

R E V I S T A

EXIBIDOR

ANO V - Nº 18 | JULHO/2015

2ª PESQUISA DE PROJETORES DIGITAIS

REVISTA EXIBIDOR REAVALIA PRODUTOS E SERVIÇOS DOS PRINCIPAIS FABRICANTES



PÚBLICO

ASCENSÃO DA AUDIÊNCIA
GEEK NO CINEMA

FUTURO

O CINEMA EM 2025 NA
OPINIÃO DE EXECUTIVOS
DO MERCADO

ENTREVISTA

ALFREDO MANEVY,
PRESIDENTE DA SP3CINE

SE PREPARE PARA O SEGUNDO MAIOR ENCONTRO DE
NEGÓCIOS DO MUNDO PARA EXIBIDORES

INSCRIÇÕES ABERTAS EM AGOSTO/15



EXPOCINE/15

17-18-19 NOVEMBRO/2015

CENTRO DE CONVENÇÕES FREI CANECA - SÃO PAULO-SP

EM 2015 COM + CONTEÚDO
+ ESPAÇO
+ DIAS
+ ESTANDES

EXPOCINE.COM.BR

PATROCÍNIO



APOIO



OP. DE VIAGEM



REALIZAÇÃO



UM PÉ NO PRESENTE E OUTRO NO FUTURO

CARO LEITOR, VOCÊ DEVE TER PERCEBIDO que esta edição está um pouco menor do que as anteriores. A última edição saiu em maio, com um atraso de um mês em razão dos eventos da Cinemacore e Show de Inverno. Com isso, ficamos com pouco prazo para produzir esta edição.

Ainda assim, trazemos matérias de ótima qualidade. Você reparou também que mudamos? Mudamos o layout da Revista e do Portal, ambos estão com um visual mais clean e atrativo. Além disso, estamos também com uma nova forma de assinaturas, desta vez mensal para lhe dar total comodidade.

Mudamos porque o mercado muda constantemente e é preciso acompanhar as exigências e necessidades dos executivos. Repare que nas reportagens, agora há sempre a indicação de “esse conteúdo é bom para”. Pretendemos com isso que a Exibidor não fique parada em sua mesa e que circule nos diversos departamentos, sendo conteúdo informativo e formativo.

Trazemos como matéria de capa a 2ª edição da pesquisa sobre a qualidade dos produtos e serviços prestados pelas três fabricantes de projetores que atuam no mercado brasileiro. A digitalização ensaia o seu fim e decidimos repetir o comparativo para ver se algo mudou nos últimos dois anos.

Ainda no presente, mas de olho no futuro, falamos sobre a ascensão do Público Geek e como aproveitar seu potencial nos cinemas. Algumas iniciativas bem-sucedidas provam que ainda há muito a ser feito.

E como será o cinema daqui dez anos? Para traçar esse cenário, ouvimos executivos de todos os elos da cadeia (exibição, distribuição e produção).

Se prepare, começa agora mais uma contagem regressiva para a Expocine, que está maior, com mais espaço físico e com três dias de programação. Revelamos as novidades desta edição e as parcerias e apoios fechados até o momento pelo evento.

Aproveitamos o espaço para dedicar uma breve homenagem a um dos nossos primeiros articulistas, Antonio Lima Neto, um profissional com vasta experiência em Recursos Humanos e falecido em junho deste ano. Nossos mais sinceros votos de pesar e obrigado por ter colaborado conosco na construção desta publicação.

Até outubro!

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

EXPEDIENTE

EDIÇÃO E DIREÇÃO
Marcelo J. L. Lima

REDAÇÃO
Natalí Alencar (MTB 51480)
Fábio Gomes, Fábio Guedes
e Vanessa Vieira

PROJETO GRÁFICO
E DIREÇÃO DE ARTE
Raphael Grizilli

REVISÃO
Vanessa Vieira

COMERCIAL E ANÚNCIOS
www.exibidor.com.br/anuncie
Tel.: (11) 4040 4712

ASSINATURAS
www.exibidor.com.br/assine
Tel.: (11) 4040 4712

COLABORADORES
Marcelo Pedrazzi, Marcos Bitelli,
Selmo Kaufmann, Omelete, Espaço Z

IMPRESSÃO
Vox Editora
www.voxeditora.com.br
Tiragem de 1600 exemplares

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO
29/06/2015

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.

Este exemplar faz parte do Acervo
da Cinemateca do Rio de Janeiro.

COM **DOLBY ATMOS** SEU CINEMA TERÁ
MAIS UM FANTÁSTICO: **O SOM**



QUARTETO
FANT **4** STICO

6 DE AGOSTO TAMBÉM EM

 **DOLBY ATMOS**[®]

SINTA TODAS AS DIMENSÕES

#QUARTETOFANTÁSTICO



TM & © 2015 MARVEL & Subs. © 2015 TWENTIETH CENTURY FOX
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA. PROPRIEDADE DA FOX. SOMENTE PARA USO PROMOCIONAL. VENDA, DUPLICAÇÃO OU QUALQUER OUTRO USO DESTES MATERIAIS É ESTRITAMENTE PROIBIDO.
Dolby, Dolby Atmos, Sinta Todas as Dimensões e o símbolo D-ouço são marcas registradas da Dolby Laboratories.



EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

A	CINÉPOLIS	F	M	S
ADOROCINEMA	CINESPAÇO	FENECC	MARVEL	SONY
AEXIB	CINESYSTEM	FOX FILM	MASTERIMAGE	SPCINE
ANCINE	CINEMATECA CAPITÓLIO	G	MOVIECOM	T
B	CIRCUITO DE CINEMAS	GFK	N	TELECINE
BARCO	CIRCUITO SHOW	GNC	NIELSEN-IBOPE	THE WRAP
BOXOFFICE	COMIC CON EXPERIENCE	GRUPO CINE	O	U
C	CONSCIÊNCIA	I	O2 PLAY	UCI
CENTAURO	D	IMAX	OMELETE	ULTRACINE
CENTERPLEX	DC COMICS	INGRESSO.COM	P	V
CHRISTIE	DISNEY	K	PARANOID	VIDEOSOFT
CINE A	DOLBY	KINOPLEX	PARIS	W
CINE ROXY	E	L	PLAYARTE	WARNER BROS.
CINEART	ESPAÇO DE CINEMA	LODUCCA	R	Y
CINEFLIX	ESPAÇO ITAÚ	LUCASFILM	RIOFILME	YAHOO MOVIES
CINELIVE	ESPAÇO/Z			
CINEMARK	ESPN			
CINEMATOGRAFICA ARAÚJO	EUROPA FILMES			

EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

BARCO www.barco.com/pt	DOLBY www.dolby.com/br/pt	KINOPLEX www.kinoplex.com.br
CENTAURO www centauro-cinema.com.br	ESPAÇO Z espacoz.com.br	MARCOSEG www.mseguros.com.br
CHRISTIE www.christiedigital.com.br/pt-br	EXPOCINE expocine.com.br	MARES FILMES www.maresfilmes.com.br
CINE BRASIL www.facebook.com/CineBrasilDigitalCinema	GDC www.gdc-tech.com	MASTERIMAGE www.masterimage3d.com
CINEMARK www.cinemark.com.br	INGRESSO.COM www.ingresso.com	QUANTA DGT www.quantadgt.com
		SANTA CLARA POLTRONAS www.santaclarapoltronas.com.br

SUA SALA PREMIUM
MERECE UM **SOM PREMIUM**



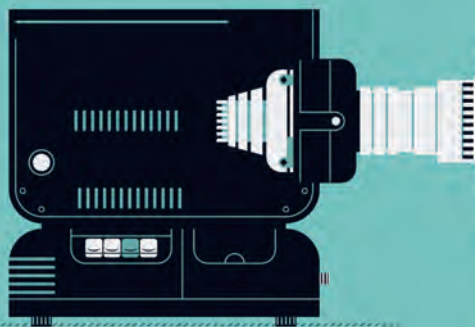
**DOLBY
ATMOS**

SINTA TODAS AS DIMENSÕES

Mais de 1000 salas instaladas no mundo • Tecnologia adotada pelos maiores estúdios de Hollywood • Número de filmes cada vez maior, inclusive na versão dublada • Novas especificações mais simples e práticas • A qualidade e experiência Dolby em matéria de som • Tudo isso e mais fazem do **Dolby Atmos** a escolha perfeita para salas **Premium Large Format**, proporcionando ao público a melhor experiência de som imersivo do cinema.

vendas@dolby.com

JULHO 2015



30
CAPA |

**2ª PESQUISA DE AVALIAÇÃO
DE PROJETORES NO BRASIL**

SUMÁRIO

NOTÍCIAS | 10

Giro pelo mercado

INFOGRÁFICO | 14

O preço do *reboot*

CLAQUETE.COM | 16

Novidades do cinema

ENTREVISTA | 20

Alfredo Manevy, da Spcine, revela próximas ações da entidade

MARKETING | 24

O potencial cada vez maior do público Geek no cinema

ARTIGO MARKETING | 28

O "P" da questão

ARTIGO LEGISLAÇÃO | 38

Racionamento e Cota de Tela

FUTURO | 40

Como será o cinema daqui dez anos?

CONVENÇÃO | 44

Expocine 2015 anuncia novidades

AGENDA | 50

Próximos lançamentos

ARTIGO TECNOLOGIA | 52

E agora, o laser

TRAJETÓRIA | 54

O retorno da Cinemateca Capitólio



PORTAL

EXIBIDOR

CANNES 2015

Pela primeira vez em muitos anos o Brasil ficou de fora das principais mostras do Festival de Cannes. Mas no Marché du Film, a parte de mercado do Festival, o cinema nacional mostrou, mais uma vez, a sua força. Foram mais de 10.500 participantes e 1.500 projeções, fazendo do evento o que mais contribui para a indústria mundial do cinema. Confira a cobertura completa em tonk.es/cannes2015.

PARIS FILMES REALIZA ROADSHOW

A Paris Filmes realizou em 18 e 19 de junho no Cinemark Cidade São Paulo um evento exclusivo aos exibidores para mostrar suas apostas até novembro deste ano. A distribuidora apresentou dois longas na íntegra (**Meu Passado me Condena 2** e **Carrossel**) com a presença do elenco e mostrou materiais de seu line-up. Leia mais em: tonk.es/roadshowparis2015.

A FORÇA DAS MARCÃS DISNEY

A 9ª Expo Disney realizada em São Paulo em 27 e 28 de maio trouxe os lançamentos da Disney (e suas marcas) para o mercado de cinema, rádio, TV e produtos de consumo. A programação do encontro teve novamente uma apresentação especial de line-up para os exibidores e outros parceiros do estúdio, além de palestras sobre as franquias da Disney, Pixar, Marvel e LucasFilm. Veja os detalhes do encontro em: tonk.es/expodisney2015.



WWW.EXIBIDOR.COM.BR



PODE FICAR
TRANQUILO,
FORA DAS
TELONAS NÓS
CUIDAMOS DE
TUDO!

A Marcoseg Seguros é especialista em seguro de cinemas.

Consulte condições especiais para exibidores.



www.mseguros.com.br
marcos@mseguros.com.br | Tel.: 11 2684-9896

BARCO ANUNCIA PROJETOR PARA TELAS DE 7,5 M



A Barco confirmou o lançamento de mais um projetor em seu catálogo, o DP2K-6E. Criado para ser utilizado em telas pequenas de até 7,5 m, o produto estará comercialmente disponível aos cinemas em outubro deste ano.

Tão silencioso quanto aos principais aparelhos do mercado, o projetor vem com duas lâmpadas UHP que são fáceis de trocar, facilitando a manutenção.

“O novo projetor da E-series trás a aclamada qualidade de imagem da empresa para os menores cinemas da indústria. Assim, oferecemos o mais completo acervo de projetores de cinema digital DCI, fornecendo aos nossos clientes uma combinação perfeita para todo tipo de tela – da menor para os maiores cinemas do mundo”, afirmou Stijn Henderickx, vice-presidente de cinema digital da Barco.

CINEMARK NA AV. PAULISTA

A Rede Cinemark inaugurou seu 23º complexo na capital paulista no Shopping Cidade São Paulo (Av. Paulista) com seis salas de exibição todas equipadas com a tecnologia 3D e capacidade para 1.079 pessoas.

Dentre os destaques do novo complexo, estão quatro terminais de autoatendimento e o serviço expresso do snack bar, que permitem de sexta a domingo, que os produtos de bombonière sejam adquiridos antecipadamente.

Com a inauguração, a Cinemark alcança a marca de 73 complexos de exibição no País com cerca de 30% do mercado brasileiro de cinema e 563 salas distribuídas por 16 estados e Distrito Federal.

Recentemente a rede abriu o primeiro complexo com salas Vip na zona norte de São Paulo, no Shopping Lar Center.

UCI INAUGURA OITO SALAS EM MANAUS

A UCI Cinemas abriu em junho, em Manaus (AM), um complexo com oito salas no Sumaúma ParkShopping, aberto em novembro de 2014 na Cidade Nova. Quatro salas possuem tecnologia 3D, sendo uma no formato XPLUS com som Dolby Atmos. O local tem capacidade total para 1.620 espectadores.

Segundo a rede, foram investidos aproximadamente R\$ 11 milhões. De acordo com Monica Portella, diretora de marketing da rede, as expectativas são altas quando o assunto é público. “Esperamos fazer em torno de 500 mil espectadores no primeiro ano de funcionamento”, diz.

Com essa inauguração, a UCI Cinemas passa a ter 22 complexos espalhados pelo país, totalizando 190 salas. A cidade de Manaus agora conta com 58 salas e sete complexos.

FINAL DA UEFA CHAMPIONS LEAGUE ATRAIU 24 MIL PESSOAS



Exibida ao vivo nos cinemas pela ESPN em parceria com a Cinelive, a final da UEFA Champions League 2014/2015 entre Barcelona e Juventus atraiu mais de 24 mil pessoas aos cinemas, o que lhe conferiu posição de destaque entre as dez maiores bilheteiras do último fim de semana no Brasil. Em comparação com o ano anterior, houve aumento de 71% em público (Veja os detalhes em tonk.es/finaluefa2015).

O jogo foi exibido para 135 cinemas em 54 cidades brasileiras. Esse foi o quinto ano em que a partida foi exibida nos cinemas.

Segundo a Cinelive, a aceitação tem sido cada vez maior. “A final da edição 2014/2015 do torneio de clubes mais importante do mundo da bola apresentou recorde em número de salas, em vendas antecipadas de bilhetes e no público total que acompanhou o evento nos cinemas. Esses números ratificam o interesse do público em usufruir outras opções de entretenimento nos cinemas”, afirma Laudson Diniz, gerente executivo da Cinelive.

CINEFLIX LEVA CINEMA 4K PARA O INTERIOR DE SÃO PAULO



A rede Cineflix inaugurou cinco salas de cinema digitais em Limeira, no interior de São Paulo. Localizado no Shopping Nações Limeira, o espaço conta com 1.147 poltronas e trata-se da 13ª unidade da rede no país, sendo as demais localizadas em quatro Estados (São Paulo, Paraná, Goiás e Rio Grande do Sul) e no Distrito Federal.

A sala 1, que conta com 332 lugares, apresenta uma novidade para a cidade: a tecnologia 4K. Com poucas unidades no Brasil, o projetor 4K é um dos últimos lançamentos disponíveis no mercado de cinema digital. As outras quatro salas têm tecnologia 2K.

Os projetores são NEC e o sistema de som é Dolby Surround 7.1. Além disso, as salas contam com poltronas em couro ecológico numeradas, incluindo os assentos no formato “namoradeiras”, lugares para cadeirantes e pessoas obesas.

NOVO PORTAL DE MANUTENÇÃO DA CENTAURO

A Centauro lançou em maio um portal web de manutenção com o objetivo de aumentar ainda mais o seu programa de assistência aos cinemas. Com a implantação, novas e diferentes funcionalidades foram acrescentadas.

Os exibidores podem fazer abertura de novos chamados técnicos – diretamente na área do portal ou por e-mail. “Isso facilita e dá transparência para todo o processo, pois não é possível apagar um chamado e todas as ações estão veiculadas a uma pessoa. Assim, tudo fica registrado e o chamado será fechado apenas se o problema for resolvido por um de nossos técnicos”, afirmou Luis Ciocler, da Centauro ao Portal Exibidor.

O ticket pode ser controlado pelos gerentes de cada cinema e ele pode entender as ações que o departamento de manutenção está tomando para solucionar os problemas apontados.

O executivo da empresa explica em detalhes o funcionamento do site em: tonk.es/novoportalcentauro.



LINUS VIRA PROTAGONISTA EM CAMPANHA DO COBERTOR

A Fox Film do Brasil desenvolveu uma campanha diferente para divulgar **Snoopy & Charlie Brown: Peanuts, O Filme** (*The Peanuts Movie*)

A distribuidora divulgou a Campanha do Cobertor, idealizada pela agência Loducca, que conta com Linus, da trupe de Charlie Brown, como porta-voz. O personagem, que marcará presença no longa, tem como amigo inseparável o seu fiel cobertor e, por conta disso, o mote da campanha é: “Ele já tem o dele. Doe para quem não tem”.

Os postos de coleta serão em 161 cinemas. As redes participantes são: Cinemark, Cinesystem, Circuito Show, Playarte, Espaço Itaú, Cinespaço, Cinépolis, Cineart, Centerplex, Moviecom, Kinoplex, Grupo Cine, GNC, Cinematográfica Araújo, Cine Roxy e Circuito de Cinemas.

A campanha termina em 15 de agosto e o filme tem estreia prevista para janeiro de 2016.

CHRISTIE ABRE NOVO ESCRITÓRIO NO BRASIL

Os planos da Christie para o Brasil são dos mais ousados. A empresa pretende expandir sua atuação entre os exibidores nacionais e internacionais e, para isso, abriu um novo escritório na Vila Olímpia (São Paulo/SP) para receber e atender clientes, parceiros e amigos. A inauguração foi realizada no início de junho. O **Portal Exibidor** visitou o local, conferiu de perto as mudanças e conversou com os executivos da companhia.

“Esse escritório é ótimo, nada menos do que ótimas notícias. Somos uma empresa de tecnologia que precisa de um espaço para demonstrar isso aos nossos clientes. Esse é o lugar perfeito para exibi-la”, diz Juan Carlos Chavez, diretor para a América Latina.

O local conta com um centro de treinamento para cerca de 40 pessoas, no qual exibidores e integradores podem ser treinados no manejo e manutenção e dos equipamentos.

Leia a reportagem completa em: tonk.es/novoescritoriochristie.



QUER UM EFEITO ESPECIAL PARA O SEU EVENTO? A CINEMARK TEM TODOS.

Na Cinemark você pode alugar espaços para diversos eventos corporativos: sessões de cinema fechadas, palestras, coquetéis, reuniões corporativas e conferências com exibição de conteúdo ao vivo por todo Brasil. Tudo isso com a tradicional pipoca e outros produtos de nosso Snack Bar, em um ambiente com conforto e proteção da mais alta qualidade.

Acesse cinemark.com.br e saiba mais.



 cinemark.com.br

    [cinemarkoficial](#)

CINEMARK[®]

É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.

O PREÇO DO REBOOT

POR MARCELO FORLANI - SÓCIO-FUNDADOR DO OMELETE | ILUSTRAÇÃO THOBIA DANELUZ

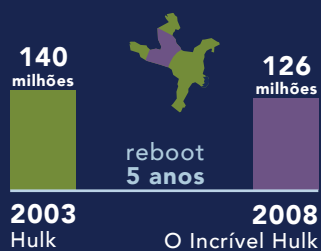
Uma das palavras mais utilizadas atualmente em Hollywood é “reboot”. O ato de pegar um título antigo e atualizá-lo para os dias de hoje não é novidade – Brian De Palma refilmou **Scarface** com Al Pacino e muita gente nem sabe que, em 1932, Howard Hawks já havia contado aquela história de gângsteres. Mas nos últimos anos temos exemplos de que a coisa está fugindo um pouco do controle, atingindo inclusive os filmes de super-heróis, gênero tão recente por lá. Antes da estreia do novo **Quarteto Fantástico**, vamos dar uma olhada nos principais *reboots* que vimos recentemente e analisar se eles deram certo ou não. Relembre agora algumas franquias da Marvel e DC que já passaram por reboots no cinema, e veja os números que elas movimentaram.

LUCRO Comparamos o tempo de “hibernação” e os lucros (diferença entre o orçamento divulgado de produção e os resultados de bilheteria atualizados pela inflação do período).

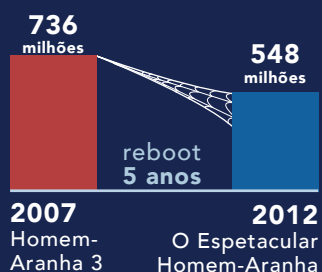
SUPERMAN



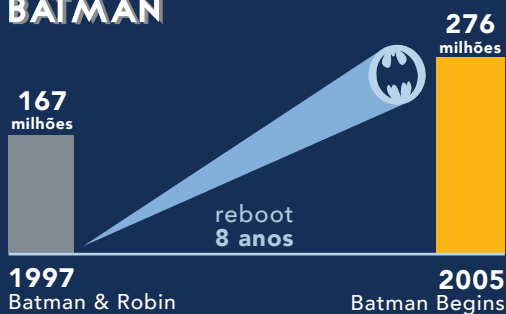
HULK



HOMEM-ARANHA



BATMAN



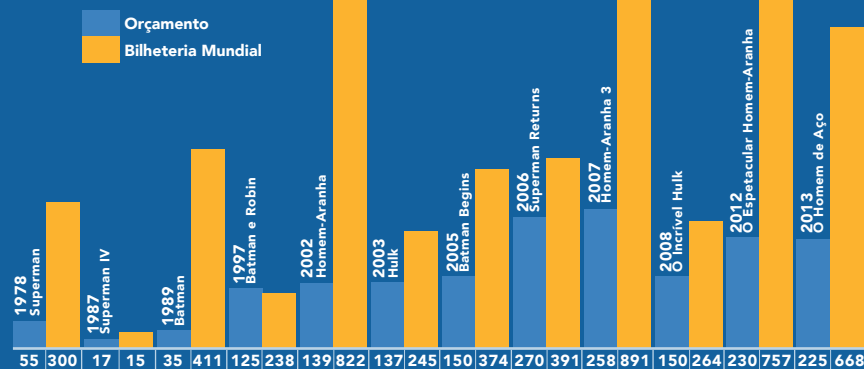
*Em milhões de dólares
Fonte: BoxOffice Mojo

LINHA DO TEMPO, ORÇAMENTOS E BILHETERIAS GLOBAIS*

Selecionamos aqui apenas o primeiro filme de cada franquia, o filme que levou ao seu "congelamento" e o resultado do seu reboot.

*Em milhões de dólares

Fonte: BoxOffice Mojo, exceto Superman IV, que não tem números oficiais de bilheteria global



RESULTADOS NADA FANTÁSTICOS

QUARTETO FANTÁSTICO

2005

100 milhões



Orçamento

330 milhões



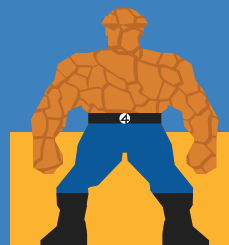
Bilheteria Mundial

230 milhões



Balanco

283 milhões



Balanco corrigido pela inflação

QUARTETO FANTÁSTICO E O SURFISTA PRATEADO

2007

130 milhões



Orçamento

289 milhões



Bilheteria mundial

159 milhões



Balanco

185 milhões



Balanco corrigido pela inflação

QUARTETO FANTÁSTICO

2015

Orçamento: 122 milhões

7 de Agosto



“KICK-ASS” PODE TER SPINOFF FOCADO EM HIT GIRL

Matthew Vaughn, que dirigiu **Kick-Ass – Quebrando Tudo** (*Kick-Ass*, 2010), afirmou que pretende fazer um filme focado apenas na Hit Girl, personagem interpretado por Chloë Grace Moretz nos dois primeiros longas da série.

“Estamos trabalhando na ideia de fazer um filme antes do primeiro, sobre como Hit Girl e Big Daddy se tornaram Hit Girl e Big Daddy”, afirmou em entrevista ao site Yahoo Movies, lembrando o personagem de Nicholas Cage no primeiro longa. A ideia do diretor é apagar **Kick-Ass 2** (*Kick-Ass 2*, 2013), que foi dirigido por Jeff Wadlow e teve um desempenho fraco junto à crítica e ao público.

KENNETH BRANAGH DIRIGIRÁ ADAPTAÇÃO DE OBRA DE AGATHA CHRISTIE

Da famosa autora de suspense e gênero policial Agatha Christie, o livro “Assassinato no Expresso Oriente” será adaptado à telona. Para dirigir essa produção, foi escolhido o diretor Kenneth Branagh que, segundo o *The Wrap*, está em negociações.

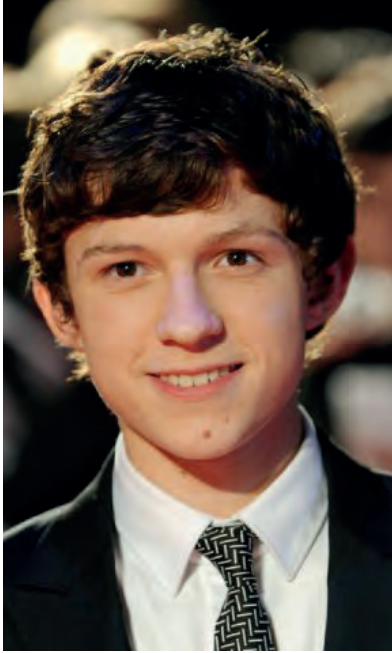
O roteiro do longa será elaborado por Michael Green.

No livro, um trem luxuoso é forçado a parar devido a uma tempestade de neve no meio da Iugoslávia. E tudo porque descobriram que, na noite anterior, um passageiro foi assassinado. O detetive Hercule Poirot estava no trem e contará com sua experiência para resolver o crime.

O longa ainda não tem data de estreia prevista.

MARVEL CONFIRMA ATOR QUE SERÁ O PRÓXIMO “HOMEM-ARANHA”

©DIVULGAÇÃO



A Marvel e a Sony definiram oficialmente quem será o novo Homem-Aranha dos cinemas. Ao contrário das expectativas, não será o ator Asa Butterfield, mas sim o britânico Tom Holland (foto), de 19 anos.

Pouco conhecido, Holland trabalhou no filme-catástrofe **O Impossível** (*The Impossible*, 2011), de 2012. Os estúdios confirmaram também o nome do diretor da nova obra: Jon Watts, que tem no currículo o terror **Clown** e também **Cop Car**, que estreia em agosto nos EUA.

A expectativa é que sejam produzidos entre três e quatro filmes do herói, um para cada ano de Peter Parker no colegial e a história de origem não aparecerá mais uma vez na telona.

Antes de ganhar filmes solos, o herói deve aparecer em **Capitão América: Guerra Civil** (*Captain America: Civil War*), que estreia em 2016.

PARANOID E EUROPA FECHAM DISTRIBUIÇÃO DO LONGA “AMORES URBANOS”

A Paranoid e a Europa Filmes assinaram contrato para a distribuição do longa **Amores Urbanos**, de Vera Egito – que antes levava o título temporário de “SP é uma festa”. O filme deve chegar aos cinemas no primeiro semestre de 2016.

O longa é uma comédia dramática que narra a história de três amigos que vivem no mesmo prédio na capital paulista. Jovens anti-heróis, eles superam suas desventuras amorosas e profissionais com humor e personalidade.

Amores Urbanos tem como protagonistas o músico Thiago Pethit – que faz seu debut no cinema – além das atrizes Maria Laura Nogueira e Renata Gaspar. Também compõem o elenco a cantora Ana Cañas, a estilista Emanuelle Junqueira, o ator Lucas Veríssimo e a apresentadora Sarah Oliveira.

JAMES WAN ASSUME A DIREÇÃO DE “AQUAMAN”

A Warner confirmou que James Wan vai assumir o comando do inédito filme de Aquaman, estrelado por Jason Momoa como o super-herói que habita os mares. O anúncio foi feito por Greg Silverman, Presidente de Desenvolvimento Criativo e Produção Global da produtora.

“O filme do Aquaman será um grande sucesso para nós e a diversidade da obra de James prova que ele é capaz de enfrentar qualquer tipo de projeto, trazendo seu incrível talento criativo e uma voz única ao filme”, afirma Silverman.

Wan também irá supervisionar o roteiro de Kurt Johnstad. O filme está sendo produzido por Charles Roven, Deborah Snyder e Zack Snyder. “James não é apenas um grande contador de histórias, mas pode fazer a ação realmente explodir nas telonas”, afirmou Roven.

Com lançamento previsto para 2018, o filme é baseado nos personagens que aparecem nas histórias em quadrinhos publicadas pela DC Comics.

“MALÉVOLA” NEGOCIA ROTEIRISTA PARA SEQUÊNCIA

©DIVULGAÇÃO



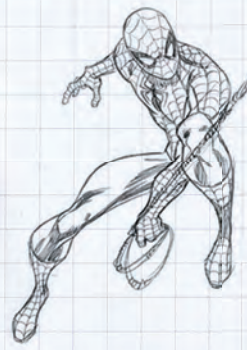
A Disney abriu negociação com a roteirista Linda Woolverton para que ela retorne e escreva a sequência **Malévola 2** (*Maleficent*). A informação é do site *The Wrap*.

Woolverton escreverá mais uma vez o roteiro e a expectativa é que Angelina Jolie retorne no papel principal do conto de fadas. Joe Roth deve voltar na produção e Robert Stromberg, diretor do longa original, pode ser substituído.

A produção lançada no ano passado custou cerca de US\$ 180 milhões ao estúdio, mas foi um sucesso mundial, arrecadando US\$ 241 milhões somente nos EUA e mais US\$ 517 milhões ao redor do globo, totalizando US\$ 758 milhões.



Ligar para o atendimento

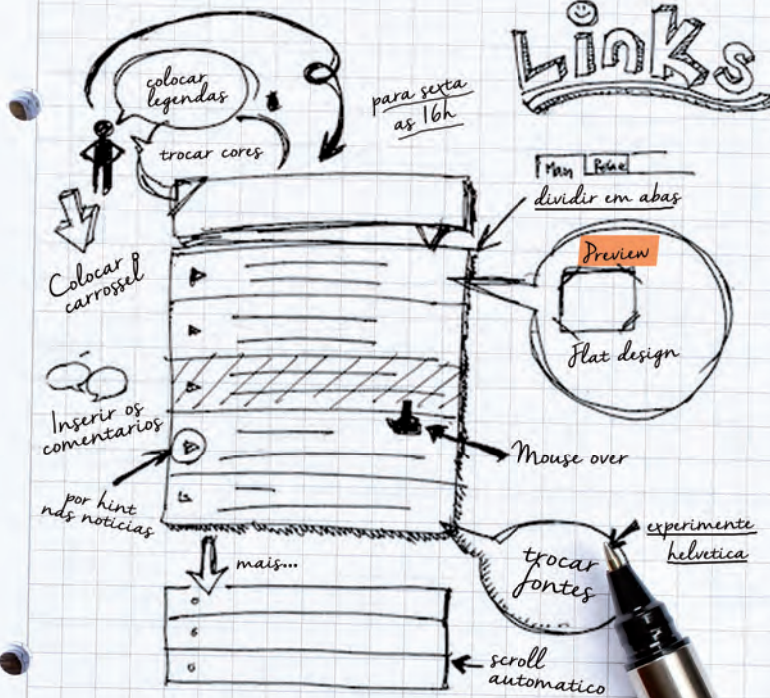


NÓS VIVEMOS CINEMA



Arte
Approved

Projeto #53



 **tonks**

www.tonks.com.br

[WEBSITES . HOTSITES . SISTEMAS . WEBMARKETING]

INDO ALÉM DA PRODUÇÃO

ALFREDO MANEVY, DIRETOR-PRESIDENTE DA SPCINE, FALA SOBRE PLANOS PARA NOVOS DIÁLOGOS DA ENTIDADE COM OS EXIBIDORES

POR VANESSA VIEIRA | FOTO DIVULGAÇÃO

PRESTES A COMPLETAR CINCO MESES em atividade, a Spcine, entidade de cinema e audiovisual criada pela prefeitura de São Paulo em parceria com o Governo do Estado e a ANCINE, já lançou editais que chegam a um total de R\$ 20 milhões; inaugurou uma sala Spcine no recém reaberto Caixa Belas Artes – famoso cinema da região da Avenida Paulista – e começou a anunciar suas propostas para o setor audiovisual. Entre as novidades que a empresa traz a princípio para a capital paulista está o interesse em desenvolver a exibição e a distribuição tanto quanto a produção.

Alfredo Manevy, diretor-presidente da Spcine, defende a importância do

mercado exibidor para o desenvolvimento do audiovisual paulista, assim como a necessidade de políticas que ajudem o exibidor a expandir para áreas ainda sem cinemas, depender menos do shopping center e até mesmo a criar novos modelos de negócio.

“Consideramos que o parque exibidor de São Paulo é estratégico e, como o maior mercado do Brasil, São Paulo tem que ser capaz de apoiar o setor

de exibição para que ele se desenvolva e possa ter uma presença à altura da demanda. Para isso, queremos ouvir o exibidor”, comenta Manevy em entrevista à **Revista Exibidor**.

REVISTA EXIBIDOR - O QUE A SPCINE PODE APONTAR COMO CONQUISTAS ATÉ O MOMENTO?

Alfredo Manevy – A inauguração da Spcine tem quase cinco meses e estamos ainda recém-nascidos. Eu acho que é preciso reconhecer que fizemos muito em pouco tempo: colocamos uma sala no Belas Artes de pé, criamos um circuito em áreas nas quais o mercado não atua ao equiparmos 15 CEUs e



de potente, que tem diversidade, mas eu diria que fomos muito bem recebidos.

cinco centros culturais com tecnologia [de projeção] digital, e lançamos R\$ 20 milhões em editais públicos, sendo que, desses 20 milhões, 7 milhões são para promoção de filmes brasileiros. Ou seja, em vez de só produzir filmes, estamos investindo também em levar o público ao cinema.

QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS DIFICULDADES QUE ENFRENTARAM DESDE A INAUGURAÇÃO?

A maior dificuldade é a de que estamos em um ano difícil, economicamente complicado e politicamente acirrado. Assim como é a mudança cultural pela qual a cidade está passando, que tem como tom São Paulo se reconhecer como uma metrópole cultural do planeta, uma cida-

COMO A SPCINE ENXERGA O MERCADO BRASILEIRO DE EXIBIÇÃO E COMO ESTÁ O RELACIONAMENTO COM O EXIBIDOR?

O relacionamento está excelente porque nós estamos tratando a exibição como uma das prioridades da cidade de São Paulo. Não é possível desenvolver a produção sem uma contraparte do desenvolvimento de exibição e da distribuição. A diferença dos exibidores para os produtores é que os exibidores são mais tímidos do ponto de vista do diálogo político, mas isso não é uma crítica e sim uma característica. Talvez o mercado seja tão exigente que seja difícil fazer política, mas é fundamental que estabeleçamos logo esse diálogo para ter uma política de exibição consistente na cidade.

Por isso, consideramos que o parque exibidor é estratégico e, como o maior

mercado do Brasil, São Paulo tem que ser capaz de apoiar o setor de exibição para que ele se desenvolva e possa ter uma presença à altura da demanda. O meu desejo é desenvolver uma política de incentivo ao mercado exibidor e eu gostaria de convidar todo o setor de exibição aqui de São Paulo para uma reunião para discutir como a prefeitura pode ajudar nesse sentido.

Eu quero escutar quem está na ponta porque é quem sabe onde pega. Eu acredito que precisamos retomar o cinema de rua, é um tema importante para nós, mas também acredito que é preciso buscar formas de incentivar a instalação de cinemas em bairros de São Paulo que não têm salas. Eu tenho certeza de que o

setor exibidor tem o maior interesse em expandir, então é preciso pensar em políticas de desenvolvimento, incentivos, formas pelas quais a prefeitura possa ajudar a expansão do circuito exibidor.

COMO A SPCINE VÊ O CINEMA DE RUA EM SÃO PAULO?

Eu acho que nós temos um desafio importante aqui na região central. Já desapropriamos o Arte Palácio e o Marrocos, mas este está ocupado por um movimento de moradia. A retomada dessas salas de cinema é fundamental para o centro de São Paulo e serão retomadas em uma perspectiva não só de cinema, mas multiuso. Acreditamos que o projeto daqui do centro de desenvolvimento do centro de São Paulo passa pela retomada da Cinelândia.

Então a retomada do cinema de rua é importante no centro e não só no centro, mas eu diria que, além do cinema de rua, é preciso discutir os modelos de exibição para que possamos incentivar a durabilidade em longo prazo dessa sala de cinema. Eu acho que nós temos um desafio de pensar salas não só em shoppings centers, mas também em outras formas de oferecer a exibição. Será que em São Paulo nós não podemos trabalhar em terminais de ônibus, em mercados regionais, em estação de metrô? Existem aí uns temas que envolvem mobilidade e acesso que podem ser interessantes para o circuito exibidor se envolver.

COMO SE DARIA ESSE ENVOLVIMENTO DO EXIBIDOR COM A MOBILIDADE E O ACESSO?

Se tivermos a inteligência de investir no plano diretor estratégico da cidade e articulá-lo com o desenvolvimento do cinema pode ser bom para todo mundo. Bom para a cidade e bom para o circuito exibidor que vai alcançar parcelas da população que hoje não são atingidas. O setor exibidor tem que alcançar as classes C e D no Brasil porque só A e B não comportam o desenvolvimento do mercado.

Mas sabemos que não é fácil. É preciso ter políticas, é preciso ter novos modelos e ver se são viáveis. Esse é um debate que nós queremos fazer com o próprio circuito exibidor para ver se há caminhos a seguir e se a prefeitura pode ajudar nisso.

O EXIBIDOR VERIA ESSES CAMINHOS COMO NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO?

Exatamente. Caberia ao exibidor enxergar aí um modelo de negócio do mesmo jeito que é hoje a questão da bomboniere e da publicidade antes do filme, que compõem um modelo de negócios que ajuda a fechar a conta do exibidor. Será que não podemos desenvolver outros modelos entendendo o momento da cidade, a juventude e suas demandas, a mobilidade das pessoas?

Uma coisa que me preocupa é a dependência que o exibidor tem hoje do shopping. Então, se uma nova geração

o audiovisual e tivemos essa coragem de criar em um momento importante para a cidade de repactuação, de atualização de São Paulo, de São Paulo ser capaz de afirmar suas potências.

QUAIS SERIAM OS PRÓXIMOS PASSOS NO RELACIONAMENTO ENTRE SPCINE E EXIBIDORES?

Nós queremos que os exibidores tenham uma cadeira no conselho consultivo da Spcine para que o diálogo seja permanente. Já tivemos reuniões muito boas e estão previstas várias reuniões no próprio conselho, que é formado por entidades de classe, e vamos convidá-los para reuniões sobre vários temas que impactam o circuito exibidor. Precisamos entender que o exibidor é o mais próximo do público, é ele que tem que ser escutado

“QUEREMOS QUE OS EXIBIDORES TENHAM UMA CADEIRA NO CONSELHO CONSULTIVO PARA QUE O DIÁLOGO SEJA PERMANENTE”

que está vindo aí tem pouca paciência para o shopping porque acredita que é melhor ir para a rua, como vamos lidar com isso? Acho que é um desafio e o mercado está atento a isso, mas eu penso que o poder público, por meio da Spcine, pode ajudar. Eu acho que São Paulo estava devendo há 20 anos uma instituição como a Spcine. Faltou coragem nesses 20 anos de criar uma política para

para entender a relação com a sociedade. Não se pode desprezar o elo da exibição quando se pensa em uma política de audiovisual, muito pelo contrário. É esse elo que talvez seja o mais sensível e queremos que haja uma parceria com o mercado exibidor para que ele possa expandir por São Paulo e pelo interior do Estado.

O diretor da Spcine falou também sobre distribuição e formação de público. Veja em tonk.es/distribuicaoapcine. **E**



CinemaBarco

Viva a experiência da magia

As tecnologias podem ser revolucionárias, mas o que inspira o público a ir ao cinema é a magia dos momentos inesquecíveis que o cinema vem proporcionando para a vida das pessoas há mais de 100 anos. Representando um novo paradigma no cinema de entretenimento, a linha CinemaBarco dá vida a todas as áreas do cinema, com entretenimento visual de forma envolvente e espetacular, antes, durante e depois do filme, criando uma experiência mágica e única de ir ao cinema.

Agora, você pode equipar o seu cinema com soluções inovadoras - com produtos visuais para o lobby, que permitem interação do público com o filme e as mídias sociais, sinalização digital com telas LCD, e projetores de última geração e som imersivo para o auditório - para criar novas oportunidades de receitas para o seu negócio, aumentando simultaneamente a experiência do público com efeitos visuais mágicos.

Barco
USA: +1 916 859 2500
Latam: +55 11 3513 1000
Europe: +32 56 36 80 47
sales.digitalcinema@barco.com

BARCO

Visibly yours



A ASCENSÃO DO PÚBLICO GEEK

UM DOS PÚBLICOS MAIS IMPORTANTES DOS CINEMAS, ESSES ESPECTADORES PRECISAM DE ATENÇÃO ESPECIAL, CONTEÚDO DIFERENCIADO E TRANSFORMAM FRANQUIAS EM BLOCKBUSTERS E EXIBIÇÕES EM GRANDES EVENTOS

POR FÁBIO GOMES | FOTOS DIVULGAÇÃO

FOI-SE O TEMPO EM QUE O TERMO *Nerd* era considerado pejorativo. Filmes dos anos 80 retratavam esse público como pessoas estranhas e eles eram normalmente apresentados como motivo de risada nos colégios. Desengonçados, sem amigos e apaixonados algo incompreensível para a maioria, eles viraram um estereótipo completo com a chegada de filmes como **A Vingança dos Nerds** (*Revenge of the Nerds*, 1984).

Contudo, o tempo passou e o que antes era tosco, agora se tornou um dos principais públicos do cinema mundial. Hollywood começou a entender o potencial desses espectadores apaixonados não apenas por tecnologia, mas também por jogos eletrônicos, quadrinhos, livros, animes e, claro, filmes. Um público fiel, os *Geeks* começaram a tomar conta das salas de cinema e grandes produções voltadas a esse público, atualmente, ficam recorrentemente no topo da bilheteria mundial.

“É um público que normalmente exige um cuidado um pouco acima do normal. Se você vai fazer alguma ação é bom que ela seja bem pensada em termos de não cometer gafes com o objeto da paixão dele. É importante ter alguém te assessorando corretamente e entregar uma experiência memorável. Porque essa pessoa vai te defender e vai estar do seu lado se ela gostar da sessão que teve algo a mais. Ele se torna fã do intermediário, não é só fã da obra em si, ele vai ser um fã da empresa que facilitou o contato dele com a obra e com a marca. É extremamente fiel e difícil porque uma vez que você o perde, dificilmente vai conseguir conquistá-lo de novo”, afirma Érico Borgo, editor-chefe do site Omelete, um dos veículos especializados na cultura *Geek* no país.

Borgo explica que o público *Geek* é bastante especializado e, quando você conversa com esse espectador, não está

mexendo apenas com um hobby da pessoa, mas sim com sua essência, pois muitos têm uma ligação emocional com determinados filmes e franquias. “Muitas vezes ele tem uma relação com um determinado super-herói há 20/30 anos, então você não vai tratar como coisa de criança, apesar dele ter um público infantil. Não se pode generalizar, pois uma pessoa com mais de 25 anos tem também uma relação nostálgica, emocional, ele cresceu lendo aqueles personagens. É necessário um cuidado que vai além do espectador que vai casualmente ao cinema, por exemplo”, completa.

A importância desse público é tamanha que a maioria dos filmes presentes no top 10 de maiores bilheterias da história são voltados aos *Geeks* e produções como **Avatar**, os dois longas da série **Os Vingadores** (*The Avengers*, 2012), **Homem de Ferro 3** (*Iron Man 3*, 2013), **Harry Potter e as Relíquias da Morte – Parte 2** (*Harry Potter and the Deathly Hallows – Part 2*, 2011) e **O Senhor dos Anéis: O Retorno do Rei** (*The Lord of the Rings: The Return of the King*, 2003) figuram em posições de destaque no ranking (confira a lista na página 26).

Esse público sempre está atrás de experiências diferenciadas e sempre está disposto a pagar caso o cinema apresente uma decoração alternativa ou novos conteúdos, sejam eles em filmes ou conteúdos alternativos.

FIDELIZANDO O PÚBLICO

No ano passado, cinemas da rede Cinemark realizaram a estreia do episódio “Respire Fundo” da série britânica **Doctor Who**. Especialmente para a versão cinematográfica, os fãs puderam assistir a onze minutos extras com cenas dos bastidores do primeiro episódio da série e entrevistas com os produtores e com o ator principal, Peter Capaldi, o novo Doctor Who.

O episódio foi exibido em 360 salas, incluindo o formato XD (*Extreme Digital Cinema*), que conta com telas maiores que as convencionais e uma sonorização ainda mais potente. O evento foi o segundo

realizado pela rede envolvendo o personagem, que teve a exibição do 50º episódio da série – “O Dia do Médico” – em mais de 1.500 cinemas em todo o mundo, fazendo com que uma numerosa variedade de fãs se reunisse como nunca visto antes.

Isso mostra a predisposição do público em se reunir em cinemas caso seja um conteúdo diferenciado e de seu interesse. A Cinelive transmitiu a final da 1ª Etapa do Circuito Brasileiro de **League of Legends** (CBLoL) ao vivo em 25 salas ao redor do país, o dobro do circuito original planejado pela Riot Games – produtora e distribuidora do game –, que realizou a ação pela primeira vez no País e viu um total de 6.500 espectadores.

“Tivemos um evento onde o exibidor teve zero de esforço de venda e 100% de lotação em todas as salas, porque esse público se mobiliza e se fala de uma forma muito rápida e é isso que a gente vem tentando acessar. **League of Legends** nós colocamos em caráter experimental, lotamos as primeiras dez salas em menos de 2 horas, as segundas dez salas em mais duas horas de venda e depois abrimos mais sete salas. Todas elas 100% esgotadas. Essa é a diferença, ele se mobiliza”, diz Laudson Diniz, diretor da Cinelive.

Segundo o executivo, 70% dessas pessoas nunca tinham comprado uma entrada para o cinema pelo site Ingresso.com, por exemplo. O feito provou que um novo público foi para os cinemas, um tipo de espectador que normalmente não comparece nas sessões cinematográficas. “O cinema mudou. O espectador não vai mais comprar o ticket, a pipoca, assistir e vai embora. Ele chega, compra, assiste uma parte, tem intervalo, vai consumir algo a mais, tem que se preparar nessa questão de atendimento para conseguir maximizar. Uma vez que

TOP 10 MAIORES BILHETERIAS DA HISTÓRIA*

NÃO POR ACASO, GRANDE PARTE DOS FILMES PRESENTES NA LISTA DE MAIORES BILHETERIAS DA HISTÓRIA ESTÃO LONGAS VOLTADAS AO PÚBLICO GEEK. CONFIRA A LISTA ABAIXO COM AS PRODUÇÕES VOLTADAS A ESSE PÚBLICO DESTACADAS:



1	AVATAR	US\$2,788.0
2	TITANIC	US\$2,186.8
3	OS VINGADORES	US\$1,518.6
4	VELOZES E FURIOSOS 7	US\$1,511.6
5	VINGADORES: ERA DE ULTRON	US\$1,371.6
6	HARRY POTTER E AS RELÍQUIAS DA MORTE - PARTE II	US\$1,341.5
7	FROZEN	US\$1,274.2
8	JURASSIC WORLD: O MUNDO DOS DINOSSAUROS	US\$1,245.9
9	HOMEM DE FERRO 3	US\$1,215.4
10	TRANSFORMERS: O LADO ESCURO DA LUA	US\$1,123.8

FONTE: BOX OFFICE MOJO

*DADOS COLETADOS ATÉ O FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO.

a gente conseguiu que o público chegue lá, precisa ser absorvido e entender melhor como maximizar a ida desse cliente. Essa preparação deve existir por parte do cinema”, explica Laudson.

Um cinema preparado vai garantir o retorno desse público, que nas redes sociais também fará com que o cinema ganhe novos clientes.

A FORÇA NAS REDES SOCIAIS

Hoje, mais de 68,4 milhões de pessoas usam a internet pelo smartphone no Brasil segundo pesquisa da Nielsen-Ibope e, entre os aplicativos mais baixados, estão as redes sociais. Muito utilizadas por esse público, elas se tornam fonte de propaganda indireta para os conteúdos e para os cinemas.

“Uma das coisas que a gente ouviu muito é que esse público é muito vocal, eles mandam e-mail, mobilizam nas redes, montam eventos, se falam de uma forma gigantesca”, explica Laudson Diniz.

Por conta disso, a comunicação com o

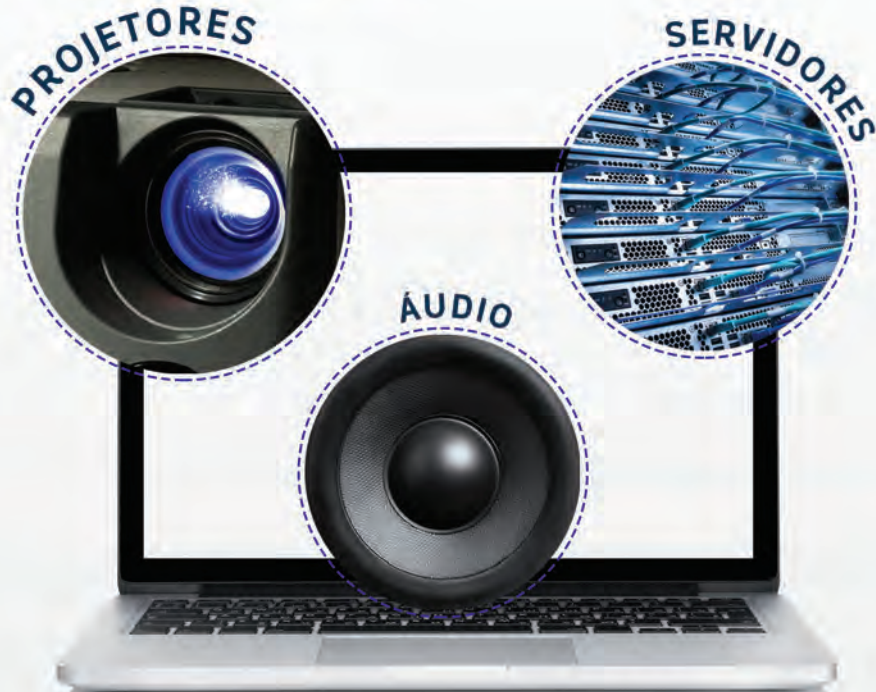
público *Geek* nas redes sociais precisa ser feita de maneira cuidadosa e não subestimando o conhecimento do espectador sobre a produção a ser exibida no cinema. “Não é um público que vai ao cinema por ir ao cinema, ele vai porque está esperando *Os Vingadores* (*The Avengers*, 2012) há dois anos e meio. Desde que saiu o primeiro, ele está esperando sair o segundo. Então é muito importante que o cinema informe em todas as suas redes onde vai ser vendido, por onde vai ser vendido, pois essa é uma pessoa que vai comprar para a primeira sessão. De repente ele até curte ir pra fila e ficar conversando com os outros fãs. É legal que você tenha uma conversa muito franca com ele, tem de ter algo na fila, quem chegar primeiro vai ganhar um bônus celebrando que chegou primeiro para assistir. Você marca a importância dele”, completa Borgo.

Ainda neste ano, serão lançados longas como *Homem-Formiga* (*Ant-Man*), *Quarteto Fantástico* (*Fantastic Four*),

Star Wars: O Despertar da Força (*Star Wars: The Force Awakens*) e a última parte da saga *Jogos Vorazes* (*Hunger Games*) que irão tomar as telonas e fãs dessas franquias prometem tomar os cinemas logo nas primeiras sessões. Caso o exibidor deseje fazer algo diferente, é bom que se prepare com antecedência.

“A sessão tem de ser tecnicamente perfeita. Se quebrar um ar condicionado, por exemplo, você precisa se posicionar imediatamente pois esse é um tipo de público em que 95% fica online, sendo que 50% fica mais de dez horas na internet por dia, então ele vai te destruir, ele vai falar o quanto a experiência não foi boa. Então caso algo aconteça, tem que ser extremamente aberto e honesto e tentar conversar para minimizar o problema, que seja uma experiência à altura da exigência desse cara e se ela for é um fã para vida toda do seu cinema, da sua sessão, daquele evento. Se criar algo diferenciado, vai ser para a vida inteira”, finaliza o executivo do Omelete. **E**

O controle absoluto de suas salas



CHRISTIE

masterImage
ABSOLUTELY 3D

(Revendedor Autorizado)

DOLBY

Os serviços do Centro de Operações de Network (NOC) da CineBrasil é a sua garantia de desempenho, livrando de preocupações suas salas de cinema.

A partir do nosso NOC dedicado, pode-se monitorar permanentemente cada projetor, servidor, sistema de gerenciamento e controlador de automação, garantindo o funcionamento das suas salas de cinemas.

A CineBrasil mantém profissionais de plantão em Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Curitiba e São Paulo, além de plantão on-line em nosso NOC em Santos-SP.

- Suporte Técnico Online
- Equipamentos e Peças
- Software
- Manutenção



www.cinebrasil.co.uk

O “P” DA QUESTÃO

POR: SELMO KAUFMANN

PHILIP KOTLER, um americano que tem hoje 84 anos, é considerado um dos pais do marketing. Com doutorado pelo MIT e a publicação de inúmeros estudos que se tornaram referências acadêmicas, foi o principal inspirador e divulgador de conceitos de marketing estratégico. O mais célebre dos seus estudos fala a respeito dos quatro “Ps” e sua importância em criar as estratégias para alavancar os negócios.

Os 4 Ps, também conhecido como Marketing Mix ou Composto de **Marketing**, são elementos básicos que visam construir uma estratégia de desenvolvimento de negócios, seja na sua sustentabilidade ou como uma forma de enfrentar os concorrentes. São eles: **Preço, Praça ou Ponto de venda, Produto e Promoção**. Conforme os próprios nomes, cada elemento deve ser tratado e observado, levando em consideração o mercado em que se está inserido.

PREÇO é o volume de dinheiro que será desembolsado pelo consumidor para receber os benefícios do serviço. Cabe aqui a primeira reflexão: será que o preço cobrado está alto ou baixo? Não é porque todo mundo cobra um determinado valor, que ele deve ser repetido. No caso específico de salas de exibição, devemos perguntar se esta praça suporta o que se cobra. Sabemos que há limitações impostas por meia entrada etc., mas será que não devemos pensar em políticas variáveis, seja por dia, horários e até por tipo de filmes exibidos?

PONTO é onde o serviço está disponibilizado. No caso de salas de exibição, o modelo mais comum é o dos shopping centers. Mas essa opção tem limites. O shopping oferece tudo, mas devemos pensar em alternativas e aí podemos ter surpresas e descobrir que existem outros pontos. Em qualquer situação, localização é tudo, estar perto de estacionamentos e transporte público pode ser um diferencial. Observe o local de funcionamento, mesmo que seja tradicional, pergunte se ele ainda é o ideal. Caso contrário, mova seu negócio para um lugar mais confortável. Não submeta o negócio ao imóvel e sim ao consumidor.

PROMOÇÃO talvez seja o aspecto mais conhecido. Estamos sempre querendo que o serviço seja visto e lembrado. Hoje existem inúmeras ferramentas à disposição do gestor. Pense bem e otimize as ações. A comunicação tem muito mais concorrentes do que pensamos existir. Leia sobre novas ferramentas e ações, procure por casos de sucesso, olhe para sua praça e aprenda como os consumidores querem ser informados, pergunte a ele. Só essa atitude reverterá em simpatia para o seu negócio.

PRODUTO são as características e atributos para satisfazer uma necessidade ou desejo. No caso das salas de exibição, devemos questionar: será que é apenas uma sala de projeção ou um centro de entretenimento? É preciso definir qual é o negócio que está tocando, quais os atributos e o que será colocado à disposição do consumidor. No mercado já existe uma gama de opções possíveis a serem exibidas e esta

oferta cresce a cada dia como o sucesso da final da **Champions League**, final de séries de TV, concertos de música, ballet e campeonato de games.

Os quatro fatores do composto de marketing aqui apresentados estão intimamente relacionados. As decisões tomadas num aspecto influenciam os demais. Para finalizar, uma frase de Philip Kotler: “Satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto (ou serviço) em relação às expectativas da pessoa”. ■



SELMO KAUFMANN TEM FORMAÇÃO MULTIDISCIPLINAR E AMPLA VISÃO ORGANIZACIONAL, FRUTO DOS TRABALHOS EXECUTADOS EM EMPRESAS DE GRANDE PORTE, PÚBLICAS E PRIVADAS COMO GERENTE EM DIFERENTES ATIVIDADES EXERCIDAS NAS ÁREAS DE MARKETING, VENDAS, PLANEJAMENTO, COMUNICAÇÃO, DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS E DE PRODUTOS. DESDE 2006 É SERVIDOR DA ANCINE, NO CARGO DE ESPECIALISTA EM REGULAÇÃO. ATUALMENTE, EXERCE A FUNÇÃO DE COORDENADOR DE INFRAESTRUTURA E PROJETOS ESPECIAIS NA SUPERINTENDÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.

HÁ 20 ANOS ENCURTANDO O CAMINHO PARA AS TELONAS



BAIXE NOSSOS APPS

Milhões de clientes já descobriram como ingressar na diversão.



Informatização completa do cinema



Vendas pelo site e app



Informações em tempo real

Só quem tem mais de 20 anos no mercado sabe exatamente o que você precisa.
O Arena foi projetado para trazer muito mais controle para o cinema e comodidade para os clientes.

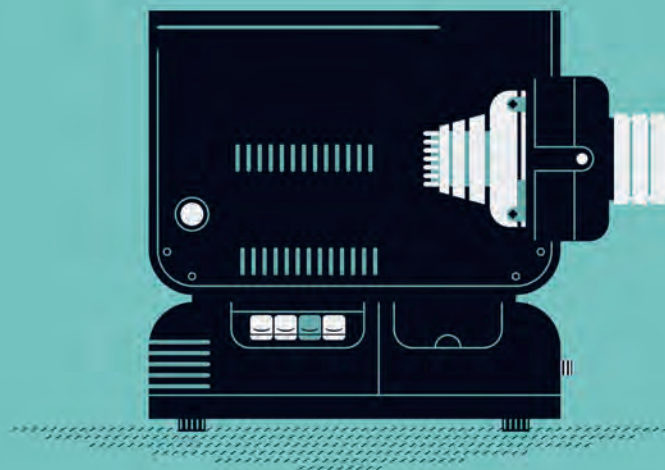
Conheça o Arena e aproveite tudo que a **Ingresso.com** pode fazer pela sua empresa.

ARENA
BILHETERIA E BOMBONIERE

ingresso.com



NOVO COMPARATIVO AVALIA EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS



2ª EDIÇÃO DA PESQUISA FEITA PELA REVISTA EXIBIDOR COMPARA OS EQUIPAMENTOS DAS TRÊS PRINCIPAIS FABRICANTES E OS SERVIÇOS PRESTADOS COM OS EXIBIDORES E REVENDAS NUM MOMENTO EM QUE ROLLOUT ESTÁ PRÓXIMO DE ATINGIR 100%

POR NATALÍ ALENCAR E MARCELO J. L. LIMA | FOTOS DIVULGAÇÃO



A REVISTA EXIBIDOR REALIZOU em sua edição nº 10 (julho/2013) a 1ª pesquisa para avaliar a qualidade dos projetores e os serviços prestados pelas empresas no Brasil. Na época, a conversão digital acelerava o passo, o mercado se preocupava em cumprir as metas e as fabricantes previam boas vendas.

Agora, na reta final da digitalização, optou-se por repetir a pesquisa e comparar como foram esses últimos dois anos. Os resultados revelam que as empresas fizeram um bom trabalho, quem obteve boas notas na primeira pesquisa tentou mantê-las e quem não, correu atrás de aumentá-las. Entre os exibidores, ainda há algumas reclamações, embora pontuais. Já sob a ótica das revendas, tanto a qualidade dos produtos quanto o relacionamento está mais equiparado.

Basicamente, para refazer a pesquisa foi utilizada a mesma metodologia. No levantamento dos dados, a redação ouviu exibidores de pequeno, médio e grande portes e as revendas. Todos preencheram formulários de maneira sigilosa avaliando os itens entre um e cinco.

Assim como em 2013, o único intuito é o de auxiliar no relacionamento das fabricantes com os exibidores e com as revendas. Todo o conteúdo está disponível num dossiê, que pode ser solicitado com a **Revista Exibidor**.

EM 2013

No resultado da 1ª pesquisa, a NEC se destacou com o equipamento para Tela Pequena; Barco e Christie empataram na análise de Tela Média e a Barco venceu em Tela Grande. As análises de relacionamento com o exibidor e com a revenda também garantiram boas notas para a Barco. No resultado final, ela foi a melhor pontuada.

“Recebemos [em 2013] com muita alegria e satisfação, isso prova que foi o reconhecimento de muito esforço de toda a equipe. Havíamos entendido a velocidade necessária do mercado. Mais satisfatório que o resultado era a preocupação da manutenção dele. Isto nos deu mais motivação de continuarmos neste mesmo perfil, porém com mais dedicação”, disse Ricardo Ferrari, executivo da Barco.

A Christie justificou que o comparativo refletiu um período em que a empresa não tinha uma presença forte. “Tinha alguns parceiros locais, revendas, mas que não faziam nenhum tipo de esforço com a imagem da Christie, não tinha um trabalho institucional. Isso acabou refletindo. O mercado todo sentia que tínhamos equipamentos bons, mas que não estavam acessíveis”, explica Ricardo La Porta, gerente de vendas da empresa no País.

“Foi bem interessante a análise de projetor para a Tela Pequena. Tivemos aumento de vendas. A partir do momento que vendemos 200 equipamentos, deu para perceber que os produtos da NEC são confiáveis e foi um trabalho mês a mês para convencer dessa qualidade”, afirma Marcio Lustosa, da NEC.

E AGORA?

Atualmente, a digitalização está no seu fim e há novos horizontes para o exibidor, que aprendeu sobre a tecnologia do projetor, seu funcionamento e está questionando mais as fabricantes. Perguntas que antes não eram comuns, agora fazem parte da escolha e compra. O empresário de exibição aprendeu a cobrar e esperar mais do pós-venda.

“O exibidor busca financiamento, melhor custo, pós-venda, coisas que ele não buscava antes. Não compra sem ter certeza de tudo e está muito mais afiado”, disse Claudinei Mascaro, da Cine Brasil.

TÉCNICO

O primeiro assunto do estudo foi Análise Técnica. Cada fabricante indicou um equipamento para as Telas pequena, média e grande. Algumas optaram por trocar os equipamentos citados em 2013 e informaram novas especificações. Foram solicitados manuais para comprovação das informações e todos os dados passaram por validação de um especialista.

Nesta edição, foram acrescentados três itens (Quantidade de Instalações no Brasil, Instalações no Mundo e Previsão de Novas Instalações).

Na análise de Tela Pequena, a Christie venceu. Já para Telas Médias a Barco ganhou. Em Tela Grande Barco e Christie foram bem pontuadas. Na média final ficou em primeiro a Christie, que se destacou em itens como brilho e uniformidade de brilho; já a Barco teve destaque no consumo de energia – item importante em uma época de crise energética – e a NEC no tamanho do equipamento.

Interessante notar o consumo de energia x brilho x tempo útil da lâmpada. Compare nas páginas 33 e 34.

EXIBIDORES

O segundo tema da pesquisa é Relacionamento com o Exibidor. Foram acrescentados dois quesitos (Avaliação da Revenda e Avaliação Geral). A nota mais alta foi a da Barco (destaque para suporte técnico e qualidade de projeção), seguida de Christie (boa em qualidade de projeção) e por último a NEC (facilidade de uso). Nota-se que todas

caíram em relação a 2013, pois com mais projetores no mercado, mais problemas e soluções para administrar.

Durante as entrevistas, exibidores comentaram que os treinamentos da Barco são locais e que para empresários que ficam fora de São Paulo, seria interessante também participar de encontros dentro da fábrica. Elogiaram os treinamentos com certificados e o trabalho pró-ativo, além do apoio das revendas. Quando há algum problema, elas se empenham em resolver tanto quanto a fabricante.

Por outro lado, a Barco confirmou que oferece treinamento em São Paulo para facilitar e também para proporcionar uma economia aos exibidores, porém, os treinamentos podem ser feitos em qualquer unidade de treinamento. “Hoje disponibilizamos os seguintes locais: São Paulo (Português e Espanhol), México (Espanhol), Sacramento (Inglês) e Bélgica (Inglês)”, justificou Ricardo Ferrari.

Sobre a Christie e NEC, as reclamações ficaram por conta da disposição de peças, manutenção, assistência e tempo de resposta aos chamados. A Christie recebeu elogios sobre a qualidade do equipamento, mas precisa ter um suporte e resposta mais rápidos. A NEC recebeu elogios sobre a venda direta.

Um exibidor comentou que ficou mais de um mês parado por não ter uma determinada peça para reposição e outro aguardou mais de duas semanas. Outro relato foi sobre ter que “importar” um técnico para resolver um problema local.

A Christie comentou que reformulou todo o time no Brasil e que tem hoje uma nova estrutura tendo como foco a atividade de cinema. “Triplizamos a quantidade de peças disponíveis no Brasil, hoje

temos um grande estoque (mais de 500 itens), capaz de atender todo e qualquer chamado dentro do território nacional. Contamos com peças de reposição para todos os modelos de projetor, áudio e acessórios disponíveis no mercado”, ressalta Ricardo La Porta.

Já a NEC, em nota oficial, disse que “com o objetivo de efetuar as melhorias necessárias, já está realizando readequações na cadeia logística, que possibilitarão mais alcance e agilidade. Por outro lado, em virtude do forte crescimento no mercado local, estuda a implantação de iniciativas como a ampliação do programa de treinamentos de clientes, com a intensificação da agenda e o aumento na periodicidade dos cursos”.

“Aproximando-nos ainda mais das revendas, atenderemos melhor aos exibidores”, destaca Marcio Lustosa.

REVENDAS

O terceiro e último item da pesquisa foi a Análise de Relacionamento com as Revendas ou *Dealers*, como também são conhecidas, que teve dois tópicos acrescentados (Suporte durante o *Rollout* e retorno do exibidor).

O resultado revelou notas próximas: 4,06 (NEC); 3,93 (Barco) e 3,72 (Christie), com destaque para parceria e atendimento.

Alguns entrevistados comentaram que antes havia mais diferença entre as fabricantes, mas agora elas estão praticamente no mesmo patamar. O que as diferencia é a negociação e o pós-venda.

A Barco recebeu elogios sobre a parceria que tem feito com as revendas e a facilidade no contato, inclusive em português, e na reposição de peças. Algo que antes não era muito presente no Brasil quando se tratava de companhias estrangeiras que atendiam aos brasileiros.

Sobre o item “preço”, algumas revendas disseram que têm que pechinchar com todas as fabricantes e que nem sempre é fácil obter o melhor custo para o exibidor.

Comentaram que a Barco tem mantido seu crescimento e estratégia no mercado, o que a coloca num patamar um pouco mais “conservador”. Já NEC e Christie estão se movimentando mais para atingir o exibidor, porém obtiveram reclamações sobre negociação de preços e treinamentos sem certificação adequada.

“A Barco se mantém conservadora nesse processo porque acredita que este seja o processo correto para manter a capilaridade necessária para um bom atendimento. A empresa possui hoje uma vasta rede de Prestadores de Serviço Certificados, que estão aptos a prestar o pronto atendimento aos exibidores”, responde Ricardo Ferrari.

“O nosso objetivo é ser percebido. Diferente de 2013, tendo um novo comparativo, tenho certeza que os reflexos do nosso trabalho já vão dar resultado. Teremos um outro sentimento do mercado”, prevê Ricardo La Porta, da Christie.

Já a NEC comentou que um dos seus diferenciais no mercado tem sido a facilidade na negociação dos equipamentos, oferecendo a opção de venda parcelada ou locação, entre outras flexibilidades.

De 2013 a 2015 os exibidores e as revendas informaram que houve mudança no comportamento das empresas. A Barco procurou manter seu padrão de qualidade e Christie e NEC focaram mais em se aproximar do exibidor e das revendas. Houve um esforço evolutivo de todas para prestar um bom serviço ao mercado.

Espera-se que daqui a mais dois anos, o laser já tenha chegado ao mercado brasileiro e que seja, talvez, a sua vez de ser avaliado.



AValiação TéCNICA

TELA PEQUENA



	BARCO	CHRISTIE	NEC
Modelo	DP2K 10S	CP2215	NC900C
Brilho (Lúmens)	10.000	15.000	7.500
Uniformidade de Brilho (%)	80	96	Não informado (Padrão DCI)
Vida útil da Lâmpada (horas)	2.000	De 1.000 a 3.500	3.000
Terminais de entrada	3G-SDI (2); HDMI (1); Ethernet (2); eSATA	HD-SDI (2); HDMI (2); SCCI; RS232ICP; RS232PIB; Ethernet; GPIO	3G-SDI (2); USB Typo A (3); eSATA
Consumo de Energia (W)	300	De 700 a 2.300	De 985 a 1.023
Nível de Ruído (dB)	53	Não informado	52
Dimensões (L x P x A em mm)	626 x 925 x 325	665 x 687 x 395	621 x 798 x 314
Peso (kg)	66,5	55	43
Período de Garantia (meses)	24	36	24
Possui treinamento	Sim	Sim	Sim
Projetores instalados no Brasil	306	350	80
Projetores instalados no Mundo	5.000	11.000	18.000*
Projetores previstos até o final do ano	190	55	50*
Média	1,15	2,69	1,92

*TODOS OS MODELOS. NÚMERO APENAS DESTE MODELO NÃO FOI INFORMADO

TELA MÉDIA



	BARCO	CHRISTIE	NEC
Modelo	DP2K 20C	CP2230	NC2000C
Brilho (Lúmens)	20.000	33.000	18.300
Uniformidade de Brilho (%)	80	96	Não informado (Padrão DCI)
Vida útil da Lâmpada (horas)	1.500	De 900 a 4.000	3.000
Terminais de entrada	3G-SDI (2); HDMI (1); Ethernet (2)	HD-SDI (2); HDMI (2); SCCI; RS232ICP; RS232PIB; Ethernet; GPIO	HD-SDI (4); 2 portas DVI [DVI-digital]*
Consumo de Energia (W)	400	7.000	5.500
Nível de Ruído (dB)	59	Não informado	62
Dimensões (L x P x A em mm)	694 x 1.034 x 558	641 x 1.205 x 480	700 x 990 x 503
Peso (kg)	102	111	99
Período de Garantia (meses)	24	36	24
Possui treinamento	Sim	Sim	Sim
Projetores instalados no Brasil	250	200	81
Projetores instalados no Mundo	14.000	8.500	18.000**
Projetores previstos até o final do ano	50	20	50**
Média	2,31	1,92	1,54

*PADRÃO: NC-80LBOI INTEGRADO

**TODOS OS MODELOS. NÚMERO APENAS DESTE MODELO NÃO FOI INFORMADO



TELA GRANDE

	BARCO	CHRISTIE	NEC
Modelo	DP2K 32B	CP 4230	NC3240
Brilho (Lúmens)	32.000	34.000	18.300
Uniformidade de Brilho (%)	80	96	Não informado (Padrão DCI)
Vida útil da Lâmpada (horas)	750	De 1.100 a 3.500	3.000
Terminais de entrada	3G-SDI (2); HDMI (1); Ethernet (2)	HD-SDI (2); HDMI (2); SCCI; RS232ICP; RS232PIB; Ethernet; GPIO	HD-SDI (4); 2 portas DVI [DVI-digital]
Consumo de Energia (W)	500	7.000	10.000
Nível de Ruído (dB)	64	Não informado	66
Dimensões (L x P x A em mm)	754 x 1.129 x 604	650 x 1.369 x 483	700 x 1.124 x 503
Peso (kg)	140	111	150
Período de Garantia (meses)	24	36	24
Possui treinamento	Sim	Sim	Sim
Projetores instalados no Brasil	180	80	15
Projetores instalados no Mundo	5.000	4.500	18.000**
Projetores previstos até o final do ano	40	10	50**
Média	2,31	2,31	1,15

*PADRÃO: NC-80LBO1 INTEGRADO

**TODOS OS MODELOS. NÚMERO APENAS DESTE MODELO NÃO FOI INFORMADO



AVALIAÇÃO TÉCNICA RESULTADO / POR FABRICANTE

	BARCO	CHRISTIE	NEC
Tela Pequena	1,15	2,69	1,92
Tela Média	2,31	1,92	1,54
Tela Grande	2,31	2,31	1,15
Média Final	1,92	2,31	1,54



ANÁLISE DE RELACIONAMENTO COM O EXIBIDOR

	BARCO	CHRISTIE	NEC
Satisfação com o projetor	3,11	2,29	1,83
Facilidade de Uso	2,78	2,57	2,00
Suporte Técnico	3,33	2,00	1,33
Suporte para atualizações	3,22	2,00	1,83
Qualidade de Projeção	3,33	2,86	1,67
Qualidade do Treinamento	3,13	1,60	1,75
Atendimento	3,11	2,00	1,67
Facilidade para contato	3,11	1,86	1,50
Avaliação Fabricante	3,00	2,14	1,67
Avaliação Dealer	3,22	2,71	2,50
Avaliação Geral	2,89	2,29	1,67
Média	2,56	1,76	1,39
*Média em 2013	3,77	2,90	3,00



ANÁLISE DE RELACIONAMENTO COM A REVENDA

	BARCO	CHRISTIE	NEC
Parceria	4,40	4,00	4,00
Peças para reposição	3,80	2,67	3,67
Negociação Preços	2,80	3,67	3,67
Atendimento	4,40	4,33	4,33
Qualidade do Treinamento	4,20	4,00	4,33
Suporte durante rollout	4,00	3,67	4,33
Retorno do Exibidor	4,00	3,67	4,00
Avaliação Geral	4,00	3,67	4,00
Média	3,93	3,72	4,06
*Média em 2013	4,33	3,15	3,38



RESULTADO FINAL



CHRISTIE®

NEC

Análise Técnica	1,92	2,31	1,54
Análise de Relacionamento com o Exibidor	2,56	1,76	1,39
Análise de Relacionamento com a Revenda	3,93	3,72	4,06
Resultado Final	2,80	2,59	2,33
*Resultado Final em 2013	3,59	2,63	2,90

PÓS-DIGITALIZAÇÃO

Com a conclusão da digitalização, as fabricantes de projetores veem novas oportunidades de produtos para o mercado exibidor, além de continuarem apostando no crescimento das salas.

A Barco já está trabalhando com projetos para lobby, som imersivo (Auro 3D e Auro Max), projetores a laser, Escape e projetor laser retrofit. “Após a digitalização haverá um período de ‘relaxamento’. A Barco entende perfeitamente isso, mas demonstra a preocupação de se manter e criar novos produtos

para que o exibidor se sinta confortável com sua permanência nesse mercado”, pontua Ricardo Ferrari.

Já a Christie, além de novas soluções, continua apostando no crescimento orgânico do mercado. “Os exibidores têm planos muito concretos de crescimento. Alguns até com mais 100 salas em um ano e meio. Pretendemos atender esses clientes. Além disso, existe uma manutenção do mercado que vai ser normal, continuaremos

vendendo lâmpadas e peças para reposição”, completa Ricardo La Porta, da Christie.

“A NEC tem alguns itens voltados para *digital signage*, telas para monitoramento, produtos que a gente quer viabilizar para o exibidor, não só o projetor, mas toda a parte de informação no lobby, na bilheteria, na bomboniere e painel de comunicação. Estamos montando pacotes para agregar. Temos perspectiva de abrir nos próximos três anos mais de 80 salas”, completa Márcio Lustosa, da NEC. ■

ACREDITE. O IMPOSSÍVEL NÃO EXISTE.

**PODERIAM SER HISTÓRIAS DE CINEMA.
MAS SÃO HISTÓRIAS REAIS.**

O Kinoplex é 100% brasileiro e tem muito orgulho de apoiar histórias cinematográficas como as dos atletas Daniel Dias, Terezinha Guilhermina e Jovane Guissone. A gente acredita que todo mundo pode mudar o impossível. Conheça essas histórias.

Acesse www.cpb.org.br
#mudeoimpossivel

Apoiador Oficial do
Comitê Paralímpico
Brasileiro.

Kinoplex
CINEMA AO MÁXIMO



COMITÊ PARALÍMPICO
BRASILEIRO



RACIONAMENTO DE SALAS E COTA DE TELA

POR: MARCOS ALBERTO SANT ANNA BITELLI

A COTA DE TELA DE FILMES BRASILEIROS nas salas de cinema foi criada em 2001 com prazo de vigência até 2021. A política é uma ferramenta que o mercado de exibição reconhece como uma intervenção do Estado na atividade que tem como objetivo garantir a presença de filmes nacionais. Ela se traduz em reserva de mercado e, como tal, deve ser introduzida e paulatinamente retirada até que o mercado encontre seu perfil natural, que pode não ser a predominância do produto brasileiro.

Num mundo globalizado, as reservas de mercado se adaptam às características mais universais da circulação de bens e serviços. De outro lado, na sociedade da informação, no ambiente da internet sem fronteiras, as reservas de mercado são mais facilmente contornáveis.

Como a água que acha seu caminho, o interesse do consumidor sempre prevalece ao arripio da pretensão de se tutelar os mercados. A exibição foi “convidada” a autolimitar o número de lançamentos por complexo. Em rodadas de discussões fomentadas pela ANCINE, a agência desenhou uma proposta de limitação ao número de lançamentos nacionais e estrangeiros e novamente os exibidores foram convidados a aderir.

Superada essa fase – na qual sob o viés jurídico se pode questionar a possibilidade do Estado induzir um acordo setorial limitante das regras de livre concorrência – a indústria do cinema foi surpreendida com a edição do De-

creto 8.386/2014 que criou a limitação compulsória ao número de salas para o lançamento de filmes, criando-se um “racionamento legal” de salas.

Independente das razões e intenções dessa limitação, a resultante foi uma inédita intervenção não prevista em Lei na liberdade de exercício da atividade econômica.

Não bastante, o Decreto 8.386/2014 criou uma “sanção” por descumprimento do “racionamento de sala”. Essa penalidade se consiste num “adicional de cota de tela” para o ano corrente de 2015, proporcional ao número de dias que um complexo “violou” o “racionamento” decretado.

O Decreto foi regulamentado pela ANCINE em 24 horas, no último dia do ano e valeu para o dia seguinte (1º de janeiro). Além disso, surgiu em abril o projeto no Congresso Nacional visando converter em Lei o “racionamento de salas” em situação mais grave ainda.

Desse modo, o setor de exibição optou, pela seriedade do precedente, em judicializar o “racionamento” com base num argumento linear e cartesiano: não pode um Decreto e uma Instrução Normativa inovar na ordem jurídica criando obrigações que não estão previstas na Lei.

A defesa do Governo Federal e da ANCINE é de que se trata de atuação legítima porque as normas cuidam de cota de tela. Ocorre que o art. 55 da MP 2228-1 determina que anualmente o Presidente da República fixará por decreto “o número de dias da obrigatoriedade” de exibição de filmes brasileiros no ano seguinte.

Portanto, não há espaço para se criar o “racionamento” de salas para lançamento por meio desse Decreto cuja única delegação legal é fixar o número de dias da reserva de mercado. É esse, portanto, o único tema do debate.

A cota de tela não é o objeto dessa disputa em particular e esse debate ocorre e ocorrerá em outros campos e fóruns. Os critérios da fixação devem ser objetivos, fruto de estudos consistentes que demonstrem a viabilidade de seu cumprimento. Deveria, ainda, ser decrescente de modo que chegasse a zero em 2022. A possibilidade de fixação anual do tamanho da cota de tela não pode ser um instrumento de coação para a submissão da exibição a exigências regulatórias não suportadas legalmente ou na razoabilidade. A delegação desse “poder-dever” de definição não se constitui em um cheque em branco para exercício de atos arbitrários ou de inovações. ■



MARCOS ALBERTO SANT ANNA BITELLI | MARCOS.BITELLI@BITELLI.COM.BR | MESTRE EM DIREITO PELA PUC-SP, COORDENADOR DO CURSO COMUNICAÇÃO E DIREITO DO INSTITUTO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS SOCIAIS, PROFESSOR DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO DO COGAE-PUC, ESCOLA SUPERIOR DA ADVOCACIA DA OAB-SP, ESPECIALISTA EM DIREITO DO ENTRETENIMENTO, AUTOR DE VÁRIOS LIVROS, CONSULTOR JURÍDICO DO SINDICATO DAS EMPRESAS EXIBIDORAS DO ESTADO DE SÃO PAULO, SÓCIO DE BITELLI ADVOGADOS.

PARA QUEM CHEGA AO DIGITAL PARA QUEM JÁ ESTÁ LÁ PARA TODOS OS CINEMAS: QUANTA DGT

1069

Salas no
programa
de VPF

749

Salas
totalmente
prontas para
o digital

80%

Do rollout
finalizado

1º de julho

Início da
coleta do VPF

**Soluções
Quanta DGT**

- NOC • TMS
- Softwares AAM
- ... e muito mais a
caminho.

QUANTA DGT

A melhor escolha dos cinemas para antes e depois da digitalização.
www.quantadgt.com

O CINEMA EM 2025

AS TRANSFORMAÇÕES QUE DEVEM IMPACTAR O MERCADO
CINEMATOGRAFICO NA PRÓXIMA DÉCADA

POR FÁBIO GUEDES

COMO SERÁ CONCEBIDO O CINEMA daqui a dez anos? Sim, em meio ao frenético festival de novidades tecnológicas que vem permitindo aos amantes da telona experiências cada dia mais realistas, a **Revista Exibidor** aventurou-se a fazer essa pergunta traiçoeira a alguns dos principais nomes do mercado.

Quem se encorajou a realizar esse sempre perigoso exercício de futurologia trouxe respostas interessantes e que, se analisadas com o devido bom senso, serão importantes para traçar futuras estratégias e já começar a dar vida à sala de exibição do futuro.

Afinal, é a partir da imaginação que se desenham os grandes projetos capazes de transmutar completamente a forma de se compreender os negócios, sobretudo aqueles que, como o cinema, têm na magia o principal ingrediente de seu ganha-pão diário.

Ou alguém pensava, dez anos antes da chegada do 4D, que seria possível imergir o espectador no filme a tal ponto de ele se sentir dentro de um terremoto, com as poltronas e outros dispositivos reagindo conforme o transcorrer das cenas?

“Vi **Terremoto: A Falha De San Andreas** (*San Andreas*) no 4D e adorei. Agora me pergunto se para as novas gerações não serão daí para coisas mais grandiosas as referências que os farão continuar a ir e se associar à experiência do cinema”, afirma Igor Kupstas, diretor da O2 Play.

Mudanças significativas se darão também no campo comercial. Como bem lembra o exibidor Adhemar Oliveira, do Espaço de Cinema, até 2025 boa parte dos complexos de exibição do país já terá superado a fase do VPF, o que diminuirá substancialmente o custo da cópia.

Com isso, acredita ele, o cenário financeiro para os pequenos e médios exibidores promete se redesenhar de maneira promissora. “A barreira econômica a essa democratização da distribuição de cópias cairá por terra. Agora resta saber se terão força para ampliar o seu mercado”, diz Oliveira.

Sob este aspecto, o exibidor da Cineflix e presidente da Associação dos Exibidores de Pequeno e Médio Porte (Aexib), Gilmar Leal Santos, faz análise ainda mais pormenorizada sobre os próximos dez anos.

“O parque exibidor brasileiro estará ainda mais heterogêneo. Se por um lado nos grandes centros teremos cinemas utilizando novas tecnologias que já estão no forno como salas com três telas, por outro ainda veremos a luta dos pequenos exibidores para sobreviver no mercado”, projeta. “Evidentemente, todos os cinemas estarão digitalizados e, por este motivo, acredito que o sistema ‘on demand’ estará consolidado.”

Entre as inúmeras possibilidades vislumbradas pelos empresários do setor, a única certeza é de que, para crescer de forma consistente, será preciso encontrar meios de se viabilizar independentemente dos shoppings.

O fraco desempenho dos centros comerciais no último ano tornou clara

essa constatação, que tem deixado os exibidores preocupados. Para o diretor comercial da GNC Cinemas, Hormar Castello Júnior, ao se superar a crise econômica vigente hoje no Brasil, as lições aprendidas deverão apontar para um novo modelo de negócio.

“Em curto e médio prazo teremos de encontrar e mesmo criar novas praças que comportem a construção desses novos complexos”, analisa.

As apostas estão na mesa e, ao que tudo indica, caminham para algumas pequenas revoluções que darão muito o que falar até a década seguinte. Fazer previsões, neste momento, pode até parecer inútil diante da rapidez com que novas tecnologias são desenvolvidas e disseminadas mundo afora nos mais diversos segmentos. Mas é por isso mesmo que se deve projetar o futuro desde já, sob pena de ser atropelado por toda essa modernidade e – em casos mais extremos – ser obrigado a fechar as portas.

Os fabricantes de aparelhos GPS, por exemplo, viram suas vendas crescerem seguidamente desde sua chegada ao Brasil em 2008 até 2013, quando começaram a ser engolidos pelos smartphones e seus aplicativos de infinitas possibili-

dades. Segundo estudo da empresa de pesquisa GFK, no primeiro quadrimestre deste ano, as vendas de GPS caíram nada menos que 63,4%, praticamente decretando a morte dessa indústria.

Enquanto isso, os smartphones continuam ampliando sua presença no mercado justamente por aperfeiçoar tecnologias antigas e criar novas necessidades aos seus consumidores.

No universo dos exibidores não é diferente. É necessário, a todo momento, explorar maneiras inovadoras de conquistar o seu cliente a ponto de fazê-lo querer viver uma experiência especial nas salas de exibição.

Para isso, boa dose de imaginação e o conhecimento dos vários mercados que convivem com seu negócio farão toda a diferença entre aquele que será parte do cinema do futuro e o que pagará o preço do progresso.

Mergulhar neste exercício de futurologia proposto pela **Revista Exibidor**, com as projeções de alguns dos principais *players* do setor de exibição, certamente vai ajudá-lo a entender o que se passa na cabeça desses empresários e a pensar em formas de se reinventar para um 2025 ainda distante – mas a cada dia mais próximo.

GILMAR LEAL SANTOS, EXIBIDOR DA CINEFLIX E PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DOS EXIBIDORES DE PEQUENO E MÉDIO PORTE (AEXIB)

SE POR UM LADO NOS GRANDES CENTROS TEREMOS CINEMAS UTILIZANDO NOVAS TECNOLOGIAS QUE JÁ ESTÃO NO FORNO COMO SALAS COM TRÊS TELAS, POR OUTRO AINDA VEREMOS A LUTA DOS PEQUENOS EXIBIDORES PARA SOBREVIVER NO MERCADO. ACREDITO QUE **ALGUMAS SALAS TRARÃO OU APROFUNDARÃO AINDA MAIS O CONCEITO DE IMERSÃO** COMO O SISTEMA “ESCAPE” DA BARCO; A UTILIZAÇÃO DA PROJEÇÃO COM A TECNOLOGIA LASER ESTARÁ CONSOLIDADA E MAIS BARATA; AS TELAS SERÃO TÃO GRANDES QUANTO A SALA DE EXIBIÇÃO PERMITIR E, QUANTO AO CONTEÚDO, O SISTEMA “ON DEMAND” PROVAVELMENTE ESTARÁ DISPONÍVEL NA MAIORIA DOS CINEMAS.

ESTÃO COLOCADAS ALGUMAS TENDÊNCIAS DE DIVERSIFICAÇÃO DE PRODUÇÃO E PROGRAMAÇÃO EM GERAL, NÃO SÓ NA ÁREA DE FILMES, MAS TAMBÉM DE OUTROS EVENTOS. PODEREMOS TER SALA VIP, MAS TAMBÉM O “LOW COST” (BAIXO CUSTO), ASSIM COMO ACONTECE COM AS COMPANHIAS AÉREAS QUE VOAM POR PREÇO BEM MENOR. ISSO SERÁ POSSÍVEL COM O DIGITAL E PERMITIRIA INGRESSOS MAIS BARATOS. HAVERÁ UMA SÉRIE DE INFLUÊNCIAS E A POSSIBILIDADE DE MANUSEIO DA PROGRAMAÇÃO TAMBÉM. **FILMES NÃO COMERCIAIS PODEM TER MAIS EXPOSIÇÃO, COM MENOS SESSÕES, O QUE DARIA À PROGRAMAÇÃO DAS SALAS UM FEITIO DE CINECLUBE** E CINECLUBE, EM QUE VOCÊ VAI AO CINEMA E NÃO AO FILME. SE VAI ROLAR OU NÃO, VAI DEPENDER DA FORMATAÇÃO DE PLATEIAS.

ADHEMAR OLIVEIRA, EXIBIDOR DA ESPAÇO DE CINEMA

A TENDÊNCIA É QUE O PARQUE ESTEJA MAIS CONSOLIDADO, SEGUINDO O MESMO PROCESSO PELO QUAL JÁ PASSARAM MERCADOS MAIS MADUROS COMO O EUROPEU. O CAMINHO É UM MODELO DE SALA QUE OFEREÇA MAIS CONFORTO E SERVIÇOS AGREGADOS. ATUALMENTE, ESTAMOS EM DESENVOLVIMENTO E TESTES DESSES NOVOS CONCEITOS QUE JÁ ESTÃO MAIS CONSOLIDADOS NO MERCADO AMERICANO. COM A DIGITALIZAÇÃO, **A GRANDE LÓGICA É A VARIEDADE, A DIVERSIFICAÇÃO DE CONTEÚDO.**

JANE GAMBARIN, DIRETORA DE EXPANSÃO DA CINESYSTEM

HORMAR CASTELLO JÚNIOR, DIRETOR COMERCIAL DA GNC CINEMAS

ACREDITO QUE 100% DOS FILMES SERÃO EM TRÊS DIMENSÕES, COM UMA TECNOLOGIA QUE TALVEZ HOJE NÃO POSSA SER APLICADA AO CINEMA TAL COMO ESTÁ CONCEBIDO. OS PRÓXIMOS DEZ ANOS NOS TRARÃO ALGUMAS EXPERIÊNCIAS INIMAGINÁVEIS DE LUZ E DE SOM, ALÉM DE ODORES E MOVIMENTOS, COM UM EXAGERO DE SENSAÇÕES COMO A FALTA DE GRAVIDADE. **TALVEZ TENHAMOS DE EMBARCAR EM VERDADEIRAS ESPAÇONAVES VIRTUAIS PARA ASSISTIR A FILMES DE FICÇÃO.** TALVEZ VENHAMOS A UTILIZAR ÓCULOS ESPECIAIS QUE NOS PROPORCIONARÃO EFEITOS VIRTUALMENTE ESPETACULARES, QUE PODERÃO ATÉ SEREM GRADUADOS PARA MAIS OU MENOS DE ACORDO COM O ESTÔMAGO DE CADA UM. AS VARIAÇÕES DE TEMPERATURA PODERÃO SER EXPLORADAS, DE FORMA QUE IR AO CINEMA SEMPRE SERÁ ALGO ESPECIAL.

DEZ ANOS EM TECNOLOGIA É MUITO TEMPO E TUDO PODE ACONTECER. O IPHONE NÃO TEM 10 ANOS. O YOUTUBE TEM 10 ANOS. TEM MUITA COISA SENDO ESTUDADA E CRIADA E QUE PODE INFLUENCIAR A EXPERIÊNCIA NO CINEMA, INCLUSIVE FORA DAS SALAS. REALIDADE VIRTUAL É ALGO MUITO PESSOAL E QUE PODE CONCORRER COM A EXPERIÊNCIA DA TELONA, UM CONCORRENTE INDIRETO E PODEROSO. **NO CINEMA, HOLOGRAMAS ME VÊM À CABEÇA, UM TIPO DE TEATRO GIGANTE E MAIS IMERSIVO.** ACHO QUE A PROGRAMAÇÃO EM CINEMA SERÁ CADA VEZ MAIS DIFERENCIADA, ABRIGANDO MODELOS COMO SESSÕES SOB DEMANDA, *DAY AND DATE*, EVENTOS ETC.

IGOR KUPSTAS, DIRETOR DA O2 PLAY

PATRICIA COTTA, GERENTE DE MARKETING DO KINOPLEX

AS TECNOLOGIAS ESTÃO SEMPRE AVANÇANDO COM O OBJETIVO DE TORNAR A SENSAÇÃO DE ASSISTIR UM FILME O MAIS REALISTA POSSÍVEL, COM UMA IMERSÃO TÃO SIGNIFICATIVA QUE O ESPECTADOR SE SINTA PARTE DO FILME. IMAGINO QUE ISSO SERÁ APRIMORADO CADA VEZ MAIS. **AS TELAS GIGANTES TERÃO SE CONSOLIDADO.** ACREDITO QUE O ESPECTADOR ESPERA UMA EXPERIÊNCIA AGRADÁVEL COMO UM TODO: COM UM ATENDIMENTO CADA VEZ MELHOR, TECNOLOGIAS CAPAZES DE FACILITAR A SUA VIDA COM DIFERENTES CANAIS PARA COMPRA DE INGRESSOS, TECNOLOGIAS DE SOM E IMAGEM CADA VEZ MAIS IMERSIVAS.

TENHO RECEIO DE QUE O ALTÍSSIMO CUSTO PARA MONTAGEM DE UM COMPLEXO DE CINEMAS, BEM COMO A CHEGADA DE SISTEMAS VODS E A DIMINUIÇÃO DE JANELAS, **TORNEM O CINEMA CADA VEZ MAIS SELETIVO E CHEIO DE NOVIDADES TECNOLÓGICAS, QUE VÃO APROXIMÁ-LO MAIS DE UM PARQUE DE DIVERSÕES** DO QUE DA ETERNA SALA ESCURA ONDE AS PESSOAS IAM VER UM BOM FILME, COM CONTEÚDO E BOA HISTÓRIA – FATORES QUE FOMENTARAM O HÁBITO DE VÁRIAS GERAÇÕES EM VER UM FILME NA SALA GRANDE. VIDE OS TÍTULOS DE HOJE, CHEIOS DE SUPER-HERÓIS, EFEITOS MIRABOLANTES E SOM ESTRIDENTE. RECEIO QUE ESTEJAMOS PERDENDO AQUELA MAGIA, TORNANDO UM DIVERTIMENTO DE CONSUMO IMEDIATO E BASTANTE VOLÚVEL EM FORMAR PÚBLICO FIEL. TALVEZ NÃO SEJA MAIS “CINEMA” COMO O CONHECEMOS ATÉ HOJE.

PAULO LUI, EXIBIDOR DO TOPÁZIO CINEMAS E PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS EXIBIDORAS CINEMATOGRAFICAS (FENECC)

SILVIO BRITTS, DIRETOR DA CINE A

A TECNOLOGIA MUDA MUITO RÁPIDO, MAS NÃO ACREDITO QUE VÁ MUDAR O FORMATO. **O DIFERENCIAL NO FUTURO SERÁ A QUALIDADE DE IMAGEM E SOM E O BOM ATENDIMENTO.** A FEBRE DO 3D DEVE PASSAR LOGO. ACREDITO NUM ATENDIMENTO BACANA, UMA SALA ACONCHEGANTE, COM ALGUNS SERVIÇOS DIFERENCIADOS, MAS NO 2D MESMO. A PALAVRA DE ORDEM SERÁ QUALIDADE NOS SERVIÇOS. A TELA PERMITE ENTRAR NA HISTÓRIA DE UMA FORMA QUE IMPRESSIONA MUITO E É OUTRA TENDÊNCIA.

Complete a experiência

Som de cinema superior com tecnologia planar do tipo ribbon

Design de gabinete com filete para cabos proporciona som de máxima qualidade a todos os assentos da sala

Tecnologia de ponta para um áudio que cativa

Ninguém produz áudio de imersão como a Christie®. O design de gabinete com espaço para cabos instala um som de alto nível exatamente onde precisa estar. A tecnologia exclusiva do sistema planar tipo ribbon proporciona maior clareza, além de resposta transitória ultrarrápida. Tudo isso vem da mesma empresa que foi a primeira a levar a amplificação de Classe D a cinemas. Deixe seu público envolvido em todas as cenas com o Christie Vive Audio™.

viveaudio.com

O primeiro a proporcionar amplificação Classe D a cinemas

EXPOCINE 2015

SEGUNDA EDIÇÃO DO EVENTO APRESENTA NOVIDADES NO CREDENCIAMENTO, UM DIA A MAIS E NOVOS ESTANDES PARA EXIBIDORES CONHECEREM O FUTURO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA

POR FÁBIO GOMES | FOTOS DIVULGAÇÃO

O MERCADO DE EXIBIÇÃO da América Latina estava carente de uma convenção onde exibidores, distribuidores, fornecedores de equipamentos e serviços pudessem se reunir para discutir sobre a atual situação do mercado e, ao mesmo tempo, conseguissem entender o que a indústria trará no futuro. Isso até o ano passado.

Em 2014 nasceu a Expocine, convenção que em seu ano de estreia contou com nada menos do que 1.400 participantes. O número mostrou a força e a importância dos cinemas latino-americanos e solidificou a convenção como o terceiro maior evento de negócios do mundo em número de pessoas.

A convenção, agora, retorna para o seu segundo ano com ainda mais novidades para os participantes e promete uma experiência única aos interessados em buscar novas soluções de crescimento. Haverá mais conteúdos, dias, estandes e um espaço ainda maior que pretende ser um novo marco para o mercado.



EM 2014 A EXPOCINE RECEBEU MAIS DE 1.400 PARTICIPANTES



EM 2015 EVENTO TERÁ MAIS ESPAÇO, MAIS ESTANDES E SERÁ REALIZADO EM TRÊS DIAS



REUNIÃO DA INDÚSTRIA

O ano de 2015 está mostrando que o cinema ainda tem muita força. Franquias e seqüências de sucesso chegam mensalmente aos cinemas e o aumento dos espectadores tem feito os exibidores celebrarem. Somente neste ano, produções como **Velozes e Furiosos 7** (*Furious 7*) e **Vingadores: Era de Ultron** (*Avengers: Age of Ultron*) ultrapassaram a marca de 9 milhões de ingressos comercializados somente no Brasil e somaram mais de US\$ 1 bilhão ao redor do mundo. Muitas franquias conhecidas ainda têm seu lançamento aguardado neste ano e, para celebrar o crescimento do mercado nacional e internacional, chega a segunda edição da Expocine.

Mais uma vez, a convenção está sendo preparada para ser sediada em São

Paulo (SP). Por conta da facilidade com aeroportos e voos internacionais e a mobilidade urbana, a organização manteve o evento no Centro de Convenções do Shopping Frei Caneca, próximo à Avenida Paulista. “São Paulo é o principal centro comercial da América Latina, sendo o lugar ideal para a convenção. Sempre haverá voos marcados para capital e andar pela cidade é facilitado pelo grande número de táxis, ônibus e metrô”, afirma Marcelo J. L. Lima, CEO da Tonks – a organizadora da Expocine.

Em vez de ser realizada em dois dias como no ano passado, em 2015 a convenção ganha um dia extra e está marcada para os dias 17, 18 e 19 de novembro. “Com isso, haverá mais espaço para diferentes palestras e painéis de discussão com profissionais do mercado, além de apresentações de estúdios e distribuidoras. Esse dia extra ainda permitirá ao participante conhecer com calma cada um dos estandes dispostos na convenção

com as principais empresas fornecedoras de serviços e produtos para o mercado de exibição”, completa Mauri Palos, um dos diretores do evento.

Por conta da alta demanda do ano passado, em 2015 a Expocine aumentou o espaço da feira. Ao contrário dos 1.000 m² da edição inaugural, o evento contará com 3.000 m², permitindo que o número de estandes dobre para mais de 60 com tudo o que o exibidor precisa conhecer e o que o futuro da indústria reserva. “O sucesso da primeira edição nos mostrou a necessidade de aumentar o número de estandes, mas mesmo assim a procura de empresas ligadas ao mercado de exibição seguiu muito grande e cerca de 85% dos espaços para o trade show já estão comercializados



UM DOS DESTAQUES DE 2014 FOI A PROGRAMAÇÃO, QUE CONTEMPLOU DIVERSOS SEGMENTOS DO MERCADO

e grandes nomes da indústria cinematográfica garantiram sua presença na convenção”, afirmou Wellington Silva, gerente comercial da Tonks.

Entre as empresas de que participarão do evento estão a MasterImage e a Dolby, que também participarão da convenção como patrocinadoras. O time completo de patrocinadores ainda conta com a Ingresso.com, a Cinemark XD, o portal AdoroCinema, a Christie, a Barco, a Cine Brasil, a Consciência, a Videosoft e a IMAX. Além delas, o evento conta com o apoio do portal Omelete, a Comic Con Experience, a Cinelive, a Espaço/Z, a Telecine, a revista internacional BoxOffice®, a Ultracine e a FENECC – Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas.

“O retorno de alguns patrocinadores e apoiadores do ano passado e a inclusão de novos e importantes nomes do mercado confirma o nosso compromisso de realizar um evento ainda melhor”, afirma Mauri Palos.

NOVIDADES NO CREDENCIAMENTO

Para tornar a experiência dos participantes ainda mais interessante, este

ano a Expocine prepara uma novidade especial para quem gosta de conforto e privilégios: é a credencial VIP.

Ano passado, diversos participantes acabaram perdendo apresentações de estúdios e palestras por conta da lotação das salas. Agora, com essa credencial especial, a entrada é garantida em tudo o que estiver previsto na programação, não sendo necessário nem esperar em filas. O credenciado poderá participar de todos os eventos que desejar e seu lugar estará reservado em cadeiras bem posicionadas no auditório.

Além disso, haverá uma sala exclusiva para os participantes que comprarem a credencial VIP. “Esse espaço diferenciado poderá ser utilizado para descansar e relaxar durante o dia, dando oportunidade para que o participante VIP converse com outros nomes do mercado nesse ambiente sem perturbações e barulho”, explica Marcelo Lima. O pacote especial ainda inclui almoço e brindes diferenciados.

O credenciamento segue no mesmo procedimento do último ano. Ela pode-

rá ser reservada pelo site oficial a partir da última semana de julho e depende da aprovação da organização. Ano passado, mais de 10% do público veio de países da América Latina como Argentina, Peru e Chile. “Este ano pretendemos unir ainda mais o mercado latino e temos a expectativa de um aumento para 20% no público estrangeiro”, diz Wellington Silva. Contudo, agora o exibidor deverá se programar para conseguir sua credencial com antecedência.

A credencial ficará aberta no site oficial até uma semana antes do evento, mas quem decidir realizar o seu cadastro no balcão de entrada da convenção precisará pagar uma taxa para conseguir participar da Expocine 2015. “Por isso, nosso recado para os exibidores é que se programem com antecedência para que não existam contratemplos no balcão de credenciamento”, finaliza Marcelo J. L. Lima.

O novo site oficial do evento será lançado no final de julho e contará com todas as novidades da convenção e últimas atualizações do evento. ■

MENTES IRÃO EXPLODIR




masterImage
ABSOLUTELY 3D

— A ÚLTIMA —
EXPERIÊNCIA EM 3D

OIAPOQUERIOBRANCOOUIROPRETOMANAUSANGRADOSREIS
CANOASLONDRINAPORTOVELHOGRAMADOGOIÂNIAITACARÉ
MARABÁRECIFEPORTÓDEGALINHASCAMPINASGUARAPARI
GOIATUBAJIPARANÁRIODEJANEIROFLORIANÓPOLISNITERÓI
GUARAPUAVASÃOPAULO GUARDADOEMBAÚBELOHORIZONTE
TEM COISAS QUE SÓ QUEM É DA TERRA CONHECE. **ESPAÇO/Z**

UMA AGENCIA VARIOS SOTAQUES

APARECIDADEGOIÂNIASUMARÉJABOATÃODOSGUARARAPES
CASCAVELPAULÍNIAITABUNACHAPECÓPASSOFUNDOLAGES
DIAMANTINABAGÉVACARIACORNÉLIOPROCÓPIOBOTUCATU
PERUÍBEPENEDOMAGÉCAMPOBOMTABATINGAMONTEALEGRE
BACABALPELOTASCAMPINAGRANDEJERIQUEAQUARATAUBATÉ
UBÁBÚZIOSCAMPOSDOJORDÃOOLAJEADOBRASÍLIABOAVISTA
CORUMBÁJOÃOPESSOASANTOSSETELAGOASTERESÓPOLIS
PORTOALEGREMARESIASCANOaqueBRADACALDASNOVAS
TIRADENTESARRAIALDAJUDAPETROLINA CONSERVATÓRIA
MONTESCLAROSCARAPICUÍBACARUARUNAVEGANTESFRANCA
SOBRADINHOFORTALEZAAQUIDAUANACURITIBAURUGUAIANA
SALVADORMARINGÁTERESINAARAÇATUBAPALMASILHÉUSITÚ
GUARUJÁPIPABLUMENAUANANINDEUAOLINDACAMPOGRANDE
NATALPALHOÇABONITOPARATYBROTASVITÓRIAJUÍZDEFORA
ITAÚNASAPARECIDADONORTEARACAJUBARRETOSMACEIÓ
SÃO MATEUSILHABELACAXIASDOSULJUAZEIRODONORTE
FERNANDODENORONHACUIABÁPATOBANCOSÃOLOURENÇO
CHAPADÃO DOSULPOUSOALEGREITUVERAVACAXIASDOSUL
BARBACENARONDONÓPOLISPARINTINSBALNEÁRIO CAMBORIÚ
PETRÓPOLISBELÉMSÃO LUIZCHUI **WWW.ESPACUZ.COM.BR**

CENTAURO COMEMORA 79 ANOS COM O LANÇAMENTO DE SEU INOVADOR PORTAL DE SUPORTE

Mais um ano de tradição, inovação e credibilidade!

Para celebrar seu 79º aniversário e mais uma etapa do seu planejamento alcançado, a Centauro® Cinema lançou no mês de maio o seu novo portal de manutenção – uma poderosa ferramenta que possibilitará aos exibidores o acompanhamento de todos os chamados técnicos em curso e as ações tomadas pela nossa equipe para solução dos problemas relatados. Para facilitar sua utilização, foram criadas duas versões – uma para desktops e outra para celulares, ambas com todos os recursos disponíveis em sua plenitude.

No portal, os exibidores terão registradas todas as suas ocorrências sem exceções; consultarão os tickets, seus autores e o andamento dos processos até sua conclusão. Além disto, terão acesso a soluções cadastradas pelos fabricantes, poderão participar de fóruns e muito mais.

Estes diferenciados serviços já estão em operação e disponíveis para os exibidores que mantêm contratos de manutenção com a Centauro® Cinema. Agende uma visita conosco e venha conhecer esta novidade e também o primeiro e mais bem estruturado NOC em funcionamento no Brasil.

Aguardamos você!



Integradora oficial



CHKISTIE®

DOLBY

A Centauro® leva o seu cinema para outra dimensão





FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
23/07/2015 ▶			
CARROSSEL, O FILME	ALEXANDRE BOURY, MAURÍCIO EÇA	ANA VICTÓRIA ZIMMERMANN, AYSHA BENELLI, ESTHER MARCOS, FERNANDA CONCON, GUILHERME SETA, GUSTAVO DANELLUZ, JEAN PAULO CAMPOS, KONSTANTINO ATAN, LARISSA MANDELA, LÉO BELMONTE	DOWNTOWN/PARIS
PIXELS (PIXELS)	CHRIS COLUMBUS	ADAM SANDLER, KEVIN JAMES, MICHELLE MONAGHAN, PETER DINKLAGE, JOSH GAD, BRIAN COX, JANE KRAKOWSKI, ASHLEY BENSON	SONY
CORRENTE DO MAL (IT FOLLOWS)	DAVID ROBERT MITCHELL	KEIR GILCHRIST, CAROLLETTE PHILLIPS, LOREN BASS, OLIVIA LUCCARDI, LILI SEPE, MAIKA MONROE, JAKE WEARY, DANIEL ZOVATTO, CHARLES GERTNER	CALIFORNIA
A FORÇA (THE GALLOWES)	TRAVIS CLUFF, CHRIS LOFING	CASSIDY GIFFORD, PFEIFER BROWN, REESE MISHLER, RYAN SHOOS, ALEXIS SCHNEIDER, PRICE T. MORGAN, MACKIE BURT	WARNER
30/07/2015 ▶			
SOBRENATURAL: A ORIGEM (INSIDIOUS: CHAPTER 3)	LEIGH WHANNELL	DERMOT MULRONEY, STEFANIE SCOTT, ANGUS SAMPSON, LEIGH WHANNELL, LIN SHAYE, TATE BERNEY, MICHAEL REID MACKAY, STEVE COULTER	SONY
MAGIC MIKE XXL (MAGIC MIKE XXL)	GREGORY JACOBS	CHANNING TATUM, ELIZABETH BANKS, AMBER HEARD, MATT BOMER, JOE MANGANIELLO, JADA PINKETT SMITH, DONALD GLOYER	WARNER
BOLETIM DE OCORRÊNCIA	TOMÁS PORTELLA	CLEO PIRES, THIAGO MARTINS, FABRÍCIO BOLIVEIRA, FÁBIO LAÇO, ED OLIVEIRA, AMÉLIA BITTENCOURT, ANALÚ PRESTES	DOWNTOWN/PARIS
EXPRESSO DO AMANHÃ (SNOWPIERCER)	JOON-HO BONG	CHRIS EVANS, ALISON PILL, JAMIE BELL, TILDA SWINTON, JOHN HURT, ED HARRIS, OCTAVIA SPENCER, LUKE PASQUALINO, EWEN BREMMER, KANG-HO SONG	PLAYARTE
BEIJEI UMA GAROTA (TOU TE PREMIÈRE FOIS)	MAXIME GOVARE, NOÉMIE SAGLIO	PIO MARMAT, FRANCK GASTAMBIDE, ADRIANNA GRADZIEL, LANNICK GAUTRY, CAMILLE COTTIN, FRÉDÉRIC PIERROT, ISABELLE CANDELIER	CALIFORNIA
ADEUS À LINGUAGEM (ADIEU AU LANGAGE)	JEAN-LUC GODARD	HELOISE GODET, ZOE BRUNEAU, KAMEL ABDELLI, RICHARD CHEVALLIER, JESSICA ERICKSON, CHRISTIAN GREGORI, MARIE RUCHAT, JEREMY ZAMPATTI	IMOVISION
06/08/2015 ▶			
QUARTETO FANTÁSTICO (FANTASTIC FOUR)	JOSH TRANK	KATE MARA, MILES TELLER, TOBY KEBBELL, JAMIE BELL, MICHAEL B. JORDAN, JODI LYN BROCKTON, REG E. CATHEY	FOX
AUSÊNCIA	CHICO TEIXEIRA	MATHEUS FAGUNDES, IRANDHIR SANTOS, FRANCISCA GAVILÁN, GILDA NOMACCE, THIAGO DE MATOS	IMOVISION
13/08/2015 ▶			
MISSÃO IMPOSSÍVEL: NAÇÃO SECRETA (MISSION: IMPOSSIBLE - ROGUE NATION, 2015)	CHRISTOPHER MCOUARRIE	TOM CRUISE, JEREMY RENNER, SIMON PEGG, ALEC BALDWIN, REBECCA FERGUSON, VING RHAMES, SEAN HARRIS, AMERICA OLIVO, SIMON MCBURNEY, JORGE LEON MARTINEZ	PARAMOUNT
A ESCOLHA PERFEITA 2 (PITCH PERFECT 2)	ELIZABETH BANKS	ELIZABETH BANKS, ANNA KENDRICK, HAILEE STEINFELD, ALEXIS KNAPP, KATEY SAGAL, REBEL WILSON, BRITTANY SNOW, ANNA CAMP, HANA MAE LEE, SKYLAR ASTIN, ADAM DEVINE	UNIVERSAL
GEMMA BOVERY: A VIDA IMITA A ARTE (GEMMA BOVERY)	ANNE FONTAINE	FABRICE LUCHINI, GEMMA ARTERTON, JASON FLEMING, ISABELLE CANDELIER, NIELS SCHNEIDER, MEL RAIDO, ELSA ZYLBERSTEIN, PIP TORRENS	MARES
A ESPERANÇA É A ÚLTIMA QUE MORRE	CALVITO LEAL	DANI CALABRESA, KATIUSCIA CANORO, DANTON MELLO, RODRIGO SANT'ANNA, AUGUSTO MADEIRA, ADRIANA GARBONE, THELMO FERNANDES, MARY SCHEYLA	DOWNTOWN/PARIS
NA PRÓXIMA, ACERTO NO CORAÇÃO (LA PROCHAINE FOIS JE VISERAI LE COEUR)	CÉDRIC ANGER	GUILLAUME CANET, ANA GIRAROT, JEAN-YVES BERTELOOT, PATRICK AZAM, ARNAUD HENRIET, DOUGLAS ATTAL, PIERICK TOURNIER, ALEXANDRE CARRIÈRE, FRANÇOIS-DOMINIQUE BLIN	CALIFORNIA
20/08/2015 ▶			
O PEQUENO PRÍNCIPE (THE LITTLE PRINCE)	MARK OSBORNE	VOZES DE RACHEL MCADAMS, MARION COTILLARD, JAMES FRANCO, MACKENZIE FOY, BENICIO DEL TORO, JEFF BRIDGES, RICKY GERVAIS, PAUL GIAMATTI, ALBERT BROOKS, BUD CORT, MARCEL BRIDGES	PARIS
CAPITAL HUMANO (IL CAPITALE UMANO)	PAOLO VIRZI	FABRIZIO BENTIVOGLIO, MATILDE GIOLI, VALERIA BRUNI TEDESCHI, GUGLIELMO PINELLI, FABRIZIO GIFUNI	IMOVISION
EXORCISTAS DO VATICANO (THE VATICAN TAPES)	MARK NEVELDINE	KATHLEEN ROBERTSON, DJIMON HOUNSOU, DOUGRAY SCOTT, MICHAEL PEÑA, OLIVIA TAYLOR DUDLEY, JOHN PATRICK AMEDORI, MICHAEL PARÉ, TEHMINA SUNNY	DIAMOND
27/08/2015 ▶			
TED 2 (TED 2)	SETH MACFARLANE	SETH MACFARLANE (VOZ), LIAM NEESON, MARK WAHLBERG, AMANDA SEYFRIED, MORGAN FREEMAN, PATRICK WARBURTON, DENNIS HAYSBERT	UNIVERSAL
HITMAN: AGENTE 47 (AGENT 47)	ALEXSANDER BACH	RUPERT FRIEND, ZACHARY QUINTO, CIARÁN HINDS, THOMAS KRETSCHMANN, HANNAH WARE, EMILIO RIVERA, DAN BAKKEDAHL, ROLF KANIES	FOX
A POSSESSÃO DO MAL (THE POSSESSION OF MICHAEL KING)	DAVID JUNG	SHANE JOHNSON, ELLA ANDERSON, CARA PIFKO, KRISTAL ALVAREZ, TOMAS ARANA, LUKE BAINES, DALE DICKEY, CULLEN DOUGLAS	PLAYARTE
MULHERES NO PODER	GUSTAVO ACIOLI	DIRA PAES, TOTIA MEIRELLES, ELISA LUCINDA, ROGÉRIA, CHICA XAVIER	DOWNTOWN/PARIS
SEXO, AMOR E TERAPIA (TU VEUX OU TU VEUX PAS?)	TONIE MARSHALL	SOPHIE MARCEAU, PATRICK BRUEL, ANDRÉ WILMS, SYLVIE VARTAN, FRANÇOIS MOREL, PHILIPPE LELLOUCHE, JEAN-PIERRE MARIELLE, PATRICK BRAOUDÉ, CLAUDE PERRON	MARES

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
O AGENTE DA U.N.C.L.E. (THE MAN FROM U.N.C.L.E.)	GUY RITCHIE	HENRY CAVILL, ELIZABETH DEBICKI, ARMIE HAMMER, ALICIA VIKANDER, HUGH GRANT, JARED HARRIS, DAVID G. ROBINSON, GRAHAM CURRY, JAMES MICHAEL RANKIN, JORGE LEON MARTINEZ	WARNER
A ENTIDADE 2 (SINISTER 2)	CIARAN FOY	NICOLAS KING, SHANNYN SOSSAMON, JAMES RANSONE, TATE ELLINGTON, LUCAS JADE ZUMANN, CADEN M. FRITZ, LAILA HALEY, JADEN KLEIN, DELPHINE PONTVIEUX, LEA COCO	PARIS
MAGIA ESTRANHA (STRANGE MAGIC)	GARY RYDSTROM	VOZES DE: ALAN CUMMING, ELIJAH KELLEY, EVAN RACHEL WOOD, SAM PALLADIO, MEREDITH ANNE BULL, MAYA RUDOLPH, KRISTIN CHENOWETH	DISNEY
SHAUN O CARNEIRO - O FILME (SHAUN, THE SHEEP)	MARK BURTON, RICHARD STARZACK	VOZES DE: JUSTIN FLETCHER, JOHN SPARKES, OMID DJALILI, RICHARD WEBBER, KATE HARBOUR, TIM HANDS, ANDY NYMAN, SIMON GREENALL, EMMA TATE	UNIVERSAL
ÚLTIMOS DIAS NO DESERTO (LAST DAYS IN THE DESERT)	RODRIGO GARCÍA	EWAN MCGREGOR, SUSAN GRAY, CIARÁN HINDS, TYE SHERIDAN, AYELET ZURER	MARES
FÉRIAS FRUSTRADAS (VACATION)	JOHN FRANCIS DALEY, JONATHAN M. GOLDSTEIN	CHRIS HEMSWORTH, BEVERLY DANGELO, CHEVY CHASE, LESLIE MANN, CHARLIE DAY, MICHAEL PENA, ED HELMS	WARNER
PEQUENO DICIONÁRIO AMOROSO 2	SANDRA WERNECK	ANDREA BELRÃO, EDUARDO MOSCOVIS, DANIEL DANTAS, GLÓRIA PIRES, FERNANDA VASCONCELLOS, MÔNICA TORRES, RENATO GÔES, CAMILA AMADO	DOWNTOWN/PARIS
NEGÓCIOS FORA DE CONTROLE (UNFINISHED BUSINESS)	KEN SCOTT	DAVE FRANCO, JAMES MARSDEN, SIENNA MILLER, VINCE VAUGHN, TOM WILKINSON, JUNE DIANE RAPHAEL, BRITTON SEAR, ELLA ANDERSON, NICK FROST	FOX
O PREÇO DA FAMA (LA RAÇON DE LA GLOIRE)	XAVIER BEAUVOIS	BENOÎT POELYVOORDE, ROSCHDY ZEM, SÉLI GMACH, CHIARA MASTROIANNI, NADINE LABAKI, PETER COYOTE, XAVIER MALY, ARTHUR BEAUVOIS, JEAN-DANIEL BIGLER, DOLORES CHAPLIN	MARES
MAZE RUNNER - PROVA DE FOGO (MAZE RUNNER: SCORCH TRIALS)	WES BALL	DYLAN O'BRIEN, KAYA SCODELARIO, THOMAS BRODIE-SANGSTER, KI HONG LEE, GIANCARLO ESPOSITO, PATRÍCIA CLARKSON, AIDAN GILLEN, KATHERINE MCNAMARA, NATHALIE EMMANUEL	FOX
EVERESTE (EVEREST)	BALTASAR KORMÁKUR	KEIRA KNIGHTLEY, JAKE GYLLENHAAL, ROBIN WRIGHT, CLIVE STANDEN, JOSH BROLIN, SAM WORTHINGTON, JASON CLARKE, EMILY WATSON, MICHAEL KELLY	UNIVERSAL
DE CABEÇA ERGUIDA (LA TÊTE HAUTE)	EMMANUELLE BERGOT	CATHERINE DENEUVE, BENOÎT MAGIMEL, SARA FORESTIER, ROD PARADOT, DIANE ROUCEL, LUDOVIC BERTHILLOT, AURORE BROUTIN, ENZO TROUILLET	MARES
BATA ANTES DE ENTRAR (KNOCK KNOCK)	JONATHAN DEMME	MERYL STREEP, KEVIN KLINE, MAMIE GUMMER, SEBASTIAN STAN, BEN PLATT, CHARLOTTE RAE, AUDRA MCDONALD, RICK SPRINGFIELD, LISA JOYCE, CARMEN CARRERA	SONY
DESCOMPENSADA (TRAINWRECK)	JUDD APATOW	AMY SCHUMER, BILL HADER, TILDA SWINTON	UNIVERSAL
HORAS DE DESESPERO (NO ESCAPE)	JOHN ERICK DOWDLE	OWEN WILSON, PIERCE BROSNAN, LAKE BELL, SPENCER GARRETT, STERLING JERINS, KAREN GEMMA DODGSON, CLAIRE GEARE, BYRON GIBSON	DIAMOND
SICARIO: TERRA DE NINGUÉM (SICARIO)	DENIS VILLENEUVE	EMILY BLUNT, BENICIO DEL TORO, JOSH BROLIN, VICTOR GARBER, JON BERNTHAL, DANIEL KALUUYA, JEFFREY DONOVAN, RAOUL TRUJILLO, JULIO CESAR CEDILLO	PARIS
UM SENHOR ESTAGIÁRIO (THE INTERN)	NANCY MEYERS	ROBERT DE NIRO, ANNE HATHAWAY, ADAM DEVINE, NAT WOLFF, RENE RUSSO, REID SCOTT, ANDERS HOLM, ANDREW RANNELLS, DRENA DE NIRO, LINDA LAVIN	WARNER
HOTEL TRANSILVÂNIA 2 (HOTEL TRANSYLVANIA 2)	GENNDOY TARTAKOVSKY	VOZES DE: ADAM SANDLER, SELENA GÓMEZ, ANDY SAMBERG, STEVE BUSCEMI, KEVIN JAMES, MEL BROOKS, DAVID SPADE, FRAN DRESCHER	SONY
VAI QUE COLA - O FILME	CÉSAR RODRIGUES	PAULO GUSTAVO, CACAUI PROTÁSIO, CATARINA ABDALLA, MARCIUS MAJELLA, SAMANTA SCHMUTZ, FERNANDO CARLISO	H2O
PERDIDO EM MARTE (THE MARTIAN)	RIDLEY SCOTT	MATT DAMON, KATE MARA, JESSICA CHASTAIN, KRISTEN WIIG, MACKENZIE DAVIS, SEAN BEAN, SEBASTIAN STAN, DONALD GLOVER, JEFF DANIELS, MICHAEL PEÑA	FOX

03/09/2015



10/09/2015



17/09/2015



24/09/2015

01/10/2015



E AGORA, É O LASER!

POR: MARCELO PEDRAZZI

MAIS UM ANO, mais uma NAB Show.

Neste ano, conforme o anterior, estive presente nesse evento que se tornou algo a mais na vida de qualquer técnico, produtor, fotógrafo, exibidor e todos os envolvidos no processo fílmico. Mas, gostaria de concentrar este texto na forma final – projeção.

Aqui estamos caminhando com a digitalização dos cinemas, substituímos os antigos projetores 35mm por projetores digitais padrão DCI 2K para projeções 2D e 3D.

Voltando ao evento, mais uma vez tivemos a demonstração da nova tecnologia de projetores a laser. O qual já mencionei em outro texto, aqui mesmo.

Bom, dessa vez além da demonstração de um novo modelo da Barco, tivemos o CEO da empresa nos passando que já temos mais de 20 projetores com tecnologia a laser instalados e em operação pelo mundo. Isso foi alarmante.

A grande questão que me abateu foi voltar rapidamente com a minha mente para o Brasil e me perguntar: como iremos lidar com isso?

Estamos num processo evolutivo de desmantelamento total de nossos cinemas para uma transformação completa, uma virada digital. E agora até esse processo, que ainda não está completo, já se encontra em desvantagem. Como lidar com isso quando temos tantos envolvidos como BNDES, exibidores, empresas filiadas...?

Neste momento, temos que achar os pontos determinantes para escalar isso com cuidado.

Vale criar uma ponte entre cinema e TV. Pois na TV estamos no processo entre o sinal “standard” SD e o “high definition” HD. Num momento em que muitos já produzem e reproduzem em 4K ou UHD. Aliás, já temos até a venda de aparelhos de TV UHD em várias lojas no mercado nacional num momento que não temos nenhuma forma de receber esse sinal, e não teremos tão cedo.

Acredito que agora seja necessário um plano, pois a tecnologia laser é inevitável.

Além de ser um equipamento que trará menos custos ao exibidor, tanto de instalação e utilização, quanto de manutenção – a qualidade da projeção é impressionante.

Afinal de contas, qual será o futuro do nosso cinema?

Essa pergunta é feita diariamente por engenheiros, cientistas, produtores, exibidores, entre outros.

E não teremos mais onde parar.

Daqui a pouco o espectador poderá levar seu tablet para o cinema e alterar o final do filme, antes da sessão acabar. Quem sabe? **E**



MARCELO PEDRAZZI | PEDRAZZI@AFINALFILMES.COM

COMEÇOU SUA CARREIRA COMO ASSISTENTE DE MONTAGEM, POUCO DEPOIS SE CONSOLIDOU COMO COORDENADOR DE PÓS-PRODUÇÃO PARA CINEMA E TV. COMO FINALIZADOR ESTEVE EM AMPLO CONTATO COM AS NOVAS TECNOLOGIAS E JÁ COLOCOU NOS CINEMAS VÁRIAS PRODUÇÕES, COMO “VINICIUS” DE MIGUEL FARIA JR., “MAIS UMA VEZ AMOR”, DE ROSANE SVARTMAM E “MÚSICA SEGUNDO TOM JOBIM”, DE NELSON PEREIRA DOS SANTOS. FAZ PARTE DA DIRETORIA DA ABC-RJ.



O Nome Mais Confiável no Mercado de Equipamentos para Cinema Digital



Servidores Digitais SX-3000 e SX-2000TR/AR

A melhor e a única solução completa

- Contempla todas as especificações técnicas de reprodução solicitadas pelos estúdios de Hollywood, incluindo 4K e 120 fps HFR
- Preenche todas as necessidades relacionadas a reprodução de conteúdo alternativo, reprodução automatizada de DVD/Blu-ray e 3D ao vivo



CLA-2000 Adaptador de Conteúdo para Biblioteca

Melhora a flexibilidade e eficiência do funcionamento do cinema

- Proporciona interfaces para diferentes dispositivos de armazenamento em uma rede de cinema (ex. LMS, servidor de tela, controlador CRU, etc.)
- Possibilita o ingest e a transferência de conteúdos em diferentes formas
- Possibilita fazer backup de conteúdo em dispositivo de armazenamento adicional



Armazenamento Portátil



Armazenamento Corporativo



Armazenamento Corporativo Plus

Soluções de armazenamento escaláveis que se encaixam nas diversas necessidades dos Exibidores

- Proporciona capacidade de armazenamento de 2TB, 4TB, 6TB, 8TB ou 16TB*
- Projetados para serem montados em Projetores de Cinema DLP® ou nos Pedestais dos Projetores



TMS-2000 Sistema de Gerenciamento de Cinema

Uma solução completa para gerenciamento das salas de cinema

- Controle de todas as telas a partir de um único ponto de acesso
- Automatiza as visualizações das operações com uma interface fácil de se usar, a partir de um ponto de acesso
- Automatiza e mantém a qualidade de projeção e som
- Gerencia todos os tipos de conteúdo, códigos KDM e possibilita a montagem de playlists a partir de um ponto de acesso único
- Integra-se com todos os equipamentos convencionais de cinema, como automação POS, servidores de mídia, projetores e processadores de som
- Torna possível o gerenciamento dos cinemas através de um aplicativo IOS cuidadosamente desenvolvido para tablets Ipad

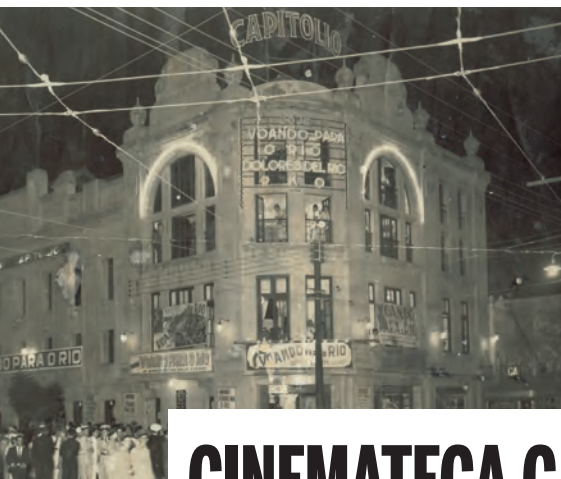
* Para obter as especificações, consulte os Representantes de Venda da GDC Technology.

GDC Technology

Hong Kong • Beijing • Shenzhen • Barcelona • Dubai • Jakarta • Lima • Los Angeles • Mexico City • Mumbai • São Paulo • Singapore • Tokyo

Powering your digital cinema experience





CINEMATECA CAPITÓLIO: O RETORNO DE UM PALÁCIO DO CINEMA

COM QUASE 90 ANOS, O ESPAÇO REABRE COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO DO CENTRO DE PORTO ALEGRE

POR VANESSA VIEIRA | FOTOS DIVULGAÇÃO

APÓS CERCA DE DEZ ANOS de obras para restauração e reforma, o antigo Cine-Theatro Capitólio ganhou novo nome em sua reabertura em 27 de março deste ano e passou a se chamar Cinemateca Capitólio. O tradicional cinema de rua manteve sua função como espaço exibidor, mas recebeu também a responsabilidade de oferecer ao cinema do Rio Grande do Sul um local de preservação e memória do audiovisual da região. No entanto, a preservação do local em si é também o resgate de um dos chamados palácios do cinema.

As obras para a construção do espaço foram iniciadas em 1927 pelo alfaiate José Faillace, um profissional muito requisitado no período que abriu o local em 1928. “Era um momento muito diferente. Imagine um alfaiate que construiu uma sala de cinema com 1.295 lugares e quatro andares, um lugar realmente grande”, comenta Marcus Mello, coordenador de Cinema, Vídeo e Fotografia da Prefeitura de Porto Alegre e atual diretor da Cinemateca Capitólio. De acordo com

Mello, o espaço foi construído para ser o cinema mais luxuoso do Estado e era muito frequentado até a década de 1950.

O primeiro filme exibido no Cine-Theatro Capitólio foi o francês **Casanova** (1927) e, nos quase 90 anos de história, o espaço exibiu inúmeros sucessos. “Temos relatos de pessoas que se lembram da exibição de **E o Vento Levou...**”, exemplifica Marcus Mello. No entanto, com tanto tempo de atividade, o local precisou de várias reformas ao longo dos anos sendo que as principais foram realizadas nos anos 60 e entre 1993 e 2015.

Nessa época, o cinema, assim como outros equipamentos culturais brasileiros, sofreu a pressão da censura do Regime Militar. Mello explica que os filmes deviam ser autorizados pelos censores

para serem exibidos. Porém, nesse período os palácios do cinema já haviam sofrido com a chegada da televisão em 1950 e, ao fim do Regime Militar, enfrentavam a chegada do videocassete.

Em 1993, o local foi tombado pela Prefeitura e Estado do Rio Grande do Sul como patrimônio histórico devido a fatores como sua arquitetura, conhecida pelo pé direito alto e pela decoração em gesso em volta da tela de exibição. Nesse momento as obras começaram. “Foi um processo difícil e a reinauguração foi linda. Hoje as pessoas chegam ao prédio e ficam muito encantadas com o que veem”, conta o diretor que também aponta a necessidade do cinema de se digitalizar ainda em 2015.

Agora reformada e com a intenção de ser um espaço tanto para memória como para a promoção do audiovisual gaúcho, a Cinemateca Capitólio passa também a ajudar no processo de revitalização do centro de Porto Alegre e na formação de novos espectadores. “Nós acreditamos que esse novo equipamento cultural vai ser muito importante nesse processo de fazer com que as pessoas voltem a frequentar o centro”, defende Mello, para quem a Cinemateca Capitólio pode ser uma das salas de cinema mais bonitas do País. **E**

ESMERALDA

MUITO MAIS CONFORTO E LUXO NA SUA SALA DE CINEMA



www.santaclarapoltronas.com.br

ESCRITÓRIO - SÃO PAULO - BRASIL
Rua João Bizarro da Nave, 256 - Vila Diva - São Paulo - SP
CEP 03351-100 - telefone: 11 2965-0366

www.tmpcinema.com

ESCRITÓRIO - MIAMI - EUA
5220 NW 72 Avenue, unit #2,
Miami, FL, 33166 - telefone: 305 591-3633



FIDÉLITÉ EM ASSOCIAÇÃO COM WILD BUNCH APRESENTAM

ISABELLE ADJANI ALICE BELAÏDI LAËTTIA CASTA AUDREY DANA JULIE FERRIER AUDREY FLEUROT MARINA HANDS GÉRALDINE NAKACHE VANESSA PARADIS ALICE TAGLIONI SYLVIE TESTUD

O QUE AS MULHERES QUEREM

UM FILME DE AUDREY DANA

SEXO CARREIRA FILHOS AMOR



ROTEIRO AUDREY DANA MURIELLE MAGELLAN RAPHAËLLE DESPLECHIN DIÁLOGOS AUDREY DANA MURIELLE MAGELLAN

COM A PARTICIPAÇÃO DE PASCAL ELBÉ MARC LAVOINE GUILLAUME GOUX ALEX LUTZ NICOLAS BRIANÇON STANLEY WEBER

FOTOGRAFIA GIOVANNI FIORE COLTELLACCI MONTAGEM JULIEN LELOUP HERVÉ DE LUZE COM NICOLAS PROVOSTI COM EMMANUEL CROSET DIREÇÃO DE ARTE BERTRAND SEITZ DIREÇÃO DE FOTOGRAFIA CHARLOTTE BEAULOLE ASSISTENTE DE DIREÇÃO MAURICE HERMET FÉLIX ANNE BARBIER FÉLIX ANNE BARBIER MURIELLE MAGELLAN ISABELLE QUERRIQUO DIREÇÃO DE PRODUÇÃO ARMANDO WELTER

MÚSICA IMANY DIRETOR DE PRODUÇÃO SAMUEL AMAR DIRETORA DE PÓS-PRODUÇÃO SUSANA ANTUNES PRODUTORA EXECUTIVA CHRISTINE DE JÉKEL PRODUCIDO POR OLIVIER DELBOSC / MARC MISSONNIER CO-PRODUCIDO POR WILD BUNCH M6 FILMES COM A PARTICIPAÇÃO DE OCS M6 SWS EM ASSOCIAÇÃO COM PALATINE ÉTOILE 11 VENDAS INTERNACIONAIS ELLE DRIVER

© 2014 FIDÉLITÉ - WILD BUNCH - M6 FILMES FIDELITE M 9 /maresfilmes S O P I C A PALATINE ÉTOILE OCS OCS BY STYLYT wildbunch elle driver MARES FILMES

JULHO NOS CINEMAS