para outras mídias.

Recentemente conversei com um grupo de jovens, em sua maioria estudantes universitários, para ajudá-los em um trabalho da faculdade. No meio do papo, perguntei sobre seus hábitos de entretenimento, e a resposta foi a esperada: cinema é legal, mas ficar em casa experimentando outras formas de diversão, também. “Eu sempre fui viciada em filmes, e com o avanço da tecnologia e com novas plataformas tudo ficou mais acessível”, diz a estudante de jornalismo Keren Pisaneschi, de 21 anos. “Eu uso bastante a Netflix e o YouTube, me sinto mais à vontade para assistir e compreender melhor o que filme quer passar.” Gabriella Lazari, 21 anos, que também trabalha como social media, ecoa a preferência. “Sou apaixonada por cinema desde novinha, mas com toda a correria do dia a dia, e até mesmo fim de semana, está sendo mais difícil ir”, lamenta. “Hoje eu utilizo muito a plataforma da Netflix, já que reúne muitos filmes dos quais eu gosto.”

“Netflix”, hoje, tornou-se sinônimo de cinema – ou melhor, de entretenimento audiovisual, já que o hábito de maratona séries é tão comum hoje quanto assistir a um filme. Engana-se, porém, quem acredita que a plataforma de streaming tem “roubado” o público do cinema. Uma pesquisa recente apontou que os mesmos cinéfilos que buscam ir ao cinema mais de uma vez por mês são também os que gastam mais tempo na poltrona navegando pela Netflix: no mínimo, o hábito

de consumir conteúdo em streaming aguça ainda mais o apetite para ver filmes em tela grande. “Ir ao cinema é um dos meus rolês favoritos!”, empolga-se Thiago Eitler, estudante de 22 anos. “Hoje em dia ir ao cinema é parte da minha rotina, vou várias vezes até o shopping sem saber o que está em cartaz.”

Quando eu levanto a questão da comodidade que acompanha as novas tecnologias, a turma parece se dividir. “Ver um filme em casa ou no celular limita muito a experiência”, aponta Thiago. “Nunca estamos totalmente imersos no filme, temos uma série de distrações.” Keren até concorda, mas também enxerga as vantagens de cada opção. “Não acredito que seja a mesma coisa você assistir um filme em uma televisão, em um celular ou no cinema, mas cada um tem a sua vantagem”, explica. “No cinema a tela é bem grande e você assistir antes de ser lançado em outras plataformas, porém o conforto de estar em casa é bem melhor, poder pausar, comer alguma coisa, concluir depois. Já o celular não tem uma qualidade tão boa, porém podemos assistir a filmes no trem ou no ônibus.”

Os exibidores, por sua vez, aos poucos absorvem as mudanças de hábitos de uma nova geração e tentam acompanhar seu público, sempre

incrementando a experiência nos cinemas. “Temos investido constantemente para estar próximo do público jovem, com redes sociais bastante ativas, ações inovadoras e conteúdos diferenciados”, diz Patricia Cotta, gerente de marketing da rede Kinoplex. “Participamos de eventos do mundo dos games e, recentemente, realizamos o nosso primeiro campeonato de videogame. Estamos negociando muitas parcerias que acreditamos que tem o potencial de lotar nossas salas com o público jovem. Estamos atentos às mudanças de comportamento das novas gerações.”

O cinema, por fim, é uma experiência coletiva que, ao menos entrando em 2019, ainda não pode ser reproduzida por outras plataformas. Os problemas para manter a frequência parecem ser os mesmos – preço do ingresso, tempo para planejar uma sessão, transporte, praticidade –, ao mesmo tempo em que são superados pelas vantagens. “Se for qualquer filme da saga Star Wars, por exemplo, eu só assisto no cinema”, confessa Keren, já explicando o motivo. “Claro, dá mais emoção... e não consigo esperar para assistir em nenhuma outra plataforma porque sempre tem um amigo que dá spoiler!”

Mesmo quando o programa não é um “filme-evento”, a sala escu-

ra pode ser a preferência quando a palavra-chave for “experiência”: “Eu fui assistir ao terror **Um Lugar Silencioso** (*A Quiet Place*) e estava com receio de comer pipoca porque o barulho atrapalhava a experiência de todos no cinema, inclusive a minha”, diverte-se Thiago.

Mesmo com o crescimento da Netflix, Amazon, NOW e outras plataformas que oferecem centenas de títulos em casa, a concorrência não é vista de forma predatória. “Respeitamos as novas mídias e nunca duvidamos do seu valor, mas acreditamos que temos nosso espaço. Em nossas campanhas institucionais, já trabalhamos com o que acreditamos: a experiência do cinema é única e incomparável, e cinema é um lugar para estar com pessoas queridas e “recarregar a energia”, não somente uma tela para assistir filmes”, ressalta Patricia Cotta. “Precisamos, mais uma vez, ver o cinema não só como um centro de exibição, mas como um grande espaço para unir pessoas, confraternizar.” Keren Pisaneschi concorda, com um adendo. “Cinema distrai a mente, é uma forma de entretenimento e lazer, faz bem para o corpo e para a mente”, conclui. “Mas seria perfeito se todos os cinemas tivessem uma cama ou um sofá bem confortável, e o preço da pipoca fosse mais em conta!” ■



smart laser high contrast



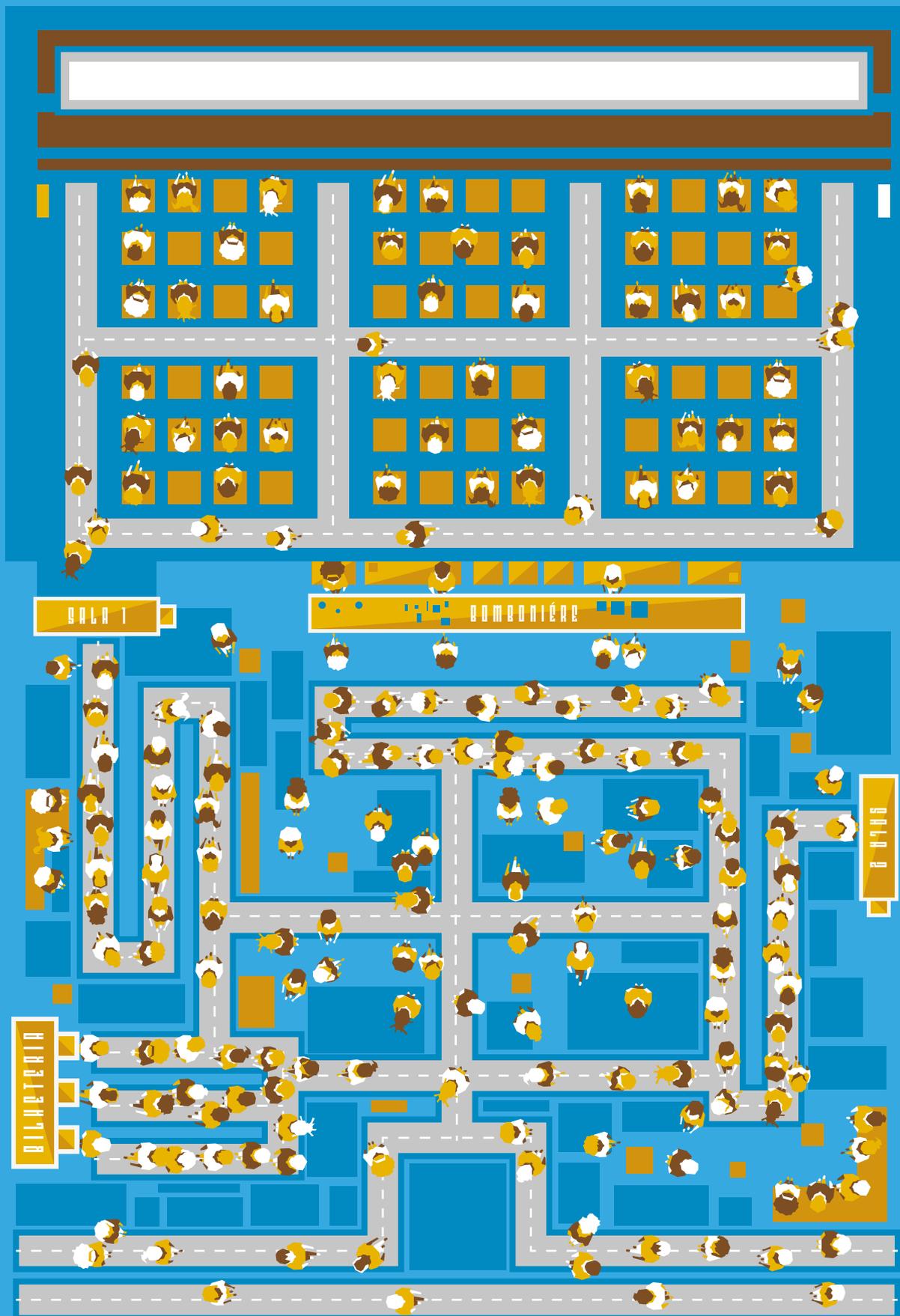
incrivelmente sutil

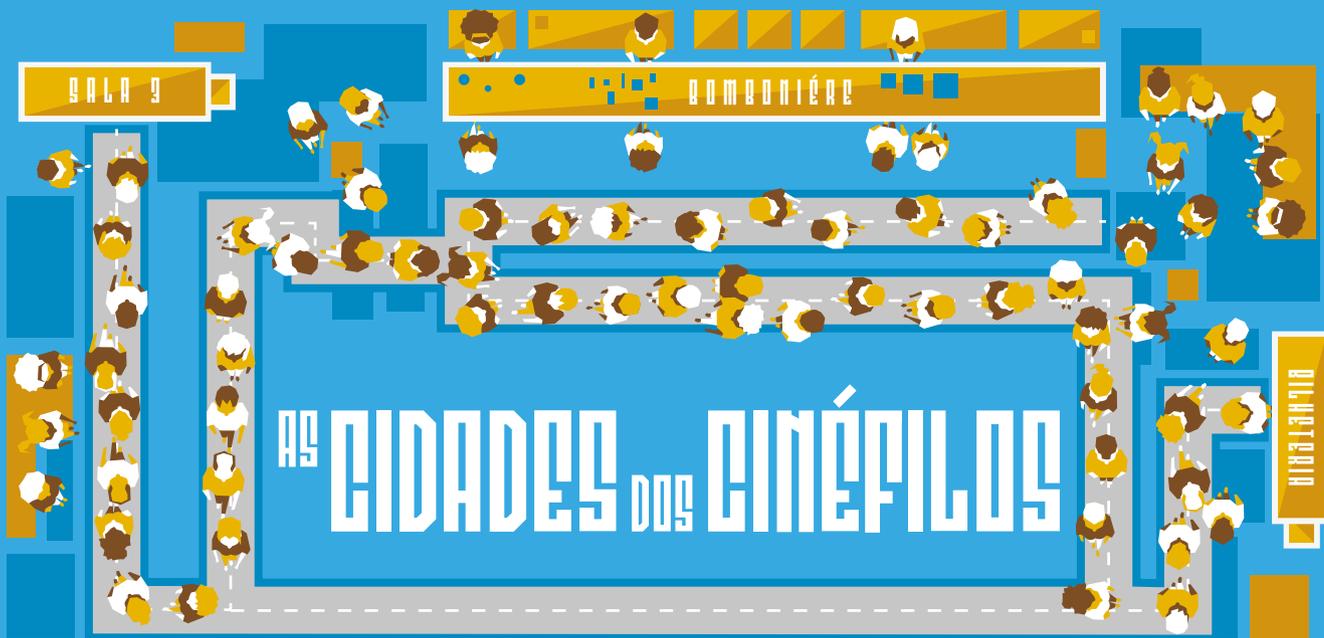
Grandes coisas podem vir em pequenas embalagens. Entretanto, não seria o momento de você oferecer aos seus espectadores uma experiência de cinema, rica e imersiva, em todas as suas salas? Você falou, nós ouvimos, apresentando o projetor Smart Laser High Contrast. É a nossa mais recente solução em projeção, oferecendo uma qualidade de imagem impressionante em telas menores. Nós sabemos que, você concorda, que todo espectador merece uma experiência de entretenimento inesquecível.

We are Cinionic. Experiences. Delivered.

Powered by:







POR FERNANDA MENDES . ILUSTRAÇÕES THIAGO GRIZILLI

REVISTA EXIBIDOR MOSTRA AS 25 MAIORES CIDADES EM PÚBLICO DO BRASIL

Não se pode dizer que o parque exibidor nacional tem um tamanho estrondoso. Com 3.352 salas de cinema no Brasil, a ANCINE contabiliza um aumento de 4,7% nos últimos cinco anos. É verdade que em relação ao restante da América Latina ainda temos muito que nos orgulhar, pois além de termos o segundo maior circuito (atrás apenas do México), contamos com perspectivas de crescimento nos próximos anos, com incentivos da própria ANCINE, e a chegada de novos consumidores com deficiência auditiva e visual.

Ao observar a distribuição dessas mais de três mil salas pelo Brasil, é possível identificar uma concentração maior no Sudeste. São 1.048 salas no Estado de São Paulo, 379 salas no Rio de Janeiro e 265 em Minas Gerais. Logo em seguida, vem o sul com Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina (200; 177; 150, respectivamente).

Dentre as três cidades com maior número de salas estão São Paulo - SP (355), Rio de Janeiro - RJ (221) e Brasília - DF (88).

Apesar de uma guinada em público nos últimos oito anos (um crescimento de 60%), o ano de 2018 não foi exatamente mil maravilhas em termos de bilheteria. De acordo com dados do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) a venda de ingressos entre janeiro e outubro teve uma queda de 9,93% em comparação à 2017. Em termos de renda, a queda foi de 10,41%. Por outro lado, tivemos lançamentos de títulos que bombaram, como **Vingadores: Guerra Infinita** (*Avengers: Infinity War*) e **Aquaman** (já no fim do ano), além dos nacionais como **Nada a Perder** (11 milhões de ingresso) e **Tudo Por Um Popstar** (1,1 milhão), ambos da **Downtown/Paris**.

Para 2019, os line-ups das distribuidoras dão esperança para o mercado que espera colher melhores frutos. Já estão no calendário filmes como **Alita: Anjo de Combate** (*Alita: Battle Angel*), **Capitã Marvel** (*Captain Marvel*), **Dumbo**, **Shazam!**, **De Pernas Pro Ar 3** e o esperadíssimo **Vingadores: Ultimato** (*Avengers: Endgame*).

Além do investimento em conteúdo por parte das produtoras e distribuidoras, os exibidores também fazem de tudo para chamar mais espectadores, com tecnologias dentro e fora das salas: 4D, realidade virtual, cinema evento, e-sports, dentre outros.

Pensando nisso, a **Revista Exibidor** mostra a seguir quais são as 25 maiores cidades em público para o cinema no Brasil e porquê esses municípios se destacam. Os dados foram concedidos pela ANCINE e contabilizam o período de janeiro a novembro de 2018.

SÃO PAULO

Não é uma surpresa que a cidade mais populosa do país também seja a com maior público em cinema. A megalópole concentrou mais de 15 milhões de espectadores somente no ano passado, sendo o complexo de maior frequência o Cinemark Aricanduva, localizado no shopping de mesmo nome, na Zona Leste da cidade.

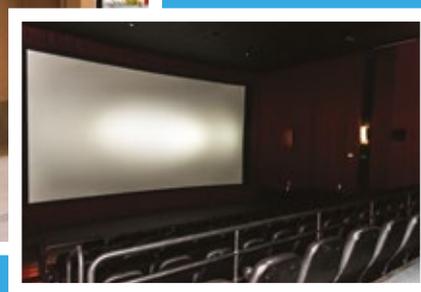
A unidade é a terceira maior em número de ingressos em todo o Brasil, tendo vendido 782 mil em 2018. Aliás, re-

centemente o cinema completou 20 anos no mercado e passou por reformas estruturais a fim de modernizá-lo e padronizá-lo com os outros complexos da rede. “O paulistano vai bastante ao cinema e busca serviços que unam bons filmes a características como conforto, tecnologia e inovação”, conta Bettina Boklis, diretora de marketing da rede.

Colado à São Paulo, a cidade de Guarulhos também tem um dos cinemas mais populosos do Brasil – é o segundo no ranking. A unidade da Cinemark fica no Internacional Shopping e tem entre seus frequentadores famílias e adolescentes. Por isso, uma das salas conta com poltronas D-BOX para dar mais emoção aos filmes. Em sua programação há conteúdos diversos desde blockbusters dublados e legendados até sessões especiais com apresentações de ballet e óperas.



BOMBONIÈRE, FACHADA E SALA DO CINEMARK ARICANDUVA



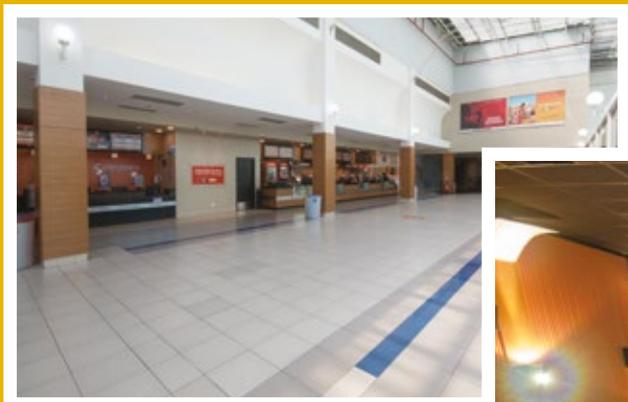
RIO DE JANEIRO

A segunda maior cidade do Brasil em número de salas de cinema também é a segunda maior em público. Em 2018, os exibidores cariocas receberam mais de 11 milhões de pessoas para verem os lançamentos nacionais e internacionais. O complexo com a maior quantidade de espectadores foi o UCI New York City Center, na Barra da Tijuca. Com 18 salas, o cinema vendeu mais de um milhão de ingressos.

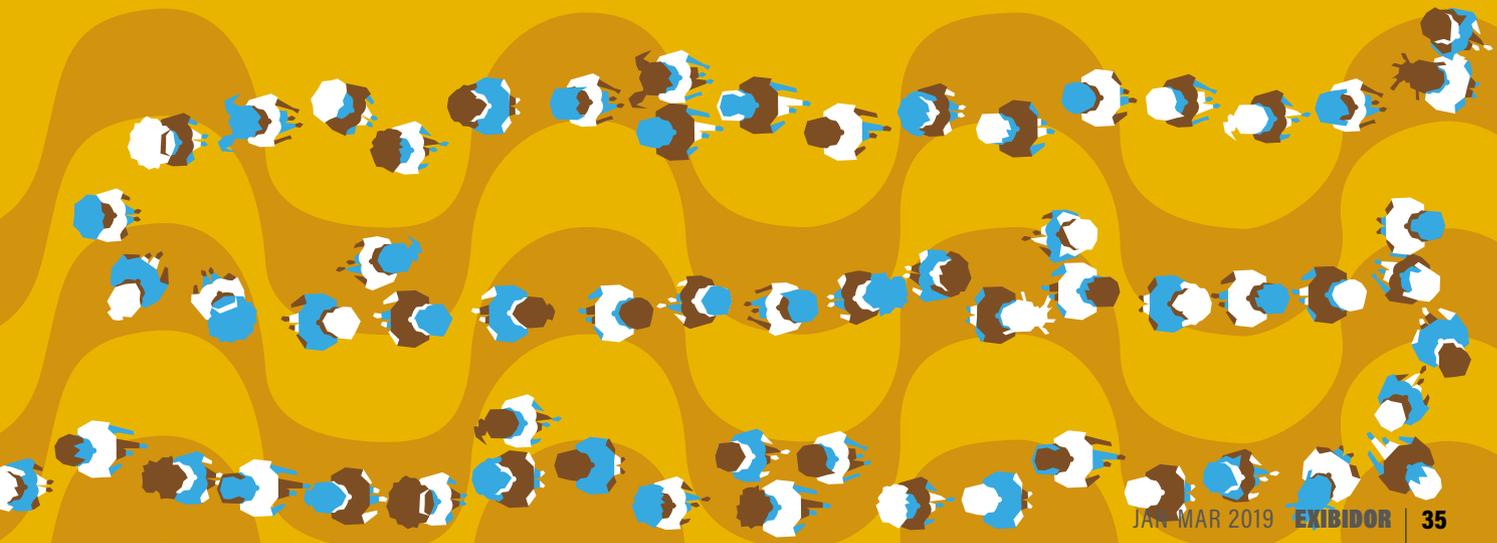
Outro cinema, no mesmo bairro, o Kinoplex Tijuca, também é um dos destaques da cidade. No ano que se passou, o espaço recebeu cerca de meio milhão de cinéfilos. “Ele tem a maior renda por sala de todo o grupo”, conta Patricia Cotta, gerente de marketing.

Dentre seus frequentadores, há muitos grupos de adolescentes, mas também é forte com o público sênior. Para Patrícia, a programação e o atendimento são fundamentais para chamar a atenção dos espectadores. Neste complexo há muitas sessões diferenciadas como exibição de jogos e shows, exposições e campeonatos de videogame. “Além disso, a equipe de atendimento é sempre treinada para conciliar cordialidade e agilidade”.

Aliás, o Rio de Janeiro é muito importante para o Kinoplex que tem 40% do circuito localizado no Estado do Rio. Prova da relevância da cidade para a exibidora é que um novo empreendimento já está em construção, o novo Cinema Leblon. “Investimos muito no Rio e o seu crescimento é fundamental para o crescimento da nossa empresa como um todo”.



FACHADA E SALA DO
KINOPLEX TIJUCA



BRASÍLIA

Foram quase 4 milhões de ingressos vendidos em 2018. Um dos maiores complexos que dominam por lá é o Cinemark Pier 21 com um público de 572 mil. Aliás, ele se consagrou como o 15º maior cinema em público do Brasil.

Taguatinga, região administrativa do Distrito Federal, tem o segundo maior complexo. O Cinemark Taguatinga recebeu 647 mil pessoas, sendo que a região possui apenas 221 mil habitantes.

Em Brasília, ainda há os cinemas da rede Kinoplex, Cinefix e Espaço Itaú.

BELO HORIZONTE

Com 120 salas e 3,7 milhões de espectadores em 2018, BH é uma cidade que tem se fortalecido no setor audiovisual. Prova disso é a MAX - Minas Gerais Audiovisual Expo, evento que acontece há três anos na capital mineira e conta com painéis e pitchings para produções de cinema, TV e streaming. A Cineart é a representante da cidade, afinal está presente na capital há 70 anos, desde o Cine Teatro Brasil. Hoje são sete unidades da rede na cidade.

SALVADOR

Apesar de ser uma terra com muita praia e festa, Salvador é a quinta maior cidade em público nos cinemas: foram 3,2 milhões de pessoas ano passado. Somente no Cinemark Caminho das Árvores (o maior da cidade) foram vendidos 632 mil ingressos.

Inclusive, no fim do ano passado uma lei foi sancionada em Salvador (tonk.es/SalvadorAutismo) pelo prefeito Antônio Carlos Magalhães Neto, na qual os cinemas são obrigados a reservar pelo menos uma sessão especial por mês para crianças com transtorno do espectro autista e suas famílias. Além de ser uma vitória para a causa social, os exibidores contarão com mais um público novo nos cinemas.



CURITIBA

A capital do Paraná tem como as principais redes da cidade Cinemark e UCI. Ano passado, foram pouco mais de 3 milhões de espectadores.

Em uma cidade dominada por grandes exibidoras, a Cineplus também marca sua presença com o complexo Jardim América, que vendeu 330 mil ingressos. “Por estarmos um pouco mais afastados do centro da cidade, não almejamos atender a todos, isso seria um tiro no pé”, explica Marina Pastre, diretora da Cineplus.

Além de ser uma praça bem competitiva, Curitiba também é difícil para a programação de filmes. “Ao nosso ver, os filmes de pequeno e médio porte sofrem mais para se manter aqui do que em outras grandes cidades. Filme nacional também requer bastante cuidado, muitas vezes as distribuidoras não incluem a região sul do país no circuito, por não ter tanta atratividade. Em compensação os blockbusters apresentam bons resultados”.

Em um circuito cheio de especificidades, o segredo, segundo Marina, é o atendimento de excelência. “Os curitibanos são muito exigentes. Por isso, fazemos pesquisas para entender o nosso consumidor, entender por que ele nos escolheu e o que temos que melhorar. Outro ponto bacana é que continuamos atendendo os clientes na bilheteria ou na bomboniere, chamamos alguns deles pelo nome”.



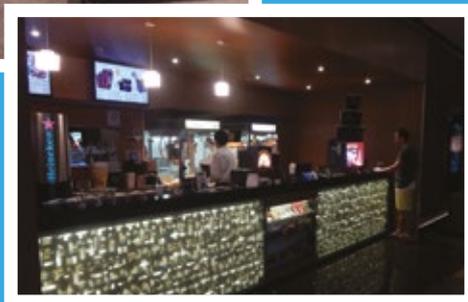
UNIDADE DO CINEPLUS JARDIM AMÉRICA EM CURITIBA



FORTALEZA

Com 79 salas e mais de 3 milhões de ingressos vendidos em 2018, a capital cearense tem um público ávido por novidades. Fortaleza foi a primeira cidade a receber uma sala 4DX. O espaço fica no Cinépolis RioMar, segundo maior cinema da cidade – o primeiro é o UCI Iguatemi. “Possuímos também a sala Macro XE com tela gigante de 147m², som digital com mais de 13.000 watts de potência e 7.1 canais de áudio *Surround* de potência e projeção com alta definição e clareza”, conta Luiz Gonzaga Assis de Luca, presidente da Cinépolis.

Além da tecnologia, o complexo também traz uma programação voltada para filmes de arte com o projeto “Cinema de Arte”. “As pessoas na região respiram cultura no seu dia a dia, não só produzem cinema como também o consomem”.



UNIDADE CINÉPOLIS
RIOMAR EM FORTALEZA

RECIFE

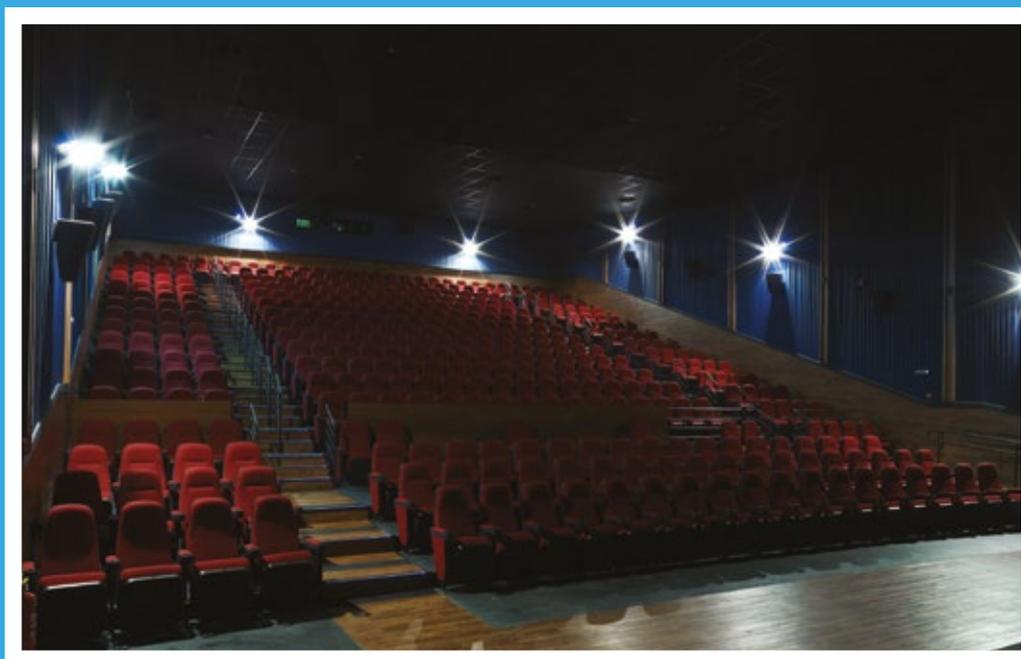
Recife é conhecida pelas obras de arte que saem da cidade como os diretores de cinema Kleber Mendonça Filho e Hilton Lacerda, ambos com filmes reconhecidos internacionalmente. Uma cidade assim só poderia ter um público fiel às salas de cinema.

Em 2018 foram 2,5 milhões de espectadores e uma renda de cerca de R\$ 44 milhões. É por isso que a Cinépolis planeja abrir um complexo na cidade. Por enquanto, a rede tem uma unidade em Olinda, cidade na Região Metropolitana. O complexo é completo. “Temos salas VIPs com poltronas de couro com comando elétrico e totalmente reclináveis, 3D e todo o serviço exclusivo”.

MANAUS

Com cerca de 2,7 milhões de espectadores em 2018, a cidade amazonense é muito importante para os exibidores com operações por lá. A PlayArte, por exemplo, que tem oito complexos pelo Brasil, garante que o PlayArte Manaus é o maior do grupo e também com recorde de público da rede. “Toda região tem um cinema de destaque e em Manaus o nosso é muito querido pelo público”, conta Samantha Bettin Coltro, diretora de marketing.

Já a Centerplex inaugurou em 2017 seu primeiro complexo em Manaus, com cinco salas. Meses depois fechou um acordo com a Lumma para implementar poltronas 4D em uma sala da unidade (tonk.es/LummaManaus). “A cidade não possui nenhuma sala 4D, mas ao mesmo tempo todos os complexos de Manaus têm um ótimo desempenho em faturamento e taxa de ocupação, então com o nosso 4D queremos dar uma diferenciada dos concorrentes”, explica Marcio Eli, CEO da rede.



SALA DO PLAYARTE MANAUARA

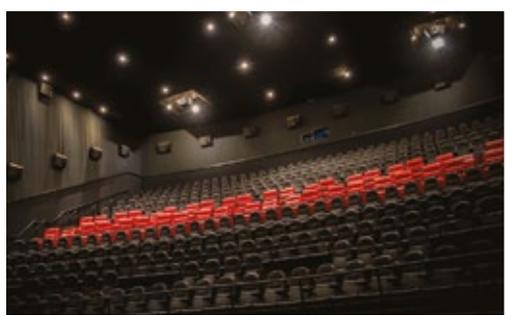
PORTO ALEGRE

Representando a região sul do País, Porto Alegre contabilizou a venda de 2,5 milhões de ingressos ano passado. A maior rede da região é a GNC com dois dos complexos de maior público. O GNC Praia de Belas e o Iguatemi, ambos com seis salas cada.

CAMPINAS

Localizada no interior de São Paulo, Campinas tem um público que vai 3,2 vezes ao cinema por ano. Com 57 salas, a cidade tem uma média de público de 58 mil pessoas anualmente. Marcos Araújo, diretor da rede Cine Araújo, se orgulha em dizer que seu complexo Parque Das Bandeiras tem uma média de 120 mil pessoas por ano. “É um trabalho que estamos fazendo há um tempo lá. Cobramos um preço acessível sem diminuir a qualidade do cinema. Lá é uma região populosa e conseguimos fidelizar os clientes. Quanto mais eles vão ao nosso cinema, menos a gente sobe o preço”. **E**

SALA DO CINE ARAÚJO EM
CAMPINAS



CIDADE	PUBLICO	RENDA
GOIÂNIA	1.920.723	27.699.656
BELÉM	1.802.431	27.449.632
GUARULHOS	1.589.882	26.330.659
NATAL	1.290.066	19.588.245
SÃO LUÍS	1.221.781	18.669.450
SÃO BERNARDO DO CAMPO	1.209.050	19.886.038
RIBEIRÃO PRETO	1.154.093	18.625.234
NITERÓI	1.106.775	19.116.970
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS	1.097.147	15.847.117
OSASCO	1.058.430	15.927.155
NOVA IGUAÇU	1.046.701	17.502.441



O2 PLAY
1P

CINEMA 2019: SUPER HERÓIS, LIVE ACTIONS E FINAIS DE SAGAS MARCAM AS TELONAS

POR DANIEL BYDLOWSKI

Se o ano de 2018 foi repleto de grandes produções, grandes bilheterias e muita euforia por parte dos cinéfilos, podemos almejar um ano muito mais intenso em 2019. Com o retorno de grandes franquias da sétima arte e o encerramento de alguns ciclos, podemos esperar as mais reações distintas dos espectadores, afinal não será fácil nos despedirmos dos Vingadores e de Buzz Lightyear e Woody.

Logo no primeiro mês do ano, já teremos um longa que promete mexer com a mente de várias pessoas. O filme **Vidro** (Disney), do diretor M. Night Shyamalan, une as histórias de **Corpo Fechado** (2000) e de **Fragmentado** (2016), com um elenco recheado de estrelas como Bruce Willis, Samuel L. Jackson e James McAvoy. O mês ainda leva às telonas **Wi-fi Ralph – Quebrando a Internet** (Disney), **Creed II** (Warner Bros.) e também **Hellboy** (Imagem Filmes), desta vez interpretado por David Harbour. Se janeiro é um mês de grandes estreias, fevereiro e março não ficam para trás. O carnaval dos cinéfilos será nas salas de cinema, isso porque o lançamento **Capitã Marvel** (Disney) promete alavancar a bilheteria logo nos primeiros meses. O filme que estreia dia 7 de março terá pontos cruciais

para o desenrolar de **Vingadores 4** (Disney), o que já está causando muita euforia nos fãs da Marvel. Neste período, também poderemos acompanhar os lançamentos de **Uma Aventura Lego 2** (Warner Bros.) e o live-action do carismático elefantinho **Dumbo** (Disney).

Abril será estrelado por **Shazam** (Warner Bros.), em mais uma tentativa de resgatar o prestígio dos heróis da DC. Agora, quem tem a missão de carregar o personagem para as graças do público é o ator Zachary Levi. Já em maio, teremos um dos filmes, senão o filme mais esperado do ano. Logo no dia 2 estreia **Vingadores 4** e com ele nos despediremos de aclamados heróis como Homem de Ferro, Capitão América, Thor, Hulk e do temeroso vilão Thanos. O filme dará fim a toda trajetória desta primeira fase, que se iniciou em 2008, dos filmes do universo cinematográfico da Marvel. Se o longa de 2018 já entrou para história como uma das maiores bilheterias mundiais, o novo filme tem tudo para superar as expectativas e alcançar voos maiores. Quem tem a dura missão de concorrer com as bilheterias de **Vingadores**, são os longas **Detetive Pikachu** (Warner Bros.), **John Wick 3** (Paris Filmes) e o *live-action* de **Aladdin** (Disney).

Para encerrar o primeiro semestre de 2019, teremos grandes produções que prometem resgatar a criança interior dentro de cada um de nós.

Afinal, também há uma expectativa muito grande pelo quarto filme da franquia **Toy Story** (Disney). Se nos trailers divulgados até agora vimos pouco sobre os personagens que já conhecemos e amamos nos cinemas a expectativa não é outra, senão nos emocionar com o longa que promete dar um ponto final nas aventuras de Woody e Buzz Lightyear. E ainda não podemos esquecer de separar uma pipoca a mais para assistirmos **X-Men: Fênix Negra** (Fox), **Pets – A Vida Secreta dos Bichos 2** (Universal), o *live-action* de **O Rei Leão** (Disney) e a provável estreia (sem dia confirmado) de **Turma da Mônica – Laços** (Paris Filmes). ■



DANIEL BYDLOWSKI É MEMBRO DO DIRECTORS GUILD OF AMERICA E ARTISTA DE REALIDADE VIRTUAL. FAZ PARTE DO JÚRI DE FESTIVAIS INTERNACIONAIS DE CINEMA E PESQUISA TEMAS RELACIONADOS ÀS NOVAS TECNOLOGIAS DE MÍDIA, COMO A REALIDADE VIRTUAL E O FUTURE DO CINEMA. É MESTRE PELA UNIVERSITY OF SOUTHERN CALIFORNIA (USC), CONSIDERADA A MELHOR FACULDADE DE CINEMA DOS ESTADOS UNIDOS. ATUALMENTE, CURSA DOUTORADO NA UNIVERSITY OF CALIFORNIA, EM SANTA BARBARA, NOS ESTADOS UNIDOS.



As melhores soluções para o seu cinema!

PROJETORES

**Peças sobressalentes,
Lâmpadas,
Manutenção
(preventiva e corretiva)
e NOC.**



**Pipoca de alta capacidade de expansão
Óleo Vegetal Aromatizado**

Sal de Cúrcuma



**PRODUTOS DE ALTA QUALIDADE
PARA OFERECER
A MELHOR PIPOCA DE CINEMA!**

**POLTRONAS MODERNAS, DESIGN ESPECIAL,
ERGONOMIA IMPECÁVEL E ALTA QUALIDADE.**

5 ANOS DE GARANTIA



Parceiros:



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
ESCRITÓRIO MIAMI - EUA - 5220 Nw72 Avenue, unit#2 - Miami - FL TEL. 305-591-3633 - www.tmpcinema.com

www.santaclarapoltronas.com.br



CINEMAS COMO CENTROS DE ENTRETENIMENTO

POR THAIS LEMOS FOTOS DIVULGAÇÃO

COM O CRESCIMENTO DA TECNOLOGIA E COM A RAPIDEZ QUE OS FILMES CHEGAM NAS MÃOS DOS ESPECTADORES, O CINEMA TRADICIONAL DEVE BUSCAR NOVAS MANEIRAS DE TRAZER O PÚBLICO PARA AS SALAS



Antigamente, ir ao cinema era um programa limitado. O espaço passava apenas filmes selecionados, dando prioridade para os lançamentos. Mas os tempos mudaram e, cada vez mais, ouvimos falar que os complexos podem oferecer mais do que simples filmes, tornando-se grandes centros de entretenimento.

A verdade é que o espectador também mudou com o avanço das tecnologias. Hoje ele pode assistir um filme em diversas plataformas e não é mais necessário esperar tanto tempo para um grande lançamento chegar em suas mãos. Por isso, a modernização dos complexos de cinema é algo necessário.

E foi pensando nisso que surgiu a CGV, rede de cinemas sul-coreana e joint-venture do CJ Group, que hoje é uma das maiores exibidoras do mundo, operando em mais de 3.400 salas em 7 países. Com diversas opções de sala, e as mais variadas tecnologias, o cinema oferece ainda mais entretenimento para os espectadores. A empresa também aposta em diversas opções de lazer, que vão além do filme.

Chace Kim, gerente de marketing da CGV, disse que é importante para um complexo de cinema oferecer outros tipos de entretenimento, como por exemplo, *e-sports*, competição em jogos eletrônicos, e realidade virtual, tecnologia que recria um universo digital personalizado. “Isso é importante para atender a vários grupos de público e suas necessidades, de acordo com as tendências de *high-tech* que estão em rápido desenvolvimento”, completou Kim, em uma entrevista exclusiva à **Revista Exibidor**.

CGV EM NÚMEROS

- ▷ 3,4 mil salas em 463 cinemas pelo mundo
- ▷ 1,1 mil salas estão na Coreia do Sul
- ▷ Plano de passar da marca de 10 mil salas até 2020 em 11 países
- ▷ Objetivo de operar 500 multiplexes
- ▷ Expectativa de ter 86% da receita vindo de fora da Coreia do Sul

REFERÊNCIA MUNDIAL

O primeiro complexo da CGV surgiu em 1998 em Seoul, na Coreia do Sul. Nessa época, um cidadão coreano via, em média, um filme por ano. Agora, esse número subiu para quatro e meio.

Em 2009 com a chegada do cinema digital, outros conteúdos além dos filmes começaram a ser exibidos nos cinemas da CGV, como jogos de *baseball*, a luta japonesa K-1 e concertos de ópera. No ano seguinte, durante a Copa do Mundo, os jogos foram exibidos tanto em salas 2D, como em 3D.

A empresa trouxe mais novidades para Coreia, como o primeiro cinema para filmes independentes e de arte, o CGV Arthouse. Com o su-



BAR QUE FAZ PARTE DOS COMPLEXOS DA CGV

cesso desse projeto, uma distribuidora com o mesmo nome foi criada, focada em longas do gênero. Além de filmes que foram exibidos em festivais dentro e fora do país, o local reúne convidados, como escritores, diretores e atores para gerar debates com o público.

Durante o evento de comemoração aos 10 anos da OCA (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual), Luana Rufino, Superintendente de Análise de Mercado afirmou que a Coreia do Sul é um país interessante de se observar (tonk.es/10AnosOca), pois investiu fortemente nos recursos públicos e distribuiu o capital entre distribuição, exibição local e produção, para melhorar a qualidade do filme. Houve também a política de cotas de exi-

bição de 70 dias por ano, que durou até 2014 e impulsionou na criação de um público consumidor.

Mesmo que metade dos longas assistidos sejam produzidos nos Estados Unidos, os números demonstram que houve forte investimento na área. O país se tornou o sétimo maior mercado no mundo. Mark Shaw, CEO da CJ E&M America, declarou essas informações durante a abertura de um complexo da rede na Califórnia, nos Estados Unidos.

INOVAÇÃO É A PALAVRA-CHAVE

Em um cinema CGV, a inovação é um ponto importante, principalmente dentro das salas de cinema. A começar pelas poltronas, que podem se movimentar e

emitir efeitos de vento, luz e água com a tecnologia 4DX (criada pelo próprio CJ Group). Outra tecnologia do grupo é o ScreenX, em que o filme é projetado em 270 graus, conta com o apoio de uma tela central e as duas paredes laterais. Para isso, os produtores dos filmes precisam gravar com pelo menos três câmeras em diferentes ângulos, o que dá de 15 a 20 minutos de experiência em três grandes telas ao espectador.

Outros diferenciais dos complexos são as poltronas namoradeiras. Tudo bem que muitos cinemas contam com esse tipo de assento, mas as chamadas Sweetbox possuem um encosto que cobre não só as costas, como toda a lateral do assento, criando uma experiência mais intimista.

Há também os diferentes tipos de sala, como a Gold Class, inspirada nos assentos das classes executivas dos aviões, com mais espaço entre as pernas para poder reclinar a poltrona. Essa sala conta com serviço personalizado, onde você pode chamar alguém para te atender sem ter que perder nem um segundo do filme.

Já na L'amour, os assentos são... camas! Os espectadores podem cur-

tir um novo filme deitados em uma cama de casal, que dispõe de travesseiros e coberta. De cortesia, há petiscos, chá e café.

A sala Cine de Chef combina a experiência do cinema com a gastronômica. Antes do filme começar, os espectadores podem fazer uma refeição preparada por um chef de cozinha coreano, em uma sala descrita como semelhante a uma galeria de arte.

As salas Starrium contam com uma tela que foi registrada pelo Guinness Book como a maior do mundo, e som da Dolby Atmos. A sala Premium Cinema possui menos assentos, com poltronas reclináveis. Os complexos também contam com salas Imax.

MUITO ALÉM DO CINEMA

Mesmo com todas essas inovações nos seus complexos, a CGV também se preocupou em atrair o público de uma outra forma e criou o Cultureplex. Um espaço baseado no clássico do cinema, mas que oferece muito mais que isso. Um casal pode se encontrar para um jantar e, logo após a refeição, assistir um filme. Enquanto um grupo de amigos

decide jogar boliche, e ao se cansarem, podem comprar ingressos para ver o último lançamento.

“Por algum tempo, a CGV desenvolveu essa visão de criar um espaço cultural além de um cinema, para que os clientes possam assistir a filmes, saborear alimentos e bebidas, passear e passar algum tempo”, explicou Kim.

Apesar do público principal dos Cultureplex ser cinéfilo, outros clientes acabam visitando o espaço apenas para ficar lá com seus amigos ou para jogar, por exemplo.

O local também organiza apresentações musicais, o que pode levar um novo público a esses eventos específicos e despertar o interesse de conhecer outras atrações da unidade. Um dos Cultureplex ainda conta com uma sala de Escape Room, um jogo de fuga no qual os participantes devem resolver enigmas para completar um determinado objetivo e, há também uma sala decorada com a temática de floresta. Esses diversos diferenciais, dentro e fora das salas, aumentam a frequência de pessoas em um cinema.

Além de duas unidades nos Estados Unidos, Kim explicou que há planos para abrir novos complexos. “Estamos procurando oportunidades para construir novos Cultureplex ao redor do mundo, incluindo a América do Sul”, completou. ■



SALA DE CINEMA COM
TECNOLOGIA SCREEN X

O PARQUE DOS SONHOS

Sonhe Grande



MARÇO NOS CINEMAS
EM 2D E TAMBÉM EM 3D

nickelodeon
MOVIES

OParqueDosSonhosOFilme.com.br [f/ParamountBrasil](https://www.facebook.com/ParamountBrasil) [#OParqueDosSonhos](https://twitter.com/ParamountBrasil) [@ParamountBrasil](https://www.instagram.com/ParamountBrasil) [@ParamountBrasil](https://www.youtube.com/ParamountBrasil) [YouTube/ParamountBrasil](https://www.youtube.com/ParamountBrasil)

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA

© 2015 Paramount Pictures. A Paramount Pictures Production. All Rights Reserved.



BASEADO NO LIVRO ATERRORIZANTE DE STEPHEN KING

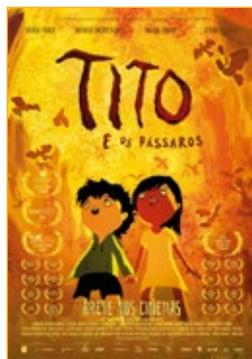
CEMITÉRIO MALDITO

Às vezes estar morto é melhor.

ABRIL NOS CINEMAS

CemiterioMaldito.com.br [#ParamountBrasil](#) [#CemiterioMaldito](#) [@ParamountBrasil](#) [@ParamountBrasil](#) [@ParamountBrasil](#) [@ParamountBrasil](#) [@ParamountBrasil](#)

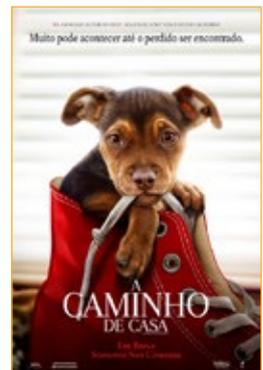
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA



FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
07/02/2019			
ESCAPE ROOM <i>(AINDA SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)</i>	ADAM ROBITEL	DEBORAH ANN WOLL, TAYLOR RUSSEL, TYLER LABINE	SONY
A PALAVRA	GUILHERME DE ALMEIDA PRADO	TUCA ANDRADA, OSCAR MAGRINI, LUCIANO SZAFIR, KARINA BARUN	CALIFORNIA
GUERRA FRIA <i>(COLD WAR)</i>	PAWEL PAWLKOWSKI	JOANNA KULIG, TOMASZ KOT, BORYS SZYC	CALIFORNIA
MALIGNO <i>(THE PRODIGY)</i>	NICHOLAS MCCARTHY	TAYLOR SCHILLING, BRITTANY ALLEN, JACKSON ROBERT SCOTT, COLM FEORE, PETER MOONEY, OLUNIKE ADELIYI, DAVID KOHLSMITH	IMAGEM
ME LEMBRO MAIS DOS CORVOS	GUSTAVO VINAGRE	JULIA KATHARINE	VITRINE
NO PORTAL DA ETERNIDADE <i>(AT ETERNITY'S GATE)</i>	JULIAN SCHNABEL	WILLEM DAFOE, RUPERT FRIEND, OSCAR ISAAC, MADS MIKKELSEN, MATHIEU AMALRIC, EMMANUELLE SEIGNER, NIELS ARESTRUP, ANNE CONSIGNY, AMIRA CASAR, VINCENT PEREZ, LOLITA CHAMMAH, STELLA SCHNABEL, VLADIMIR CONSIGNY, ARTHUR JACQUIN	DIAMOND
O GALÃ	FRANCISCO RAMALHO JR.	TIAGO FRAGOSO, FIUK, CHRISTINE FERNANDES, LUIZ HENRIQUE NOGUEIRA	H2O
PODERIA ME PERDOAR <i>(CAN YOU EVER FORGIVE ME?)</i>	MARIELLE HELLER	MELISSA MCCARTHY, RICHARD E. GRANT, DOLLY WELLS, BEN FALCONE, GREGORY KOROSTISHEVSKY, JANE CURTIN, STEPHEN SPINELLA, CHRISTIAN NAVARRO	FOX
UMA AVENTURA LEGO 2 <i>(THE LEGO MOVIE 2: THE SECOND PART)</i>	MIKE MITCHELL	VOZES DE: CHRIS PRATT, ALISON BRIE, STEPHANIE BEATRIZ, TIFFANY HADDISH, ELIZABETH BANKS, NICK OFFERMAN, CHANNING TATUM	WARNER BROS.
VINGANÇA A SANGUE FRIO <i>(COLD PURSUIT)</i>	HANS PETTER MOLAND	LIAM NEESON, EMMY ROSSUM, LAURA DERN	PARIS
14/02/2019			
A MULA <i>(THE MULE)</i>	CLINT EASTWOOD	CLINT EASTWOOD, BRADLEY COOPER, TAISSA FARMIGA, MICHAEL PEÑA, LAURENCE FISHBURNE	WARNER BROS.
ALITA: ANJO DE COMBATE <i>(ALITA: BATTLE ANGEL)</i>	ROBERT RODRIGUEZ	EIZA GONZÁLEZ, JENNIFER CONNELLY, MICHELLE RODRIGUEZ, CHRISTOPH WALTZ, ROSA SALAZAR, MAHERSHALA ALI, ED SKREIN	FOX
DUAS RAINHAS <i>(MARY, QUEEN OF SCOTS)</i>	JOSIE ROURKE	MARGOT ROBBIE, GUY PEARCE, SAORSE RONAN, GEMMA CHAN, DAVID TENNANT	UNIVERSAL
MINHA FAMA DE MAU	LUI FARIAS	CHAY SUEDE, GABRIEL LEONE, WANDERLÉA, CARLOS IMPERIAL, PAULO GRACINDO, NARA	DOWNTOWN/ PARIS
QUERIDO MENINO <i>(BEAUTIFUL BOY)</i>	FELIX VAN GROENINGEN	STEVE CARELL, TIMOTHÉE CHALAMET, MAURA TIERNEY, CHRISTIAN CONVERY, OAKLEY BULL, KAITLYN DEVER, AMY RYAN, STEFANIE SCOTT, JULIAN WORKS, KUE LAWRENCE, JACK DYLAN GRAZER, RICKY LOW	DIAMOND
SOBIBOR	KONSTANTIN KHABENSKIY	KONSTANTIN KHABENSKIY, CHRISTOPHER LAMBERT, MARIYA KOZHEVNIKOVA, MICHALINA OLSZANSKA, PHILIPPE REINHARDT, MAXIMILIAN DIRB, MINDAUGAS PAPIINGIS, WOLFGANG CERNY, ROMAN AGEEV	MARES/A2
TITO E OS PÁSSAROS	GUSTAVO STEINBERG, GABRIEL BITAR, ANDRÉ CATOTO	VOZES DE: PEDRO HENRIQUE, MARINA SERRIETELLO, MATHIEUS SOLANO, ENRICO CARDOSO, DENISE FRAGA, MATHIEUS NACHTERGALE, LIPE VOLPATO, OTÁVIO AUGUSTO, ANTONIELLA CANTO, NELSON BASKERVILLE, CESAR MARCHETTI, FERNANDO PAZ, ELCIO SODRÉ, VINICIUS GARCIA	ELO COMPANY
TODOS JÁ SABEM <i>(TODOS LO SABEN)</i>	ASGHAR FARHADI	RICARDO DARÍN, PENÉLOPE CRUZ, JAVIER BARDEM, JAIME LORENTE, BÁRBARA LENNIE	PARIS



FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
21/02/2019			
A MORTE TE DÁ PARABÉNS 2 <i>(HAPPY DEATH DAY 2U)</i>	CHRISTOPHER LONDON	ISRAEL BROUSSARD, JESSICA ROTHE, RUBY MODINE, SURAJ SHARMA, SARAH YARKIN, RACHEL MATTHEWS, WENDY MIKLOVIC	UNIVERSAL
CHORAR DE RIR	TONIKO MELO	LEANDRO HASSUM, OTÁVIO MÜLLER, MONIQUE ALFRADIQUE, JANDIRA MARTINI, NATÁLIA LAGE, RAFAEL PORTUGAL	WARNER BROS.
HOMEM LIVRE	ALVARO FURLONI	ARMANDO BABAIOFF, FLÁVIO BAURAUQUI, THUANY ANDRADE, ROSANE MULHOLLAND, MARCIO VITO, GIANCARLO DI TOMASSO, LUCAS GOUVEA	OLHAR DISTRIBUIÇÃO
SAI DE BAIXO - O FILME	CRIS D'AMATO	TOM CAVALCANTE, MIGUEL FALABELLA, MARISA ORTH, ARACY BALABANIAN, CACAU PROTÁSIO, RAFAEL CANEDO, LÚCIO MAURO FILHO, KATIUSCIA CANORO	IMAGEM
SOCORRO! VIREI UMA GAROTA	LEANDRO NERI	TATI LOPES, MANU GAVASSI, LIPY ADLER, LEO BAHIA, LUA BLANCO	DOWNTOWN/ PARIS
28/02/2019			
A CAMINHO DE CASA <i>(A DOG'S WAY HOME)</i>	CHARLES MARTIN SMITH	ASHLEY JUDD, EDWARD JAMES OLMOS, ALEXANDRA SHIPP	SONY
CALMARIA <i>(SERENITY)</i>	STEVEN KNIGHT	ANNE HATHAWAY, DIANE LANE, MATTHEW MCCONAUGHEY, JEREMY STRONG, JASON CLARKE, DJIMON HOUNSOU, GARION DOWDS	DIAMOND
CINDERELA POP	BRUNO GAROTTI	MAISA SILVA, FERNANDA PAES LEME, FILIPE BRAGANÇA, MARCELO VALLE, SÉRGIO MALHEIROS, GIOVANNA GRIGIO	GALERIA DISTRIBUIDORA
MADEMOISELLE PARADIS <i>(MADEMOISELLE PARADIS)</i>	BARBARA ALBERT	MARIA DRAGLUS, DEVID STRIESOW, LUKAS MIKO, KATIA KOLM, MARESI RIEGNER, JOHANNA ORSINI-ROSENBERG, STEFANIE REINSPERGER, CHRISTOPH LUSER, SUSANNE WUEST, THERESA MARTINI, JULIA POINTNER, SASCHA MERÉNYI	MARES/A2
NÃO OLHE <i>(LOOK AWAY)</i>	ASSAF BERNSTEIN	INDIA EISLEY, JASON ISAACS, PENELOPE MITCHELL, MIRA SORVINO, JOHN C. MACDONALD, HARRISON GILBERTSON, KRISTEN HARRIS, KIERA JOHNSON, MICHAL BERNSTEIN, GLENN ODERO, BURT LANCON, ERNIE PITTS, ADAM HURTIG	PARIS
07/03/2019			
ALBATROZ	DANIEL AUGUSTO	ALEXANDRE NERO, ANDRÉA BELTRÃO, MARIA FLOR, CAMILA MORGADO, ANDREIA HORTA	DOWNTOWN/ PARIS
CAPITÃ MARVEL <i>(CAPTAIN MARVEL)</i>	ANNA BODEN, RYAN FLECK	BRIE LARSON, GEMMA CHAN, MCKENNA GRACE, LEE PACE, BEN MENDELSON, SAMUEL L. JACKSON, JUDE LAW, DJIMON HOUNSOU	DISNEY
O OLHO E A FACA	PAULO SACRAMENTO	RODRIGO LOMBARDI, MARIA LUISA MENDONÇA, LUIS MELO	CALIFORNIA



OS PROJETORES NACIONAIS

POR RAFAEL DE LUNA FREIRE

Com a digitalização praticamente completa do circuito exibidor brasileiro, hoje encontramos no mercado diferentes marcas de projetores digitais, tais como o norte-americano Christie ou o belga Barco. Mas vale frisar que todos os projetores profissionais em uso nas salas de cinema brasileiras são importados. Situação muito diferente da época da película 35mm, quando a maior parte do circuito exibidor brasileiro utilizava projetores de fabricação nacional.

A história dos fabricantes de equipamentos de projeção brasileiros é pouco estudada e difícil de ser pesquisada. Praticamente não há documentos nos arquivos e cinematecas sobre esse tema ou sobre essas empresas, sendo necessário recorrer aos familiares dos empresários, à memória oral e a coleções privadas. Entretanto, essa é uma história fascinante que precisa ser melhor conhecida.

Nas primeiras décadas do cinema no Brasil, os projetores utilizados eram todos importados, sobretudo da França (por exemplo, Pathé e Gaumont), da Alemanha (o caso do Ernemann) e dos Estados Unidos, como o Simplex, que teve longo sucesso no mercado nacional. Ainda no período do cinema silencioso, o distribuidor Gustavo Zieglitz, dono da Agência Cinematográfica Pathé, em São Paulo, começou a fabricar seu projetor Sólidus, mas sem maior sucesso.

Foi apenas após a chegada do cinema sonoro, com o encarecimento dos equipamentos de projeção sono-

ra, importados principalmente dos Estados Unidos (Western Electric, RCA, Pacent etc.), que empresários brasileiros viram a oportunidade de fabricar contrafações nacionais, mais simples, baratas e acessíveis aos pequenos exibidores brasileiros. Em 1930, surgiu o Cinephon, fabricado por José Joaquim de Barros, no Rio de Janeiro, inicialmente apenas no modelo Vitaphone (som em discos), mas logo depois também em Movietone (som ótico). Pouco depois, a poderosa empresa paulista Byington & Cia lançou o seu Fonocinex, muito vendido no Sul do país. Em 1932, ex-funcionários da Cinephon montaram uma empresa própria, a Cinetom, que atendeu a exibidores do interior do Sudeste e Nordeste.

Ao longo dos anos 1930, a maior parte dos pequenos exibidores optou pelos projetores nacionais, fomentando um grande desenvolvimento do mercado, especialmente por empresas de São Paulo. Surgiram marcas como o popular Triunfo, a Sólidus voltou com força, e nasceu a Centauro, uma das poucas que existem até os dias atuais.

Os grandes cinemas das capitais optaram, em geral, por projetores importados, num mercado cada vez mais diversificado no qual entraram com força fabricantes holandeses (Philips) e italianos (Cinemecanica). Mas fora dos grandes centros do Rio e São Paulo também surgiram fabri-

nal, como a Velocine, em Pernambuco, e a Cinevox, em Minas Gerais. A Cinevox, fundada por Alysson de Faria, foi mais tarde renomeada como Incol por seu filho Orion Jardim de Faria. No período de popularização dos grandes formatos, o projetor conjugado Incol 35mm/70mm fez grande sucesso, chegando aos grandes cinemas das capitais.

Os fabricantes brasileiros atravessaram várias mudanças e novidades tecnológicas (cinemascope, Xênon, som digital), mas com a diminuição do circuito exibidor nos anos 1980, a venda de novos projetores caiu drasticamente. Robustos e duráveis, os projetores 35mm podiam ser usados durante muitos anos e, assim, o principal mercado passou a ser o da reforma dos projetores das muitas salas que iam fechando as portas. Hoje, escrever a história desses equipamentos, das empresas e das pessoas por trás delas é um verdadeiro trabalho arqueológico. ■



RAFAEL DE LUNA FREIRE PROFESSOR DO DEPARTAMENTO DE CINEMA E VÍDEO DA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (UFF). COORDENADOR DO LABORATÓRIO UNIVERSITÁRIO DE PRESERVAÇÃO AUDIOVISUAL (LUPA-UFF).

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 - vendas@hotsound.com.br - Tel.: (19) 3881-2988 / (19) 3881-2833



MORADIA DO CINEMA BRASILEIRO

POR THÁIS LEMOS. FOTOS DIVULGAÇÃO

PONTO CINE, LOCALIZADO NA PERIFERIA DO RIO DE JANEIRO, MANTÉM TRADIÇÃO DE EXIBIR APENAS FILMES NACIONAIS

O Ponto Cine possui apenas uma sala de exibição, localizada em Guadalupe, periferia do Rio de Janeiro, e mesmo assim se considera “o maior exibidor de filmes brasileiros do mundo”.

Adailton Medeiros, fundador do Ponto Cine, sempre sonhou em ter um cinema e aos 9 anos construiu um projetor com caixa de papelão. Aos 20, saiu do Rio para viver na região amazônica e ao voltar, 11 anos depois, os cinemas que frequentava durante a juventude não existiam mais. “Entrei em acordo com uma empresa onde eu trabalhava, ela me demitiu. Com o dinheiro que recebi, comprei um projetor de lente de cristal líquido e montei meu primeiro espaço de exibição em Anchieta, a Casa de Artes de Anchieta”, contou Medeiros.

Não demorou para o espaço ficar pequeno e Adailton começou a exibir filmes nas ruas, praças e escolas. “E numa de minhas exibições alternativas na praça de alimentação do Guadalupe Shopping, fui convidado pra montar uma sala ali. Foi uma questão de oportunidade.”

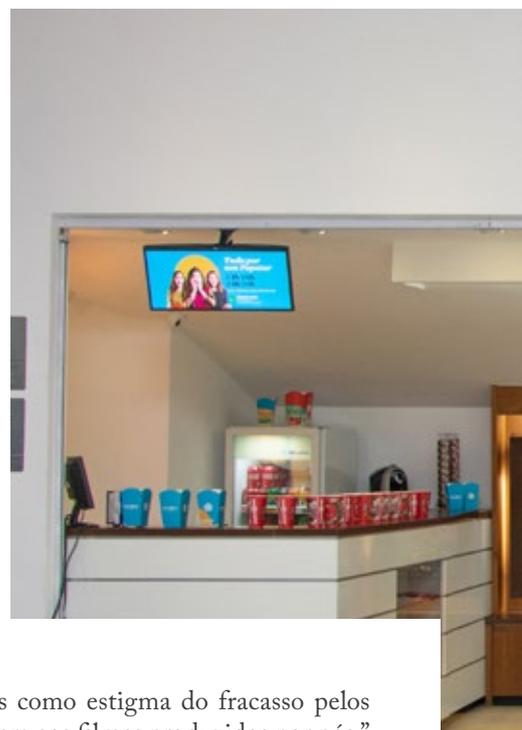
Desde então, o Ponto Cine ganhou prêmios importantes, principalmente pela sua programação dedicada exclusivamente ao cinema nacional, uma ideia que, segundo Adailton, surgiu do óbvio. “Se não existirem cinemas com a “convicção” de exibir filmes brasileiros (e isso passa por uma série de questões, e não só ideológicas, como está em moda, mas de incentivo, impulso e desejo), esbarraremos sempre na distribuição e a conde-

naresmos ou a teremos como estigma do fracasso pelos brasileiros não assistirem aos filmes produzidos por nós.”

Com o tempo, Guadalupe saiu das páginas policiais e foi parar em cadernos de culturas de veículos renomados, em diversas monografias e teses acadêmicas e virou caso de estudo de cinco faculdades. Mas sua trajetória não ficou só marcada por conquistas. Em junho de 2018, o Ponto Cine completou 12 anos em meio a uma crise de patrocínios e a violência do Estado, levando ao encerramento de suas atividades.

Após o fechamento do Ponto Cine ser anunciado em redes sociais, rapidamente uma campanha chamada #voltapontocine foi levantada ([tonk.es/fechamentopontocine](https://www.tonk.es/fechamentopontocine)), pois diversas pessoas, tanto do segmento cultural quanto espectadores, ficaram indignados. O local já estava fechado para reformas, mas a situação se agravou após um incidente em um banco localizado dentro do shopping, causando ainda mais dificuldades financeiras.

Ao saberem da situação, instituições como o Ministério da Cultura (MinC) e o Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ) destinaram investimentos para que o cinema continuasse a operar. Com cerca de R\$ 500 mil reais, o Ponto Cine reabriu suas portas no dia 11 de outubro, apresentando novidades tecnológicas, como uma tela maior, vinheta de segurança e nova identidade visual. Novos recursos de acessibilidade também foram implantados, incluindo sinalização e mapa tátil.





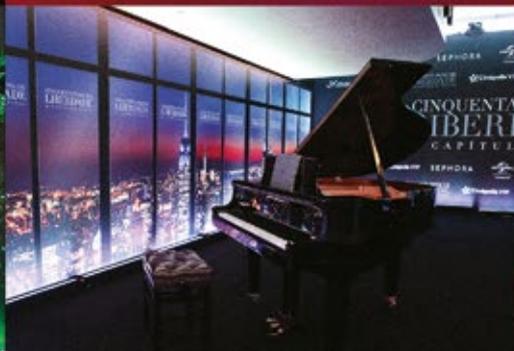
Aliás, o cinema se preocupa com a questão de acessibilidade desde antes da Instrução Normativa da ANCINE.

Medeiros resolveu fazer do Ponto Cine um local 100% acessível, mas não foi possível de imediato. “A princípio, seguindo as regras vigentes na época, destinamos espaços para cadeirantes e rampas de acesso. Porém, inovamos com poltronas para obesos. É importante salientar que na época elas não existiam e nem eram exigidas. Após divulgarmos tanto acabou virando lei e requisito de adequação para construção de espaços destinados a eventos públicos, não só de salas de cinema, teatros, cinemas e casas de espetáculos.”

Além disso, o espaço conta com diversos projetos. O ProSocialCinema, que tem como meta a formação de público, através da alfabetização do olhar e do comportamento. O projeto conta com patrocínio da Petrobrás e se divide em três subprojetos: Cinema Escola, que tem a proposta de levar 400 estudantes da rede pública por semana ao cinema em horário comercial; Cinema Para Todos, com os mesmos princípios, mas voltado as ONGs, associações e outros grupos organizados; e o Diálogos com o Cinema, programa quinzenal que exhibe um filme nacional inédito, seguido por debates com diretores, produtores e atores, diretamente com a plateia.

Já o Oficina-se tem o objetivo de formar mão-de-obra especializada para atuar no cinema brasileiro em diversos pontos do interior do Brasil. “Com o foco na formação de exibidores, o projeto tenta quebrar a realidade do país de concentrar os grandes complexos de exibição nos centros urbanos provocando um distanciamento das regiões periféricas do acesso ao cinema brasileiro”, nos explica Adailton. O projeto Rede Limpa de Exibição traz soluções de implementação de novas tecnologias de exibição, alinhados a preservação do meio ambiente, enquanto o Tecnologia Limpa segue a meta de implementação de uma rede de exibição livre de emissão de CO², estudando um método de transmissão de filmes via banda larga ou satélite. Há também o CineLiterário, que visa a difusão da literatura brasileira e do cinema nacional, formação e ampliação de público para esses dois segmentos, além de doação de mídiotecas a escolas públicas.

O Ponto Cine disputa lugar com diversos locais da cidade, e está distante dos cartões postais mais conhecidos do Rio de Janeiro. Mas o foco de seu trabalho é na educação e formação, em resultados que vão aparecer a médio prazo. “O Ponto Cine é uma quebra de paradigma, não só para Guadalupe, mas para a cidade, o estado e o País. É reconhecidamente a moradia do cinema brasileiro, nada que foge a esse laboratório, a essa vocação que, de certa forma, está no imaginário dos seus moradores”. ■





**2018 FOI UM ANO E TANTO,
QUASE NÃO SOBROU ESPAÇO
NESSE ANÚNCIO PARA AGRADECER.**

**MUITO OBRIGADO A TODOS
CLIENTES E PARCEIROS.
EM 2019 TEM MUITO MAIS.**

RG

#FAZENDOACONTECER

/RGPRODUCCOESS (11) 5035-8384





EXPOCINE

01 - 04/OUT DE 2019

EXPOCINE.COM.BR



EXLIBRIS

ANO VII - № 32, JAN-MAR 2019