

EXIBIDOR

ANO VII - Nº 25 | ABR-JUN/2017

PROJEÇÃO A LASER: DA NOVIDADE À TENDÊNCIA

MARKETING

BRANDED CONTENT É O NOVO CAMINHO?

CINEMA CON 2017

COBERTURA E PRINCIPAIS DESTAQUES DA CONVENÇÃO

BILHETERIA

A PRÉ-VENDA COMO INDICATIVO DE SUCESSO

WWW.EXIBIDOR.COM.BR



EMOJI

0 FILME

**BREVE
NOS CINEMAS**



**IDRIS ELBA
MATTHEW MCCONAUGHEY**

A TORRE NEGRA

**27 DE JULHO
NOS CINEMAS**



**SCARLETT
JOHANSSON**

A NOITE É DELAS

**15 DE JUNHO
NOS CINEMAS**

**DWAYNE JOHNSON
JACK BLACK**

JUMANJI

**EM 2018
NOS CINEMAS**





HARRISON FORD
RYAN GOSLING

BLADE RUNNER 2049

**5 DE OUTUBRO
NOS CINEMAS**

ANSEL ELGORT
JAMIE FOXX
KEVIN SPACEY

EM RITMO DE FUGA

**17 DE AGOSTO
NOS CINEMAS**



TOM HOLLAND

MARVEL STUDIOS

HOMEM-ARANHA

DE VOLTA AO LAR

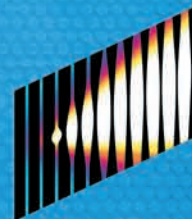
**6 DE JULHO
NOS CINEMAS**



**QUANTO MAIS
SONY PICTURES,
MELHOR!**

Prepare-se para os lançamentos que
o público está louco para ver nos cinemas.

sonypictures.com.br



**SONY
PICTURES**
RELEASING
INTERNATIONAL

CONSTRUINDO O FUTURO, DIA A DIA

Quando fui pela primeira vez a uma CinemaCon, meus olhos brilharam diante de tanta tecnologia e novidade. Hoje, após seis anos participando da maior convenção mundial de negócios para cinema, parece que a novidade já não me salta tanto aos olhos.

Andei pensando e isso não é ruim, sabe por quê? Porque não é que as novidades não existam, ao contrário, sempre há inovações, sejam tecnológicas, de marketing ou na área de serviços. No entanto, com a minha participação cada vez mais ativa diante desse universo do mercado cinematográfico, muito por conta da preparação de cada edição da Revista Exibidor e também da chegada e consolidação da Expocine, o contato com as novidades se aproximou e muito.

Antes as tendências demoravam a chegar no Brasil, só os exibidores mais antenados conseguiam ter acesso ao que poderia ser sucesso no futuro e hoje, ainda bem, temos contatos com as novas tecnologias mesmo muito antes delas se consolidarem.

Fomos pioneiros ao falar da digitalização, ao propor novas estratégias de marketing e a apostar no crescimento das salas VIP e da transmissão de conteúdo, em tempos nos quais esses assuntos ainda eram “coisa futurista”.

E agora? Propomos nessa edição debates sobre a projeção a laser, que cresce a passos cada vez mais rápidos, além de outras matérias sobre *brand content* e integração e automação. Trazendo, assim, um pezinho no futuro com o olhar no presente.

Por isso, também falamos nessa edição do crescimento da pré-venda de ingressos nos cinemas e como isso tem movimentado o mercado. O que nos deixa ainda mais contentes é que todos esses assuntos estiveram de maneira direta ou indireta bem presentes na última CinemaCon, realizada agora em março, do qual mais uma vez fizemos uma cobertura extensa.

Assim, celebramos com você seis anos, compartilhando novidades, discutindo tendências e pensando no futuro não como algo distante, mas como um presente construído diariamente.

Nos vemos por aqui, até breve!

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

R E V I S T A

EXIBIDOR

EXPEDIENTE

EDIÇÃO E DIREÇÃO

Marcelo J. L. Lima

REDAÇÃO

Natali Alencar (MTB 51480),
Vanessa Vieira, Fernanda Mendes
e Fábio Gomes

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

Antonio Ricardo Soriano, Felipe
Rossetti, Ricardo Laporta, Omelete,
Espaço/Z

IMPRESSÃO

Vox Editora
www.voxeditora.com.br
Tiragem de 3500 exemplares

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO

30/03/2017

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:

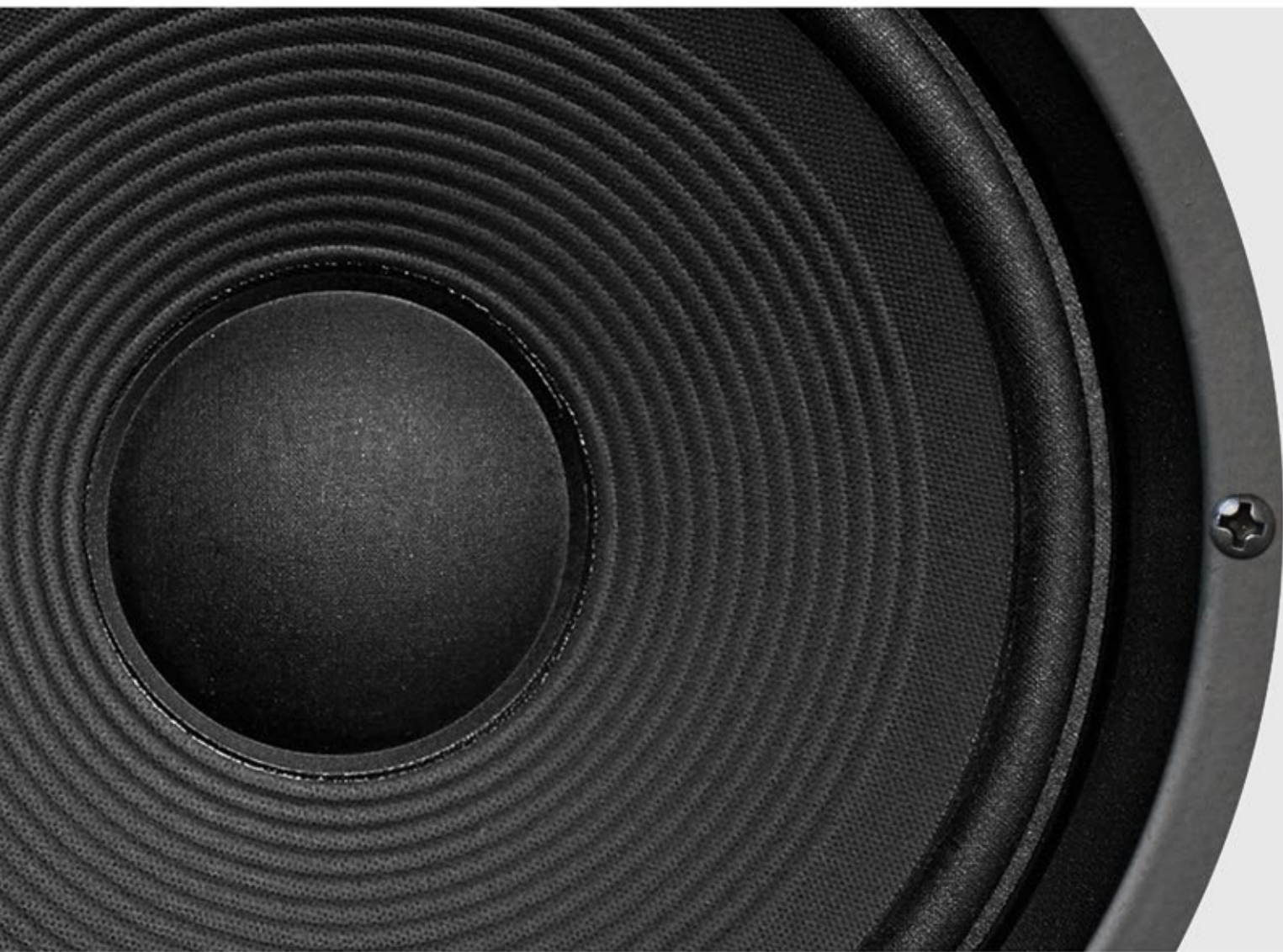
tonks
www.tonks.com.br

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.

A MAIS ALTA QUALIDADE EM SOM PARA CINEMA



A **HOTSOUND** oferece com excelência a solução completa para sonorização do seu cinema, com projetos adequados para cada tipo e tamanho de sala, inclusive para sistema **Dolby Atmos**!! Transforme a experiência de seu cliente em algo **MUITO** mais impactante!

HOTSOUND faz a diferença!



EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

#

3 ARTS ENTERTAINMENT

A

ALPHA

AMAZON

ANCINE

ARCADIA CINEMAS

B

BARCO

C

CADDY PRODUCTS

CALIFORNIA FILMES

CE+S

CENTERPLEX

CHRISTIE

CINE GRACHER

CINEASIA

CINEEUROPE

CINEMACON

CINEMARK

CINEMATOGRAFICA ARAÚJO

CINEMECCANICA

CINÉPOLIS

CINESHOW

CINESYSTEM

CJ 4DPLEX

CJ CGV

CJ GROUP

COLUMBIA PICTURES

CONSCIÊNCIA

CRETORS

D

D-BOX

DIAMOND FILMS

DISNEY

DOLBY LABORATORIES

DOLPHIN

DOWNTOWN

DTS X

E

ESPAÇO ITAÚ

EUROPA FILMES

EXPOCINE

F

FANDANGO

FLIX MEDIA

FOCUS

FOX

G

GAFISA

GDC

GOLD MEDAL

GRUPO ESPAÇO

H

H2O

HARKNESS SCREENS

I

ICTA

IMAGEM FILMES

IMAX

IMOVISION

INGRESSO.COM

IRWIN

K

KINOPOLIS GROUP

KINOPLEX

L

LIGHTSTORM ENTERTAINMENT

LIONSGATE

M

MARES FILMES

MARVEL

MEDIAMATION

MPAA

MULTICINE

N

NEC

O

OMNITERM

P

PARAMOUNT

PARIS FILMES

PMC CINEMAS

Q

QUBE CINEMA

R

REGAL

S

SALA 3

SAMSUNG

SEPHORA

SEVERTSON SCREENS

SONY

SUPO

STX

T

TLC CHINESE

U

UCI CINEMAS

UNIVERSAL

V

VELOX TICKETS

VISTA GROUP

VITRINE FILMES

W

WARNER BROS

EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

BARCO

www.barco.com/pt

BIOCOPO

www.biocopo.com.br

CALIFORNIA

californiafilmes.com.br

CENTAURO

www.centauro-cinema.com.br

CENTERPLEX

www.centerplex.com.br

CHRISTIE DIGITAL

www.christiedigital.com/pt-br

CINEART

www.cineart.com.br

CINEART FILMES

cineartfilmes.com.br

CINECOLOR

www.cinecolor.com.ar

CONSCIÊNCIA

www.consciencia.com.br

DIAMOND

diamondfilmsbrasil.com.br

DOWNTOWN

www.downtownfilmes.com.br

ESPAÇO/Z

www.espacoz.com.br

EXPOCINE

www.expocine.com.br

HOTSOUND

www.hotsound.com.br

IMAGEM FILMES

www.imagemfilmes.com.br

INGRESSO.COM

www.ingresso.com

KINOPLEX

www.kinoplex.com.br

MAXILLUSION

maxillusion.com.br

PARAMOUNT PICTURES

www.paramountpictures.com.br

PRIMEPASS

primepass.club

SANTA CLARA POLTRONAS

www.santaclarapoltronas.com.br

SEMANA ABC

abcine.org.br/site/semana-abc

SONY

www.sonypictures.com.br

TONKS

www.tonks.com.br

WARNER

www.br.warnerbros.com



Um visual cativante merece um som poderoso

Ninguém conhece de Cinema como a Christie®. Nossos projetores permitem você escolher o nível de brilho e potência desejado, acessórios e a melhor fonte de iluminação para seu cinema. Complete a experiência total com o Christie VIVE Audio™: a tecnologia de vanguarda para um som perfeito em qualquer cinema.

Contate nossos representantes
para criar uma experiência imersiva.
christiedigital.com



A experiência completa para cinema

CHRISTIE®

RÁPIDA ADOÇÃO DA PROJEÇÃO A LASER INDICA SUA CONSOLIDAÇÃO COMO TENDÊNCIA DO MERCADO

SUMÁRIO

NOTÍCIAS | 08

Giro pelo mercado

INFOGRÁFICO | 12

Histórico de sucesso e retorno do capitão Jack Sparrow

CLAQUETE.COM | 16

Novidades do cinema

CINEMAÇON | 20

Principais destaques da edição de 2017

ENTREVISTA | 26

COMPESO e Smart Pricer falam
de precificação dinâmica

BILHETERIA | 30

Pré-venda é termômetro de sucessos na telona

ARTIGO EXIBIÇÃO | 36

A autobiografia de um cinéfilo

MERCADO | 38

Branded content como maneira
diferente de divulgar marcas

ARTIGO LICENCIAMENTO | 50

Marcas e personagens para além do cinema

TECNOLOGIA | 54

Automação e integração de equipamentos no cinema

COMEMORAÇÃO | 60

Seis anos com o mercado exibidor em pauta

AGENDA | 64

Próximos lançamentos

TRAJETÓRIA | 68

Expansão marca história da Multicine

ARTIGO TECNOLOGIA | 70

Foco da projeção a laser é o público



CINEMACon 2017 | 20

PORTAL

EXIBIDOR

RCM 2017

O RioContentMarket 2017 recebeu 3.700 participantes de 30 países. Além do anúncio de serviço VOD da Spine, acordos de cooperação internacional e foco em descentralização da produção nacional, o evento também teve entre seus principais destaques a apresentação de um balanço dos 15 anos da ANCINE (tonk.es/rcm2017).

SXSW 2017

O South by Southwest – SXSW, festival estadunidense considerado um dos maiores do mundo sobre cinema, música e tecnologia, premiou o documentário brasileiro **Divinas Divas**, além de ter registrado forte participação latina (tonk.es/sxsw2017).

PRÓXIMO DO EXIBIDOR

As distribuidoras apostam cada vez mais em eventos dedicados ao exibidor, principalmente para mostrar o potencial de suas promessas. Recentemente, a Paris Filmes (tonk.es/roadshowparis2017), a Paramount Pictures (tonks.es/campanhaghost) e a Fox Film (tonk.es/chefinhocampanha) realizaram encontros nesse formato.



@RevistaExibidor



/RevistaExibidor

WWW.EXIBIDOR.COM.BR



primepass™

CONHEÇA SEU NOVO CANAL DE VENDAS

A assinatura mensal de Cinema que aumenta a frequência por espectador

- +Frequência
- +Receita
- +Espectadores
- +Bomboniere



Aumente a taxa de ocupação nas sessões durante a semana



Impulsione suas Vendas



Promova seu Filme



Personalize seu conteúdo

Baixe o aplicativo Grátis



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

primepass.club



UCI RECEBEU MAIS DE 16 MILHÕES DE PESSOAS EM 2016

©DIVULGAÇÃO



A UCI Cinemas divulgou um balanço com os dados de público em 2016, quando recebeu mais de 16 milhões de clientes no ano passado, 1,5 milhão a mais que no período anterior.

A rede comemora ainda ter o complexo de cinema campeão de público do País e também ter quatro cinemas entre os Top 10 do mercado nacional. Segundo dados da comScore, o UCI New York City Center (RJ), que desde a sua inauguração ocupa a primeira posição, manteve a liderança com um público de 1,5 milhão de espectadores.

Segundo a diretora de marketing da UCI Brasil, Monica Portella, **Star Wars – O Despertar da Força**, **Batman Vs. Superman – A Origem da Justiça**, **Capitão América – Guerra Civil** e **Esquadrão Suicida** foram os filmes campeões de bilheteria. “Estamos com boas expectativas para 2017. A nossa aposta é que o público cresça 3% acima de 2016”, completa Monica. A UCI está há 18 anos no Brasil e tem 231 complexos.

OS MELHORES CINEMAS DE SP

O jornal Folha de S.Paulo publicou o 10º Guia Folha Cinemas 2017. Foram avaliados 57 cinemas e 105 salas da capital paulista em 108 sessões durante 28 dias. Dentre as exibidoras, quem mais cresceu em São Paulo foi a Cinemark, que foi de 14 cinemas em 2008 para 22 unidades em 2017.

As novas categorias Melhor App e Melhor Sala, foram vencidas respectivamente pela Cinemark e pela sala IMAX do complexo Cinépolis JK Iguatemi. A unidade da exibidora mexicana, inclusive, foi o cinema mais premiado pela Folha, ganhando a maior categoria, de Melhor Cinema pelo conjunto da obra e empatando em Melhor Projeção com sua sala IMAX posta lado a lado com a da unidade UCI Anália Franco e a Espaço Itaú – Pompeia.

O Espaço Itaú, por sua vez, foi destaque pela terceira vez em Melhor Programação com sua unidade Frei Caneca. A categoria ainda incluiu uma menção honrosa ao Reserva Cultural. A Melhor Bombonière também é do Espaço Itaú, com o Café Fellini da unidade Augusta da exibidora. Veja o ranking completo em tonk.es/guiafolha2017.

RECINE CREDENCIA PROJETOS DE MODERNIZAÇÃO E CONSTRUÇÃO

O programa da ANCINE, o RECINE, credenciou projetos de construção e modernização de complexos para o grupo Kinoplex. Está prevista a construção de sete novos cinemas, além da modernização de três unidades.

Dentre os sete novos complexos, três estarão na capital do Rio de Janeiro (Kinoplex América, Kinoplex Central do Brasil e Kinoplex Moinho Fluminense); uma no município de Duque de Caxias, na Baixada Fluminense; outro complexo no Maranhão (Kinoplex Calhau); mais uma unidade na cidade de Alvorada, no Rio Grande do Sul (Kinoplex Alvorada); e um complexo em São Paulo, SP, o Kinoplex Parque da Cidade. Já os projetos para reformas se darão em complexos de Osasco (SP), Goiânia (GO) e São João de Meriti (RJ).

PROJETO DA VITRINE FILMES VISA AMPLIAR EXIBIÇÃO



Garantir a diversidade na distribuição é uma tarefa difícil no Brasil, que tem atualmente pouco mais de 3 mil salas e uma quantidade enorme de lançamentos nacionais (143 em 2016, segundo dados da ANCINE) competindo com os *blockbusters*. Pensando nessa equação entre produção, distribuição e exibição, a Vitrine Filmes lançou a “Sessão Vitrine Petrobras”. O projeto consiste em viabilizar a distribuição coletiva e comercial de filmes brasileiros, incluindo coproduções internacionais. As sessões acontecerão em vinte cidades e em mais de 28 salas.

A ideia é que o filme fique em cartaz por no mínimo duas semanas, com uma sessão fixa por dia, em horário específico, pelo preço máximo de R\$ 12,00 a inteira e R\$ 6,00 a meia. Em cinemas em que há apenas uma sala, em vez de uma sessão fixa diária, o exibidor terá opção de uma sessão semanal, incluindo debates. Com isso, a Vitrine espera democratizar a distribuição, garantindo mais espaço para exibição de produções nacionais, formando novo público consumidor da sétima arte.

A Sessão Vitrine já existe desde 2011, mas ocorria em um período específico. Agora, com o patrocínio da Petrobras, o projeto será constante durante pelo menos doze meses, a contar do seu início em fevereiro último, com possibilidade de renovação anual. Veja a vinheta sobre o projeto em tonk.es/sessaovitrine.

CINE GRACHER INAUGURA CINEMA EM ARAPONGAS (PR)

O Cine Gracher abriu mais uma unidade em parceria com a rede Havan.

O complexo possui três salas, sendo duas com projeção 3D e uma com 2D. Ao todo o cinema tem capacidade para 500 pessoas e está apto para receber filmes e conteúdos alternativos via satélite. Ainda, totens de autoatendimento estão sendo implementados.

Por meio de apoio do RECINE, o cinema é o único na cidade de Arapongas. Seu possível concorrente, o Cine Teatro Arapongas, está fechado atualmente.

CONSCIÊNCIA LANÇA PLATAFORMA DE ESTUDO EAD

O Grupo ConsCiência lançou sua plataforma *e-learning* desenvolvida exclusivamente para o mercado de cinema, a Universidade ConsCiência. Seu foco principal será o suporte ao produto CNS Cinemas, um *software* para administração e operação dos complexos.

A ideia é contribuir com a melhoria no treinamento dos operadores, além de reciclagem permanente. Tudo isso com custos reduzidos em função da economia com deslocamentos dos funcionários. Como benefício adicional, é possível utilizar a plataforma como seletiva para contratação e também para subsidiar promoções de funcionários operacionais em coordenadores/gerentes.

De acordo com estimativas da empresa, espera-se atender nos próximos meses mais de 2.000 usuários na plataforma, com uma média de 2,5 alunos por sala atendida pela empresa. Veja mais detalhes da plataforma em tonk.es/universidadeconsciencia.

CINÉPOLIS ALMEJA SER A MAIOR EXIBIDORA DO MUNDO



©DIVULGAÇÃO

A maior rede de cinemas do México anunciou seus números do ano de 2016 e, do total de 312 milhões de ingressos vendidos em todas as unidades da exibidora no mundo (são 12 países), 210 milhões foram adquiridos no México. Os dados foram divulgados pelo jornal *El Economista*.

A companhia já almeja o posto de maior exibidora do mundo em venda de ingressos do ano de 2016. No entanto, tudo depende da divulgação dos números da Cinemark, que atualmente ocupa este posto.

A Cinépolis possui 371 cinemas no México, 16 nos EUA e 47 no Brasil. Além de salas em outros países na América Latina, a empresa também mira investir ainda mais na Índia, onde já possui 51 complexos. Na Europa, a companhia tem cinemas apenas na Espanha, com 27 complexos.

IMAX E DISNEY RENOVAM ACORDO ATÉ 2019

A IMAX divulgou uma nova extensão do acordo multilancamento que tem firmado com a The Walt Disney Studios, que garantirá a estreia de vários grandes títulos de todos os estúdios comandados pela companhia no formato IMAX: Disney, The Walt Disney Animation Studio, Pixar, Marvel e Lucasfilm.

Neste último, a IMAX terá uma participação em vários títulos conectados à franquia *Star Wars*. Afinal, parte das cenas de **Star Wars: Episódio VIII – Os Últimos Jedi** serão filmadas com câmera especial da empresa de *Premium Large Format – PLF*. Ainda na Lucasfilm, a IMAX participará do próximo filme da saga **Indiana Jones**, ainda sem estreia ou título confirmados, e do longa sobre Han Solo, além de **Star Wars: Episódio IX**. Da Marvel, **Avengers: Infinity War** será filmado completamente com câmeras IMAX.

BRASIL ESTÁ ENTRE OS 20 PAÍSES COM MAIOR BILHETERIA

A bilheteria global de 2016 ultrapassou o recorde estabelecido em 2015, fazendo uma nova marca de US\$ 38,6 bilhões. Apesar do bom número, a bilheteria cresceu apenas 1%. Os dados são de um estudo da MPAA (*Motion Picture Association of America*).

Uma das regiões analisadas, a América Latina, teve sua bilheteria em queda de 18%. Apesar de diversos países do continente terem um aumento no setor, a desvalorização de várias moedas locais em relação ao dólar contribuiu para a queda como no México (queda da bilheteria em 15%), Argentina (-37%) e Venezuela (-31%).

Já o Brasil se destacou na região, com um aumento de 5% se comparado a 2015, entrando em 10º lugar no ranking dos países com maior bilheteria mundial. O nosso país arrecadou US\$ 700 milhões. Confira o ranking internacional dos 20 países com maior bilheteria em tonk.es/bilheteria2016mpaa.

A CENTERPLEX ANUNCIA NOVAS UNIDADES!

AINDA ESTE ANO SERÃO 4 NOVOS COMPLEXOS,
CHEGANDO A 85 SALAS POR TODO O PAÍS.

MAIS EXIBIÇÃO PARA O MERCADO,
MAIS DIVERSÃO PARA O PÚBLICO,
E MAIS ORGULHO PARA A NOSSA REDE!



 centerplex
supremo

 centerplex **MEGA**
UMA EXPLOÇÃO
DE SOM E IMAGEM

Jack Sparrow

Em 2002, quando foi anunciado que uma das atrações dos parques da Disney ia virar filme, ninguém imaginava que se tornaria uma das maiores franquias da história do cinema. Com 4 filmes e 3.7 bilhões de dólares em caixa, Piratas do Caribe volta em maio para aumentar estes números com o quinto capítulo de sua história, “A Vingança de Salazar”. Vamos agora relemburar quem já correu atrás de Jack Sparrow.



Davy Jones

Bill Nighy

Lord Cutler Beckett

Tom Hollander

Barba Negra

Ian McShane

Enquanto buscava a Fonte da Juventude, Jack Sparrow acaba a bordo do Queen Anne's Revenge, navio capitaneado pelo pirata mais temido de todos os tempos.



Piratas do Caribe na bilheteria mundial

- 1 • A Maldição do Pérola Negra (2003) - US\$ 634 milhões
- 2 • O Baú da Morte (2006) - US\$ 1,066 bilhão
- 3 • No Fim do Mundo (2007) - US\$ 963 milhões
- 4 • Navegando em Águas Misteriosas (2011) - US\$ 1,045 bilhão



Capitão Salazar

Javier Barden

Depois de escapar do Triângulo do Diabo, o capitão fantasma só tem duas coisas em mente: acabar com todos os piratas, e se vingar de Jack Sparrow.

omelete



f /WarnerBrosPicturesBrasil

YouTube /WarnerBrosPicturesBr

Twitter Instagram Snapchat /WBPictures_Br

◀ ▶ Line-up 2017

ESTREIA: 18 DE MAIO



ESTREIA: 1º DE JUNHO



TEMPESTADE

ESTREIA: 15 DE JUNHO



ESTREIA: 22 DE JUNHO



ESTREIA: 27 DE JULHO



O MELHOR PROGRAMA NO INVERNO É ESQUENTAR A SUA PROGRAMAÇÃO.

Campos do Jordão, SP

Hoje



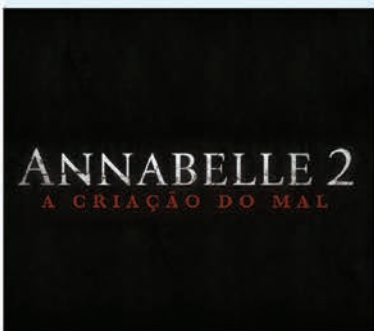
ESTREIA: 16 DE NOVEMBRO



ESTREIA: 19 DE OUTUBRO

PLANETA EM FÚRIA

ESTREIA: 17 DE AGOSTO



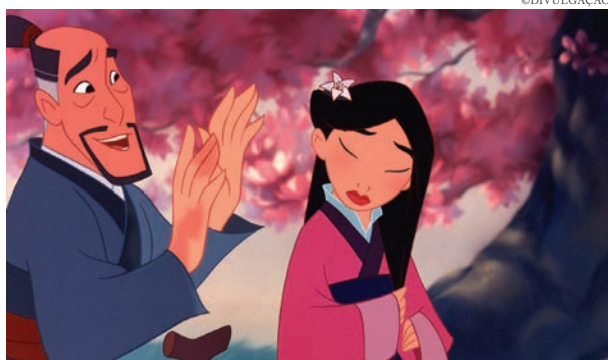
ESTREIA: 24 DE AGOSTO



ESTREIA: 21 DE SETEMBRO



LIVE-ACTION DE “MULAN” SERÁ FOCADO EM ARTES MARCIAIS



©DIVULGAÇÃO

A versão *live-action* do clássico da Disney, **Mulan** (1998), tem previsão de estreia para 2018. Segundo informações da diretora Niki Caro em entrevista ao ScreenCrush, a produção será filmada na China.

“O orçamento, as locações e a história estão me oferecendo a possibilidade para um filme incrível com um espetáculo feminino nas artes marciais. Eu mal posso esperar”, afirmou.

A diretora inclusive afirmou que está bastante envolvida nas preparações do longa e começará a fazer aulas de artes marciais. As produções para o filme ainda nem começaram, mas Niki já entrou para a história como a segunda mulher a liderar um filme da Disney com um orçamento de US\$ 100 milhões, sendo a quarta em Hollywood.

ROTEIRISTA DÁ PISTAS SOBRE RETORNO DE “MATRIX”

Um dos filmes mais originais da história do cinema, **Matrix** (1999), pode ganhar novos rumos nas telonas. O projeto, que estaria em estágios iniciais, será conduzido pela Warner Bros.

No entanto, para muitos que acreditavam que este filme seria um *reboot* do longa original, o roteirista da produção Zak Penn afirmou em seu Twitter pessoal que não é essa a intenção. A ideia é tratar de outras histórias do mesmo universo.

Assim, provavelmente a franquia recorrerá a *spin-offs*, não necessariamente começando tudo do zero. Outro rumor é de que o próximo longa contaria a história de Morpheu, mestre de Neo, protagonista dos últimos longas.

DIRETOR APOSTA EM “GUARDIÕES DA GALÁXIA 3”



©DIVULGAÇÃO

Guardiões da Galáxia Vol. 2 (*Guardians of the Galaxy Vol. 2*) ainda nem estreou e o diretor da franquia, James Gunn, já afirmou que os planos para produzir um terceiro filme viraram realidade.

“Haverá um Guardiões da Galáxia 3, com certeza. Eu estou tentando descobrir o que eu realmente quero fazer e isso é tudo”, afirmou o diretor em entrevista ao site Complex.

Gunn, no entanto, ainda não tem previsão de quando iniciará o terceiro filme. Aliás, nem a Marvel e nem a Disney se pronunciaram a respeito do assunto.

Guardiões da Galáxia Vol. 2 tem estreia prevista para maio deste ano e conta com nomes como Chris Pratt e Zoe Saldana.

PETRÔNIO GONTIJO SERÁ EDIR MACEDO EM “NADA A PERDER”

A Paris Filmes confirmou Petrônio Gontijo no papel principal de **Nada a Perder**. O ator, que vai viver seu primeiro protagonista no cinema, será Edir Macedo no filme dirigido por Alexandre Avancini e produzido pela Paris Entretenimento.

O longa começa a ser rodado em abril, em São Paulo, com locações no Rio, Nova York, Jerusalém e Joanesburgo. Com previsão de lançamento para o primeiro semestre de 2018, terá distribuição da Paris Filmes e Downtown Filmes.

Nada a Perder vai contar a história de Edir Macedo desde a infância até os dias de hoje. É baseado nos livros da trilogia homônima. Lançados pela editora Planeta, são *best sellers* com mais de 7 milhões de exemplares vendidos, traduzidos para cinco idiomas e lançados em mais de 60 cidades no mundo na África, Ásia, Europa, América Latina e América do Norte.



SONY QUER LEVAR VIDA DE “EL CHAPO” PARA O CINEMA

O narcotraficante mexicano, Joaquín Guzmán, mais conhecido como El Chapo, poderá ter sua história de vida nas telonas do cinema.

A Sony está negociando para comprar os direitos autorais de “Hunting El Chapo: The Thrilling Inside Story of the American Lawman Who Captures the World’s Most-Wanted Drug Lord”, livro de Cole Merrell e Douglas Century que ainda será lançado em outubro.

El Chapo ficou mundialmente conhecido por suas fugas da prisão e ainda foi considerado pela revista Forbes um dos homens mais poderosos do mundo entre 2009 a 2012.

A ideia é que Michael Bay, diretor da franquia **Transformers**, esteja na liderança do projeto e a 3 Arts Entertainment faça parte da produção do filme. As informações são do The Hollywood Reporter.

“UM PRÍNCIPE EM NOVA YORK” PODE TER CONTINUAÇÃO

Após quase 30 anos do clássico protagonizado por Eddie Murphy, **Um Príncipe em Nova York** (*Coming to America*, 1988), uma notícia está animando os fãs.

Em seu Twitter, o astro comentou uma possível continuação com a foto da atriz Vanessa Bell. Segundo outros sites de entretenimento, ele está preparando o roteiro e a atriz deve retornar ao longa.

Na época, o filme abriu em primeiro nos EUA (US\$ 21 milhões) e obteve renda total mundial de US\$ 288 milhões. Seu orçamento estimado foi de US\$ 39 milhões.

LISBETH SALANDER ESTÁ EM “A GAROTA NA TEIA DE ARANHA”

Lisbeth Salander, a personagem da saga Millenium, criada por Stieg Larsson, volta às telas em **A Garota Na Teia de Aranha**, adaptação do best-seller escrito por David Lagercrantz (**O Homem Nas Trevas**).

O anúncio foi feito na London Book Fair, durante a comemoração do lançamento do quinto livro da saga Millenium, também escrito por Lagercrantz.

Para Sanford Panitch, presidente da Columbia Pictures, “Lisbeth Salander é completamente única, provavelmente uma das grandes personagens femininas de toda a história da literatura”.

A produção do filme começa em setembro e a estreia está prevista para outubro de 2018.

JAMES CAMERON CONFIRMA MUDANÇA NA ESTREIA DE “AVATAR 2”



O cineasta James Cameron confirmou que **Avatar 2** será adiado e não terá mais estreia em 2018.

O diretor afirmou que o atraso ocorre porque não é apenas um filme, mas uma sequência da franquia (**Avatar 2, 3, 4 e 5**), uma produção cadenciada, que tomará oito anos de sua vida.

“É um empreendimento épico... vamos levantar as cortinas quando for a hora certa”, justificou ao jornal The Toronto Star.

As filmagens do próximo **Avatar** começam em agosto. O primeiro longa tem a maior bilheteria de todos os tempos com US\$ 2,7 bilhões.

MAIS UM NOME É CONFIRMADO PARA “DEADPOOL 2”



Deadpool 2 já tem mais um nome confirmado para seu elenco: a atriz Zazie Beetz interpretará Domino.

Quem fez o anúncio foi o próprio Ryan Reynolds, protagonista da história, em sua conta no Twitter. Domino é uma mutante que faz parte do grupo Six Pack e mais tarde da X-Force. O ator que viverá Cable, o parceiro da personagem, ainda terá seu nome confirmado.

O longa tem previsão de estreia para 2018. O primeiro filme, **Deadpool** (2015), teve bilheteria mundial de US\$ 783,1 milhões.

FALA SÉRIO,
MÃE!

Dona Flor
E SEUS DOIS MARIDOS

OS
FAROFEIROS

A GENTE
SE VIRA



*Downtown Filmes e
Paris Filmes*
APRESENTAM

Sucessos

2017 **FILMES CAMPEÕES DE BILHETERIA** 2018

Breve nos Cinemas



PARIS FILMES

Meus 15 anos

D.P.A.
O FILME

DO DOUTRINADOR

NADA
A PERDER



CINEMA CON ENFATIZA A EXPERIÊNCIA DO ESPECTADOR

ESTRATÉGIAS DE MARKETING, PERFIL DO CLIENTE, RELACIONAMENTO, LASER E REALIDADE VIRTUAL FORAM OS PRINCIPAIS ASSUNTOS

POR NATALÍ ALENCAR, VANESSA VIEIRA E MARCELO LIMA, DE LAS VEGAS | COLABORAÇÃO DE FERNANDA MENDES E FÁBIO GOMES
FOTOS MARIA CRUVINEL E CINEMA CON

JÁ EM SEU QUINTO ANO CONSECUTIVO, a **Revista Exibidor** fez uma cobertura especial da CinemaCon, estendida na versão online, que reuniu mais de 50 notícias e cobrindo quase toda a programação do evento.

Nessa edição, o foco principal foi o quanto o exibidor está disposto a proporcionar uma experiência diferenciada para o consumidor final. Por isso, os painéis focaram estreitamente nesse relacionamento e em maneiras de como atrair, engajar e fidelizar o cliente. Sendo necessário portanto, conhecer o perfil desse espectador e as novas possibilidades trazidas com a digitalização.

Gerações Millennials e Z, análise de dados, precificação dinâmica do ingresso, acessibilidade de conteúdo, bebidas alcoólicas e importância do *staff* permearam as discussões.

Pela primeira vez, a convenção recebeu uma delegação da Cinemark com 400 gerentes de seus respectivos complexos atuantes nos Estados Unidos.

Na área de tecnologia os principais assuntos foram o laser e os caminhos que a realidade virtual toma no segmento de exibição, não como um formato a mais na telona, mas como experiências que agregam e contribuem para a arrecadação do exibidor em ações de marketing. E o LED? Agora surge mais um novo passo rumo ao futuro do cinema.

Outro destaque foi o recorde de apresentações dos estúdios, dez no total: Sony, STX, Paramount, Disney, Universal, Focus, Warner, Fox, Amazon e Lionsgate. Três filmes foram exibidos na íntegra: **Piratas do Caribe: A Vingança de Salazar** (Disney), **Velozes & Furiosos 8** (Universal) e **Dupla Explosiva** (Lionsgate).

Tudo isso celebrando a bilheteria mundial de US\$ 38 bilhões alcançada em 2016, com destaque para a China, que aumentou cerca de 30% em número de salas, superando os EUA com 41,7 mil contra 41,1 telas e, agora, o mercado prospecta números ainda mais positivos para 2017.

MAIS QUE LINE-UP



A Fox Film teve uma apresentação irreverente, considerada a melhor entre os exibidores brasileiros: dançarinos vestindo ternos iluminados realizaram um show com efeitos visuais, que contou com a presença de um “intruso” – Chris Aronson, presidente do estúdio para distribuição nos EUA. Hugh Jackman também compareceu à apresentação para agradecer os exibidores pelo sucesso de **Logan** e para apresentar seu recente projeto: o musical **The Greatest Showman on Earth**, que foi ovacionado.

ANÁLISE DE DADOS

Um dos painéis defendeu a análise de dados como um importante fator de competitividade. No entanto, quatro barreiras dificultam: falta de estratégia, obtenção dos dados, tecnologia para obter informações e analisá-las, e mudança cultural. Os dados não deixam as empresas robóticas, ao contrário, podem melhorar o relacionamento com os clientes e auxiliar na expansão dos negócios.

15 ANOS

Em sua primeira vez na CinemaCon, a Focus Features aproveitou para comemorar seus 15 anos. Fazem parte dessa história produções como **A Teoria de Tudo** (2014), **O Segredo de Brokeback Mountain** (2005), **Clube de Compras Dallas** (2013) e **Milk – A Voz da Igualdade** (2008). Para 2017, a empresa aposta em: **The Book of Henry**, **O Estranho Que Nós Amamos**, **Atômica** e outros.

PRODUTOS E SOLUÇÕES

Além das novidades anunciadas aqui, outras empresas no segmento de tecnologia também demonstraram seus produtos, com destaque para: NEC, Sony, VISTA, GDC, Qube Cinema, Philips, CE+S, Cinemeccanica, Dolphin, Irwin e Omnitern. Já na área de bombonieres, Cretors, Gold Medal e Caddy Products marcaram presença.

UNIVERSO DC



A Warner exibiu imagens conceituais de **Aquaman** e levou Jason Momoa. Gal Gadot enviou uma mensagem especial e Chris Pine e a diretora Patty Jenkins apresentaram trechos inéditos de **Mulher-Maravilha**. E para fechar com chave de ouro o time de **Liga da Justiça** surpreendeu os exibidores: o diretor Zack Snyder e os atores Henry Cavill, Ben Affleck, Momoa, Ezra Miller e Ray Fisher marcaram presença.

TELAS

A Samsung divulgou solução de tela LED para cinema, que dispensa o uso de projetores. Já a Severtson anunciou o lançamento de nova tela dobrável para exibição não permanente e a Harkness divulgou os próximos passos em pesquisa sobre perfuração de tela.

ANÚNCIOS CHRISTIE



A Christie lançou o projetor CP2308 para pequenos exibidores. Em sua suíte apresentou ainda projetores laser, novidades para *digital signage* e o Allure AutoFocus, que segundo a empresa “reinventou” a operação de cartazes digitais. A Christie e a Lightstorm Entertainment, de James Cameron, confirmaram renovação do acordo, no qual ambas dividirão *know-how* e tecnologias em experiências imersivas.

INGRESSO ONLINE

A Fandango anunciou parceria nos EUA e seus planos arrojados para conquistar seis territórios da América Latina: Peru, Colômbia, Argentina, México, Chile, Equador e Bolívia. A companhia divulgou também a expansão da Ingresso, com no Brasil, que passa a ter foco somente na venda online de tickets para cinema e contará com site, app e identidade visual novos divulgados a partir de abril.

NOVIDADES BARCO



4D E REALIDADE VIRTUAL (VR)



A CJ 4DPLEX anunciou parcerias com redes da Angola e dos EUA para cinema 4D, uma poltrona com movimentos diferenciados e realizou demonstrações de realidade virtual com uma bicicleta e óculos VR. Já a MediaMation divulgou instalação de poltronas 4D em rede dos EUA e no TCL Chinese. A Universal e a IMAX ainda apresentaram experiência VR de *A Múmia* e a tecnologia foi tema de painel sobre seu uso no cinema.

AINDA SOBRE LED

A GDC revelou durante a convenção o Jetreel Cinema, projeto que inclui a tela de resolução 8K da Samsung. A ideia da empresa conta com o som imersivo DTS X e cadeiras de massagem com espaço especial para que espectadores possam carregar seus celulares.

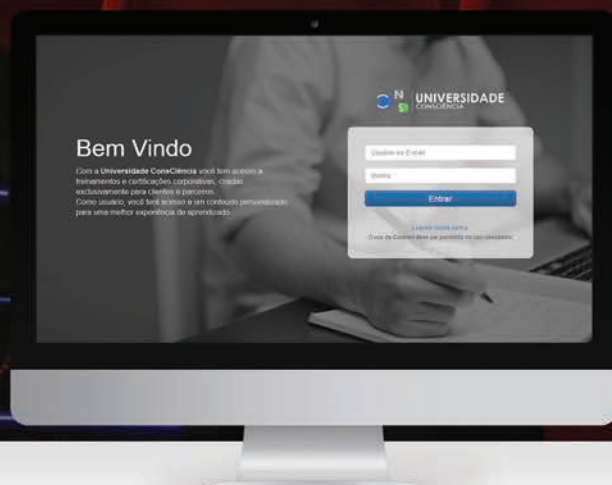
A Barco realizou encontros com executivos da América Latina e divulgou sua garantia de 100% durante 10 anos para os exibidores que adquirirem os projetores Smart Laser. Além disso, confirmou substituição de projetores em cinemas do Japão, além de novas instalações na Coreia do Sul e Flórida. Wesley Snipes anunciou ainda que seu próximo filme, *Recall*, será exibido na América do Norte no formato Escape.

PERFIL E RELACIONAMENTO

Entender o espectador é fundamental. Palestras sobre Millennials e Geração Z ajudaram o exibidor a entender essas gerações e pensar em novas possibilidades para atendê-los. Afinal, quem é sua audiência e como criar marketing inteligente? A indústria está nadando em dados e é preciso direcionar para saber utilizá-los, inclusive nas redes sociais. Somam-se a isso, as novas tecnologias que chegam para completar a experiência na telona, seja em *design*, poltronas, serviços ou produtos.

Confira no **Portal Exibidor** os detalhes de todas essas novidades: tonk.es/cinemacon2017





APLICATIVO INDICADOR DE PERFORMANCE EM TEMPO REAL

Tenha todos os melhores indicadores do seu cinema na palma da mão e em tempo real.
Tome decisões ainda mais assertivas!



Tempo real
do cinema ou praça



Melhores
Indicadores



Contribui para
decisões assertivas



**UNIVERSIDADE
CONSCIÊNCIA**

PLATAFORMA DE ESTUDOS PARA PROFISSIONAIS DO CINEMA

Treinamento, reciclagem permanente e economia na mais completa plataforma de estudos do cinema.



Exclusiva para
o Cinema



Da Operação a
Administração



Certificação
a cada módulo

CONHEÇA TODOS OS NOSSOS PRODUTOS

CNS
CINEMA
CINEMA DE PORTA A PORTA

BILHETERIA
STARTER EDITION

VELOX
TICKETS



CHRISTIAN KLUGE, SMART PRICER



MICHAEL HALEVY, COMPESO

TARIFICAÇÃO DINÂMICA NOS INGRESSOS

EXECUTIVOS DA COMPESO E SMART PRICER COMENTAM SOLUÇÃO DE PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE APLICADA AO CINEMA

POR NATALÍ ALENCAR | FOTO REVISTA EXIBIDOR

QUANDO VOCÊ COMPRA uma passagem aérea ou um ingresso para assistir a uma peça de teatro, é comum pagar um preço diferenciado, dependendo do local escolhido e do período de realização da compra. Agora, essa estratégia está chegando também aos cinemas.

No fim de 2016, as empresas COMPESO e Smart Pricer anunciaram uma parceria voltada ao mercado cinematográfico propondo a precificação inteligente, principalmente para a Europa, território de atuação das duas companhias.

A COMPESO é especializada em sistema de venda de ingressos e a Smart Pricer trabalha com os segmentos cinema, esportes e entretenimento com foco nas áreas de consultoria, análise de dados e tecnologia, esta última com um *software* para otimizar os preços de ingressos.

Com o acordo, o sistema de comercialização de entradas da COMPESO passou a contar com a otimização do preço feita pela Smart, que altera o valor do tíquete de acordo com a demanda pela sessão e o local escolhido para assistir ao filme, sendo que a tarifa pode ser ajustada em tempo real, incluindo até mesmo outras classificações de preço.

De acordo com a Smart Pricer, essa solução resulta no aumento de faturamento entre 5% e 10%. Somada à tecnologia de análise de dados, é possível ainda trabalhar com informações de comportamento e consumo obtidas pela utilização da plataforma da COMPESO.

Vale ressaltar que a dinamização não significa aumentar o preço, mas sim dar opções diferenciadas, possibilitando que o consumidor escolha o que está disposto a pagar, segundo um estudo apresentado pela própria Smart (veja o box no fim da entrevista).

Em entrevista à **Revista Exibidor**, Christian Kluge, CEO e um dos fundadores da Smart Pricer, e Michael Halevy, diretor de *design* de produto da COMPESO, comentaram a iniciativa.

EXIBIDOR – QUANTOS CLIENTES VOCÊS ATENDEM NA ÁREA DE SOLUÇÃO PARA VENDA DE INGRESSO?

MICHAEL HALEVY (COMPESO) – A nossa companhia foi fundada em 1984 atuando na área de TI, mas desde 1990 estamos no ramo cinematográfico. Estamos crescendo rapidamente para nos tornarmos o fornecedor número 1 de *software* para negócios em cinema. Atualmente, temos mais de 500 clientes na Europa, que operam 3 mil telas. Em 2016, foram mais de 300 milhões de ingressos emitidos pelo nosso *software*.

COMO FUNCIONA O SOFTWARE DA COMPESO?

HALEVY – O WinTICKET é uma solução de grande abrangência e integração com os negócios em cinema, com diferenciais competitivos em marketing e preço. Nós ouvimos nossos clientes e oferecemos soluções na medida para o maior número de exibidores – desde os que possuem uma tela até cadeias com 140 complexos e mil salas. O *software* é altamente personalizado e temos um time de desenvolvimento na Alemanha que consegue rapidamente responder aos pedidos dos nossos clientes em tempo real.

A EUROPA É O ÚNICO TERRITÓRIO ATENDIDO PELA COMPANHIA? HÁ INTENÇÕES DE EXPANDIR A ATUAÇÃO DA EMPRESA PARA OUTRAS REGIÕES, COMO A AMÉRICA LATINA?

HALEVY – Nosso objetivo é crescer ao redor da Europa nos próximos anos. Nós examinamos detalhadamente e encontramos oportunidades para alcançar um papel importante como fornecedor de venda de bilhetes no mercado.

CHRISTIAN KLUGE (SMART PRICER) – A Smart Pricer é sediada na Europa, mas nós temos clientes espalhados ao redor do mundo. Já começamos a receber solicitações vindas da América Latina e podemos começar a trabalhar com um cliente por aí em breve.

COMO FUNCIONA A PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE?

PREÇO FLEXÍVEL X PREÇO DINÂMICO

ESTUDO DA SMART PRICER SOBRE O MERCADO ALEMÃO DE CINEMA E SUA PRECIFICAÇÃO FOI DIVULGADO EM 2016 COM DADOS DE 2000 A 2015. CONFIRA AS PRINCIPAIS CONCLUSÕES:

- FLEXIBILIZAÇÃO DO PREÇO PARA DIAS OU FORMATOS ESPECÍFICOS JÁ É REALIDADE
- POUCOS USAM DA DINAMIZAÇÃO AUTOMÁTICA DO VALOR DO INGRESSO
- PREÇO FLEXÍVEL NÃO SERVE SÓ PARA COBRAR MAIS, MAS PARA OFERECER NOVAS POSSIBILIDADES AO ESPECTADOR
- QUANTO MAIS OPÇÕES DE INGRESSO, MAIS ESPECTADORES DIFERENTES PODEM SER ATENDIDOS
- PREÇOS VARIÁVEIS AUMENTAM TOTAL DE PÚBLICO FREQUENTADOR DO CINEMA
- COBRAR MAIS PELA VENDA DE INGRESSO ONLINE É PERDER OPORTUNIDADE
- PRECIFICAÇÃO DINÂMICA ADEQUA OFERTA À DEMANDA EM TEMPO REAL E DE MANEIRA PRÉ-PROGRAMADA

REGRA DE OURO DA PRECIFICAÇÃO: O VALOR DE UM SERVIÇO DEPENDE DO QUANTO SEU CONSUMIDOR ESTÁ DISPOSTO A PAGAR.

CONFIRA O ESTUDO COMPLETO EM tonk.es/alemanhaticket.

KLUGE – Em muitos mercados europeus de cinema nós trabalhamos com duas ou três categorias de preços. Os melhores locais (meio ou ao redor) formam a primeira categoria (1), os menos populares que ficam na frente são a categoria 3, por exemplo. Nosso objetivo foi ajustar o valor do preço das categorias de acordo com a demanda. Um *blockbuster* no sábado à noite às 20h tem um preço de categoria 1 maior, enquanto um filme B na terça à tarde tem um preço menor para as mesmas poltronas.

VOCÊS AVALIAM QUE A SOLUÇÃO TEM EXPANDIDO RAPIDAMENTE?

KLUGE – A ferramenta da COMPESO e da Smart Pricer pode ajustar o tamanho do preço às categorias automaticamente. A solução está instalada há mais de um ano em vários complexos na Alemanha, como em alguns do Odeon UCI, e esse número tem crescido rapidamente. Os resultados chegam a 5 e 10% de aumento na receita dos exibidores.

O MESMO SISTEMA PODE SER APLICADO A OUTROS MERCADOS?

KLUGE – Podemos entregar essa solução de dinamização do preço para todos os mercados do mundo. A versão automatizada já funciona atualmente com a COMPESO. Para os exibidores que têm uma ferramenta diferente, também integramos com o sistema de pós-venda e bilheteria deles e ainda podemos ajudá-los a implementar o preço usando nossa ferramenta de análise de vendas.

PREVEEM AUMENTAR A PARCERIA COM A COMPESO?

KLUGE – Essa solução é o ponto inicial de nossa parceria. Juntos, nós planejamos desenvolver muitas outras inovações para ajudar os exibidores a atrair mais espectadores e, assim, incrementar mais os seus rendimentos. **E**

DE LUC BESSON DIRETOR DE
"O QUINTO ELEMENTO"
E "LUCY"



DANE DEHAAN

CARA DELEVINGNE

VALERIAN

E A CIDADE DOS MIL PLANETAS

AGOSTO NOS CINEMAS

TAMBÉM EM 3D e REAL D 3D

BASEADO NA SÉRIE DE QUADRINHOS "VALERIAN E LAURELINE" DE PIERRE CHRISTIN E JEAN-CLAUDE MÉZIÈRES PUBLICADO POR DARGAUD ROTEIRO DE LUC BESSON

PRÉ-VENDA, TERMÔMETRO PARA OS SUCESSOS

CRESCIMENTO DA VENDA ANTECIPADA SE CONFIRMA COMO INDICATIVO DE BONS RESULTADOS NAS BILHETERIAS DOS CINEMAS

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

A **COMERCIALIZAÇÃO ANTECIPADA** de ingressos nas bilheterias físicas e nas plataformas online tem crescido nos últimos anos. Os *blockbusters* são os preferidos das distribuidoras para essa ação de marketing, algo que comprovadamente tem dado certo, levando em consideração que boa parte dos filmes que estão entre os mais vistos do ano passado e os de 2017 (até agora) tiveram essa estratégia.

Dos dez filmes com maior bilheteria em 2016 no montante de tickets vendidos, por exemplo, sete tiveram pré-venda, sendo que cinco são sobre o universo de super-heróis (três pertencem a franquias já consolidadas), um foi *spin-off* e outro foi uma produção nacional. Desses sete, quatro ultrapassaram público de 2 milhões de ingressos somente na abertura.

Em 2017, o cenário já caminha para resultados similares ou ainda melhores. Do Top 10 do ano até o momento (considerando a data de fechamento desta edição), quatro filmes tiveram pré-venda, sendo que dois pertencem a franquias (um de heróis e outro baseado

em obra literária), um tem temática de *games* e outro é uma animação infantil. Desses três, dois ultrapassaram mais de 1,4 milhão de ingressos no primeiro fim de semana de lançamento.

No campo das vendas online, Ingresso.com e Velox Tickets elegeram **Capitão América – Guerra Civil** (*Captain America: Civil War*, 2015), distribuído pela Disney, como o grande destaque em venda antecipada de 2016. Já em 2017, **Cinquenta Tons Mais Escuros** (*Fifty Shades Darker*), da Universal, desponta por enquanto. Ambos foram os filmes com maior bilheteria de cada período, em termos de renda (R\$).

Já nas bilheterias físicas dos cinemas, o campeão em pré-venda de 2016 foi **Os Dez Mandamentos – O Filme** (Paris Filmes/Downtown). Somente no período entre 1º e 27 de janeiro, o filme contabilizou mais de 2 milhões de ingressos, quebrando alguns recordes como o de maior pré-venda de um filme nacional e também de todos os tempos, equiparando-se, inclusive, aos *blockbusters* aqui no

Brasil. Em público, o longa é o líder do ano com mais de 11 milhões de tickets, apesar das polêmicas matérias na grande imprensa sobre sessões esgotadas, porém vazias.

Para se ter uma ideia, entre os recordistas anteriores no País estão **Jogos Vorazes: A Esperança – O Final** (*The Hunger Games: Mockinjay Part 2*, 2015), que vendeu cerca de 600 mil ingressos antecipadamente, e **A Saga Crepúsculo: Amanhecer – Parte 2** (*The Twilight Saga: Breaking Dawn – The final*, 2012), que somou mais de 640 mil tickets antes do lançamento oficial.

Infelizmente, os dados referentes à pré-venda ainda são um pouco nebulosos. Não há informações disponíveis sobre esses percentuais isolados. “Não temos os números dos filmes para os quais já fizemos este tipo de ação com os exibidores, pois eles se misturam com os números totais da semana e não conseguimos separá-los nos borderôs”, acrescenta o diretor geral da Paramount no Brasil, Cesar Silva.

Cabe ainda citar outros casos que não estão nesse filtro de maiores bilheterias, porém merecem destaque como os filmes da franquia **Star Wars**, que têm um público cativo, além de **Velozes e Furiosos 7** (*Furious 7*, 2013) que, devido à morte trágica do ator Paul Walker, atraiu mais espectadores, fortalecido pela venda antecipada. O chamado cinema-evento também costuma ter boa repercussão com exhibições de óperas, shows e campeonatos.

O comportamento e o fluxo no cinema também têm evoluído. Antes o cinema era visto como algo que não precisava ser programado com antecedência pelo consumidor final, o que já está mudando com a possibilidade da venda antecipada e até dos lugares marcados.

“O cinema se transformou do impulso para o evento planejado”, comenta o exibidor Adhemar Oliveira, do Grupo Espaço. Ele comenta ainda que a sala IMAX é a campeã em pré-vendas da companhia.

PREVISÕES, OS FÃS NA DIANTEIRA

A venda antecipada tem contribuído cada vez mais para a composição da bilheteria total, sendo uma medidora do sucesso de um longa, além de estar consolidada como uma oportunidade de divulgação massiva para filmes que atraem uma legião de fãs, que querem sempre sair na frente.

“Só fazemos para franquias consagradas para garantir que o fã assista ao longa em primeira mão ou para algum filme evento que seja uma grande novidade no mercado”, confirma Cesar Silva. Ele explica ainda que a pré-venda gera expectativa e cria um evento em torno do lançamento.

O que posteriormente se configura como uma experiência exclusiva. “É um acontecimento único ver o filme na sessão de lançamento e isso tem um valor enorme para um fã”, ilustra Patricia Cotta, gerente de marketing do Kinoplex.

Assim, concordam também outros exibidores, sempre ávidos por estimativas. “Na composição do resultado final de um filme, com a pré-venda conseguimos saber se o longa terá uma boa bilheteria e antecipar estratégias de vendas”, diz Eduardo Chang, gerente de programação da Cinépolis.

Mas será que funciona para todas as produções de grande porte? Há controvérsias. Helbert Macmillan,

gerente de marketing da Multicine, comenta que “a pré-venda é o maior termômetro para medir a admissão que o filme terá em sua carreira. Contudo, alguns filmes de impacto não têm tanto apelo. Os filmes infantis são um exemplo”, pondera.

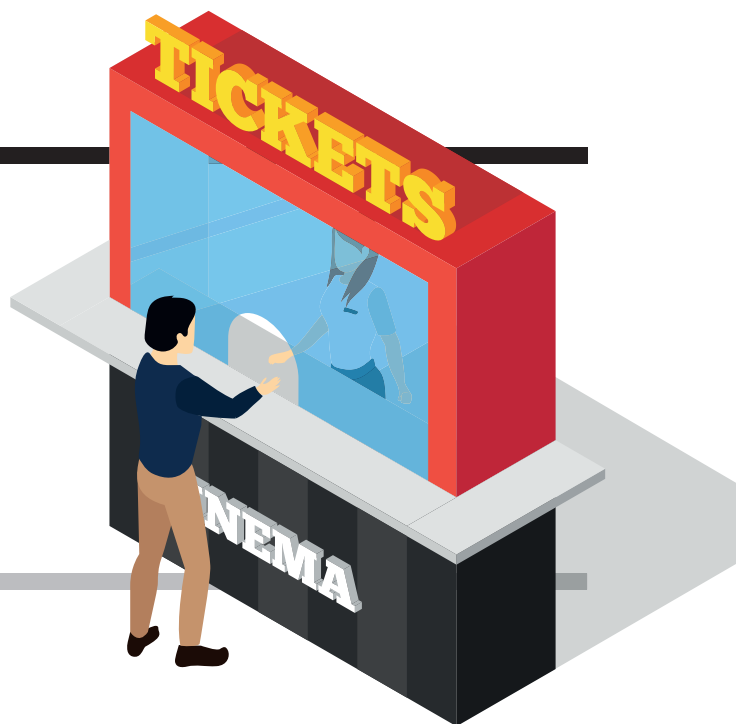
ESTRATÉGIAS

A pré-venda é uma ótima estratégia de divulgação para os *blockbusters*, sejam nacionais ou internacionais, segundo exibidores, distribuidoras e empresas de venda online. No entanto, deve estar adequada à realidade da estrutura de cada exibidor.



PARA A PRÉ-VENDA FUNCIONAR

- PLANEJAMENTO E DIVULGAÇÃO INTEGRADOS ENTRE EXIBIDORES E DISTRIBUIDORES
- VENDA ANUNCIADA CONJUNTAMENTE ENTRE EXIBIDORES E DISTRIBUIDORES PARA QUE O IMPACTO SEJA MAIOR
- TEMPO HÁBIL PARA COMUNICAÇÃO COM O CLIENTE FINAL



O pequeno exibidor, por exemplo, tem que lidar com a difícil equação entre a pouca quantidade de salas e a grande oferta de filmes. “Cada grupo tem um perfil. No nosso caso, temos que estar bem planejados para não errar. Adotamos uma estratégia entre uma e duas semanas no máximo”, relata Raimundo, da Cineshow.

CAMPEÕES

- DESTAQUE VENDA ONLINE ANTECIPADA EM 2016: **CAPITÃO AMÉRICA – GUERRA CIVIL**
- DESTAQUE VENDA BILHETERIA ANTECIPADA EM 2016: **OS DEZ MANDAMENTOS – O FILME**
- DESTAQUE VENDA ONLINE ANTECIPADA EM 2017*: **CINQUENTA TONS MAIS ESCUROS**



*DADOS COLETADOS ATÉ O FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO.

A comercialização tem iniciado geralmente com um mês de antecedência, tempo que, para os exibidores, tem sido suficiente. Porém, nem sempre isso é o que de fato acontece.

“Alguns grandes lançamentos já são fechados com alguma antecedência, o que nos ajuda a estruturar e colocar em prática uma estratégia de marketing mais ampla e efetiva. Outros são liberados muito próximos ao início das vendas, o que inviabiliza alguns canais de divulgação e até mesmo algumas ações que poderiam ajudar no resultado final”, pontua Patrícia Cotta, do Kinoplex.

Outro acontecimento relatado foi o anúncio da pré-venda liberada pelo distribuidor, porém, sem a aprovação dos materiais necessários para compor a campanha de divulgação nos sites dos exibidores.

É aí que entra o planejamento. “Se você já sabe da pré-venda, precisa se programar para exibir antes trailer e cartaz, além de estabelecer a pré-programação. É um planejamento que pode aumentar ou diminuir conforme a sensibilidade que você vai ter”, indica Adhemar, do Grupo Espaço.

Se adiantar nesse processo pode criar uma maior expectativa. “A adesão pode aumentar com os distribuidores definindo com mais antecedência e melhorando a comunicação com os clientes”, sugere Bruno Mezzena, da Velox Tickets (ConsCiência), que diz receber diversas mensagens pelo ‘Fale Conosco’ e nas redes sociais de clientes que ficam “perdidos”.

As campanhas direcionadas também agregam mais valor, principalmente quando o espectador recebe algo em troca, além do benefício de ter seu assento marcado e a garantia de que vai assistir ao filme de sua preferência na data, cinema e sessão desejados.

“Tivemos alguns exemplos de sucesso recentemente como a parceria com a Rede Telecine na pré-venda de ‘Sing’ e, para a pré-venda de ‘Cinquenta Tons Mais Escuros’, houve desconto no e-commerce da Sephora. Já para ‘Logan’, foi possível aos clientes acessar conteúdo exclusivo”, explica Mauro Gonzales, CEO da Ingresso.com.

E que venham mais sucessos com as próximas pré-vendas que teremos ainda em 2017. **E**



SEE MORE

BARCO

FLAGSHIP
LASER
PROJECTION

Sensacional qualidade de imagem para uma experiência emocionante

Os projetores a laser da Barco oferecem qualidade de imagem superior com um nível de brilho excepcional, com maior taxa de contraste e cores, para uma experiência de cinema que é incomparável. Nossos projetores são equipados com o exclusivo Processador de mídia de cinema integrado (ICMP) Alchemy Barco, que é capaz de exibir conteúdo de 4K a 60 quadros por segundo e filmes 3D em 4K.

Por que esperar? Descubra nossos produtos laser no nosso site:
www.barco.com/digitalcinemaprojectors

ENABLING BRIGHT OUTCOMES

BARCO

DANIELLE WINITS EMILIANO D'ÁVILA GUTA STRESSER JOÃO CÔRTEZ
LETÍCIA LIMA RAFAEL INFANTE MARIANA SANTOS

A única saída é aproveitar

dirigido por
HSU CHIEN

baseado na crônica "NO MOTEL" de
LUIS FERNANDO VERÍSSIMO



NINGUÉM
ENTRA
NINGUÉM
SAI

MAIO nos CINEMAS



#SIGAORASTRO

RAFAEL
CARDOSO

LEANDRA
LEAL

FELIPE
CAMARGO

CLAUDIA
ABREU



MAIO nos CINEMAS



para surpreender, emocionar e fazer rir.

BRUNO MAZZEO LUCIO MAURO FILHO MARCUS MAJELLA
BRUNO GARCIA PEDRO NESCHLING

Chocante

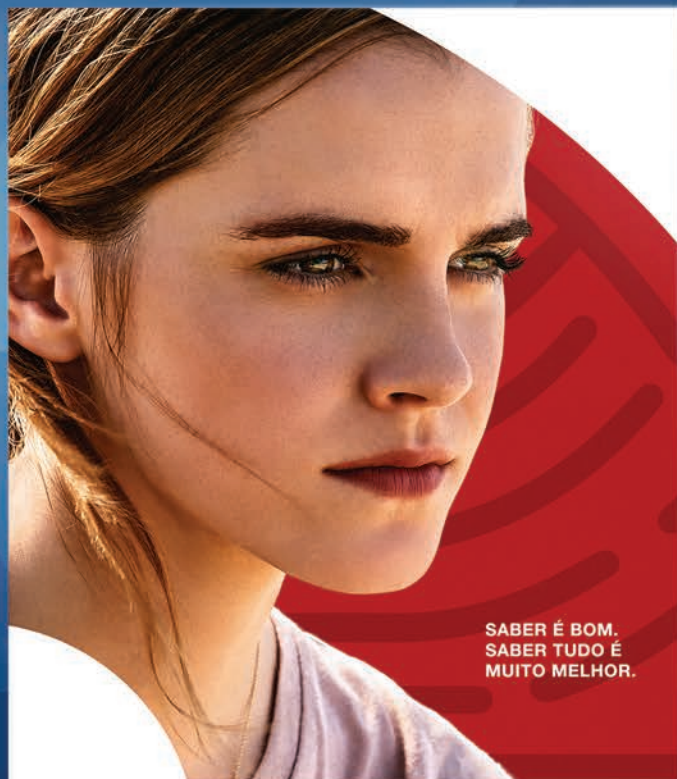


produzido por **Augusto Casé**
dirigido por **Johnny Araujo e Gustavo Bonafé**

JULHO nos CINEMAS



CASE
FILMES



SABER É BOM.
SABER TUDO É
MUITO MELHOR.

EMMA WATSON TOM HANKS

O CÍRCULO



JUNHO nos CINEMAS



O NASCIMENTO DE UM CINÉFILO: UMA AUTOBIOGRAFIA

POR ANTONIO RICARDO SORIANO

OS FILMES DE JERRY LEWIS, na Sessão da Tarde, as reprises de **A Fantástica Fábrica de Chocolate** (1971) ou, até mesmo, os antigos seriados de TV como *Viagem ao Fundo do Mar*, despertaram em mim um grande interesse pelos filmes logo na infância.

Quem me levou pela primeira vez ao cinema foi meu pai. Assistimos juntos **Se o meu Fusca Falasse** (1968) e filmes de **Os Trapalhões** em cinemas próximos de casa como o cine **Nacional** (no bairro da Lapa) e os cines **Haway** e **Flórida** (no bairro de Perdizes, ambos em São Paulo - SP).

Mas foi em 1980, quando eu tinha apenas 10 anos de idade, que a paixão pelo cinema se manifestou. Meu tio Gilberto (*in memoriam*) me levou para assistir ao filme **Xanadu** no melhor cinema de São Paulo: o **Comodoro Cinerama**. Um musical maravilhoso visto numa tela gigantesca e com som de extrema qualidade, que só o cine **Comodoro** podia nos proporcionar!

Em seguida, tive novas e agradáveis experiências no mesmo cinema como as exhibições de **E.T.** (1982), **Tron** (1982), **Indiana Jones e o Templo da Perdição** (1984) e **De Volta para o Futuro** (1985). Em 1983, senti pela primeira vez a “presença da Força”, assistindo ao filme **O Retorno de Jedi** no cine **Ouro** (no Largo do Paissandú, SP).

Tive a ideia de fazer um jornal sobre cinema. Com a ajuda dos meus primos Roberto e Marcos Gabler, criamos o Cine Fanzine. O primeiro número foi lançado no início de 1986 e distribuído no **Cineclube Oscarito**. Lançamos o nº 2 do Cine Fanzine em setembro de 1986 e já preparávamos o terceiro quando tivemos que cancelar o projeto por motivos profissionais.

A partir dos anos de 1990, acompanhei com tristeza o fechamento de quase todos os cinemas de rua que frequentei e outros que acabaram mudando a programação para filmes pornográficos. Passei um longo período longe dos cinemas, mas não das vídeo-locadoras.

Sentia saudades daqueles incríveis momentos no cine **Comodoro**, lá nos anos de 1980, e a ideia de homenagear esse cinema passou a ser uma constante. Em 2007, criei o blog Salas de Cinema de São Paulo. Por meio de pesquisas em muitas bibliotecas consegui um volume enorme de fotos e informações sobre os antigos cinemas de São Paulo, inclusive do **Comodoro**.

Tenho muito orgulho de ter criado o blog Salas de Cinema de São Paulo. Já possui uma quantidade enorme de in-

formações sobre a história dos cinemas de São Paulo e é utilizado por pesquisadores, universitários e amantes da sétima arte.

Recentemente, no final de 2013, voltei a frequentar os cinemas. A experiência de assistir os filmes no cinema é infinitamente superior a assisti-los em casa. Para melhorar ainda mais a experiência, dois cinemas que frequento, o **CineArte** (no Conjunto Nacional) e o **CineSesc** (na Rua Augusta, ambos em São Paulo), são cinemas como antigamente: originais, com plateia única e tela gigante.

Deixo aqui, nesse texto, um pouco de minha trajetória com o mundo do cinema. Um mundo de histórias reais e fictícias que nos emocionam. A chamada Sétima Arte que, para mim, é a soma de todas as artes! **E**



ANTONIO RICARDO SORIANO BLOGUEIRO E PESQUISADOR SOBRE A HISTÓRIA DOS CINEMAS DE SÃO PAULO. (SALASDECINEMADESP.BLOGSPOT.COM.BR)



F3 Design®

Fulpel Group®

• Desenvolve • Produz • Distribui

A estreia dos melhores filmes em seu cinema com produtos de qualidade

A ÚNICA EMPRESA DO RAMO DE EMBALAGENS QUE OFERECE A SOLUÇÃO COMPLETA PARA O SEU CINEMA.

BALDES E SACOS PARA PIPOCA, COPOS, CANUDOS, GUARDANAPOS E MUITOS OUTROS.

CENTRALIZE SEUS PEDIDOS COM A FULPEL E TENHA MAIS QUALIDADE E COMODIDADE EM SEU CINEMA!

SACOS PARA
PIPOCA

PERSONALIZE
BIOCOPOS

CINE
CAIXINHA

CANUDOS E
GUARDANAPOS

PERSONALIZE
BIOBALDES



cineatendimento@fulpel.com.br



www.biocopo.com.br

UM JEITO DIFERENTE PARA DIVULGAÇÃO DE SUA MARCA

APROXIMAR-SE DO PÚBLICO É A PALAVRA DE ORDEM. O BRANDED CONTENT PODE SER UM GRANDE ALIADO DO EXIBIDOR

POR FERNANDA MENDES | FOTO DIVULGAÇÃO

MUITO SE FALA SOBRE A AGILIDADE da nova geração que chegou em meados dos anos 90, a Geração Z. Interatividade, internet, mobilidade e outras características que não faziam parte da humanidade até então, hoje impactam em diversos setores econômicos e no ciclo social, inclusive na hora de divulgar a marca de uma empresa.

No cotidiano corrido, o público é quem escolhe o que quer assistir, ler ou ouvir. Nada mais é imposto, a população tem o poder de optar e só irá prestar atenção por mais de alguns segundos no que lhe proporcionar interesse. Segundo a pesquisa Visual Networking Index, divulgada pela Cisco, em 2018 serão 142 milhões de internautas no Brasil, sendo que o vídeo até o ano que vem será responsável por 82% de todo o tráfego online, o que mostra a força crescente dos conteúdos mais ágeis. A tecnologia aliada ao empoderamento

do consumidor, com certeza, está mudando os rumos da publicidade.

Assim, os meios já consolidados como propagandas, *outdoors* e panfletos, por exemplo, cada vez mais perdem a atenção do público. A saída agora está no uso inteligente do conteúdo e da tecnologia, investindo mais na persuasão do que na imposição propriamente dita. Nesse universo, uma das maneiras diferenciadas que surgiram para estreitar os laços entre consumidor e a marca é o *branded content*.

Esta estratégia de publicidade consiste em campanhas que oferecem informações úteis ao cliente e que tenham algum tipo de relação com a identidade de sua marca. Assim, muitas vezes, a empresa acaba se tornando uma referência no assunto. A ideia é que a compa-

nhia não seja a protagonista, mas sim o próprio conteúdo.

O *branded content* engloba diversos canais como redes sociais, vídeos, uso de influenciadores, entre outros. O objetivo é criar relacionamento com os consumidores, gerando valores e diálogos.

Segundo Suelen Giacomele, especialista em Branding e Marketing Digital, esta estratégia é eficaz, pois “o usuário vai ao encontro do que precisa, sem se sentir invadido por uma propaganda”. Um exemplo utilizado pela profissional vem da área de turismo.

“Quando alguém quer fazer uma viagem e se informar sobre determinado destino, ela usa um buscador e vai coletando informações sobre o lugar que pretende visitar. Quando uma marca de turismo desenvolve, por exemplo, um



CAMPAÑA PARA O BOTICÁRIO EXIBIDA NAS UNIDADES DA CINEMATOGRAFICA ARAÚJO

O FLIX CHANNEL EXIBIRÁ OS CONTEÚDOS DA GAFISA ATÉ JANEIRO DE 2018



blog com conteúdos relevantes sobre os locais em que atua, a chance dessa empresa se tornar conhecida para o potencial consumidor aumenta muito mais do que somente anunciar em Adwords ou em revistas especializadas”, comenta.

E ONDE O EXIBIDOR ENTRA NESSA?

Geralmente, quando o consumidor final escolhe o cinema como opção de entretenimento, ele não pensa na marca do complexo, mas no conteúdo que vai assistir. Se o exibidor se colocar enquanto “marca”, pode criar uma nova forma de interação e fidelização com o usuário, sendo mais lembrado.

Dentro do setor da exibição, podemos citar a rede Kinoplex como exemplo já que ela foi o cinema oficial dos Jogos Paralímpicos Rio 2016, exibindo também

três pequenos filmes com as histórias de atletas desta competição em seus complexos e redes sociais. Os vídeos atingiram milhares de espectadores, levando a marca da empresa apenas em segundo plano. No entanto, o conteúdo cumpriu seu papel já que, segundo a empresa, passou a imagem que a rede desejava: a de ser uma companhia 100% do Brasil que quer incentivar a divulgação das histórias dessas pessoas.

“É preciso estar sempre antenado ao que o público quer consumir de conteúdo. Nessa campanha, nós éramos apenas a empresa que acreditou que o Brasil deveria conhecer essas histórias, não havia nenhum protagonismo da nossa marca

ou de conteúdos a serem lançados em nossos cinemas. E foi um sucesso”, comemora Patricia Cotta, gerente de marketing do Kinoplex

QUANDO A MÍDIA É O CINEMA

Além dos exibidores, outras empresas podem apostar no *branded content* para ter suas campanhas exibidas nas telonas.

As agências de comercialização de mídia têm bons exemplos.

A Flix Media exibe no FLIX Channel, em parceria com a Gafisa, um conteúdo especial com uma série de vídeos exclusivos envolvendo temas sobre urbanismo, revitalização de imóveis, arquitetura e decoração. O intuito é transmitir a preocupação da construtora em relação ao futuro da cidade e o novo conceito de “estilo de morar”.

OUTROS MEIOS INOVADORES DE PUBLICIDADE

STORYTELLING: NESTA ESTRATÉGIA PUBLICITÁRIA, A COMPANHIA PODE CONTAR HISTÓRIAS DE MANEIRA PERSONALIZADA, ENCANTANDO O ESPECTADOR. A IDEIA É QUE A MENSAGEM SEJA A MAIS ASSERTIVA POSSÍVEL PARA O CONSUMIDOR, UTILIZANDO NÃO SÓ A NARRATIVA, MAS TAMBÉM RECURSOS VISUAIS. UM DOS EXEMPLOS DE MAIS SUCESSO É A CAMPANHA DA VOLKSWAGEN PARA O “DESLANÇAMENTO” DA KOMBI, EM 2014. O VÍDEO PERSONIFICA O AUTOMÓVEL, COLOCANDO UMA SENHORA PARA NARRAR A SUA TRAJETÓRIA

DESDE SUA CRIAÇÃO EM 1940, MOSTRANDO DIVERSAS HISTÓRIAS DE PESSOAS COM A KOMBI. VEJA O VÍDEO EM tonk.es/kombi.

CONTENT MARKETING: ESTA FORMA É BASEADA NA PRODUÇÃO CONTÍNUA DE CONTEÚDO, ENVOLVENDO O *ON* E O *OFF-LINE*. O *CONTENT MARKETING* ESTABELECE UMA LINGUAGEM ÚNICA COM OS CLIENTES, SENDO UTILIZADA EM TODOS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DA MARCA.

A parceria deu tão certo que, começou apenas como um projeto experimental no final de 2015, mas o prazo já se estendeu até janeiro de 2018, sendo exibido em todas as redes que a Flix Media atende: Cinemark, Centerplex, Cinesystem e o próprio Kinoplex. No total são cerca de 1.000 salas de cinema em 76 cidades (Para assistir ao conteúdo, acesse tonk.es/gafisaflix).

A Sala 3, também possui exemplo parecido. A empresa, que tem exclusividade de comercialização na exibidora Cinematográfica Araújo, cita a campanha de 2016 “Não é Meu Pai” de O Boticário, no qual mostrava a relação afetiva entre filha e padrasto (Veja a campanha em tonk.es/oboticario).

Segundo, Federico Lancieri, sócio diretor da empresa, o conteúdo de Dia dos Pais levou a uma procura maior pelos produtos da rede de produtos de beleza nos shoppings onde houve a exibição.

O aumento da demanda de *branded content* pelas marcas, ajudou a consolidar o canal de conteúdos exclusivos, o Kinomaxx, da Kinomaxx, em 2016. Uma das campanhas mais bem-sucedidas foi com a Copa Airlines, em conjunto com

o Governo de Curaçao, país localizado no Mar do Caribe. Segundo Yasmina Bouhacene, do marketing da Kinomaxx, a ideia era uma campanha para atrair mais turistas a região.

Em parceria com a Kinomaxx, o anunciante escolheu uma celebridade para falar das paisagens e atrações do local, finalizando o vídeo com a assinatura da companhia “Vá de Copa Airlines”.

Enxergando o maior investimento das companhias em produtos diferenciados, a empresa publicitária possui uma carteira de especialistas de diversas áreas.

“A demanda por produtos diferentes está cada vez maior. E a tendência em passar a informação por meio de conteúdos também. Por isso, essa é uma das nossas grandes apostas para 2017”, afirma a profissional.

CONCORRÊNCIA

Em uma época na qual o cinema disputa cada vez mais a audiência com plataformas de *streaming* e a internet, torna-se progressivamente mais necessário se aproximar do público e propagar a sua marca. No entanto, para isso, é preciso ter planejamentos claros e objetivos.

“Qualquer campanha de mídia, independente dos canais escolhidos, de-

manda planejamento. É preciso ser relevante, a mensagem deve fazer sentido para quem a recebe”, afirma Suelen Giacomele, especialista em Branding e Marketing Digital.

Além disso, segundo a especialista, muitos exibidores ainda não conseguiram encontrar o caminho para a interatividade e o diálogo com os espectadores. É preciso engajar e conhecer a sua audiência.

“Os exibidores estão disputando espectadores. Uma poltrona vazia não se recupera mais. Observando rapidamente algumas páginas e perfis de cinemas brasileiros em mídias sociais, não se percebe essa preocupação em trazer pessoas para perto”, ressalta.

Além dos canais sociais, de acordo com a especialista, há diversas plataformas eficazes para fazer a ponte entre o exibidor e o espectador como o e-mail marketing, *push notifications* e SMS. Mas Suelen alerta que, para trabalhar nesses canais, é preciso conhecer profundamente o público e isso é possível por meio de dados, pesquisas e tecnologia. ■



A VIDA PEDE MAIS CINEMA

#AVidaPedeCineart

Em casa, a pipoca não tem o mesmo sabor. As cores não têm tanto brilho. Os sons não fazem a gente vibrar. Quando as luzes do cinema se apagam é que o coração se acende. Cineart, a maior rede exibidora de Minas. Mais salas, mais conforto, mais tecnologia. A gente acredita na magia do cinema.

CINEART 70
anos

EMOÇÃO QUE NÃO PARA.

PROJEÇÃO A LASER: DA NOVIDADE À TENDÊNCIA

RAPIDEZ NA ADOÇÃO DA TECNOLOGIA INDICA SUA CONSOLIDAÇÃO NO MERCADO CINEMATOGRAFICO APÓS A DIGITALIZAÇÃO

POR VANESSA VIEIRA FOTOS DIVULGAÇÃO

O MERCADO CINEMATOGRAFICO MUNDIAL, com destaque para territórios como os Estados Unidos e a Europa, já viu a digitalização atingir 100%. O parque exibidor brasileiro não é diferente. Afinal, segundo dados da ANCINE, o circuito nacional fechou 2016 com mais de 3.160 mil salas, aproximando-se de um dos maiores marcos de quantidade de telas do País registrado na década de 1970, e, dessas telas, 99,6% estão digitalizadas (Veja mais em tonk.es/InformePreliminar2016).

No entanto, o mercado cinematográfico manteve sua contínua busca por novidades. Várias tecnologias foram adotadas após a chegada dos projetores digitais como sistemas de som imersivo, o cinema 4D e novidades no 3D. A projeção, por sua vez, desenvolveu-se dentro das possibilidades do digital e da lâmpada xênon, mas não parou por aí. Por volta de 2014 a indústria viu a tecnologia de projeção a laser chegar por meio de demonstrações em eventos do setor como CinemaCon, Expocine, CineEurope e CineAsia.

O LASER HOJE

Segundo a soma dos números fornecidos à **Revista Exibidor** pelas fabricantes Barco, Cinemeccanica, Christie e NEC, a quantidade atual de telas com projeção laser no mundo gira em torno de 5 a 6 mil. Já de acordo com estimativa apresentada por Bill Beck, especialista da Barco conhecido por seu pioneirismo nessa tecnologia, em 2017, com menos de cinco anos da entrada formal da nova solução de fonte de luz no mercado de cinema, cerca de 4,7 mil telas de 65 exibidores no globo contam com a solução. Essa informação foi apresentada pelo executivo em encontro anual da *International Cinema Technology Association – ICTA* (Associação Internacional de Tecnologia Cinematográfica, em tradução livre) em janeiro deste ano.

Vale lembrar que, segundo os dados de Beck, existem cerca de 350 salas *Premium Large Format – PLFs* laser, sendo 150 da América do Norte, 95 da Ásia e apenas cinco na América Latina, en-

tre outros territórios que totalizam 100 telas do tipo. Além disso, o executivo aponta também a opção de complexos que usam apenas essa tecnologia de projeção, os chamados “all-laser”. O primeiro cinema desse tipo na América Latina, por exemplo, foi aberto em São Paulo (SP) pela Cinesystem em janeiro deste ano (tonk.es/CinesystemAllLaser). Na Europa, o primeiro foi inaugurado em junho de 2016 pelo Kinopolis Group, enquanto o pioneiro na costa Leste dos Estados Unidos foi o chamado *Regal L.A. LIVE: A Barco Innovation Center* (tonk.es/RegalBarcoCenter).

E os números prometem não parar de crescer. Do mês de dezembro de 2016 até o fechamento desta edição, somente o **Portal Exibidor** noticiou a chegada de projetores laser em nove cinemas e 17 salas na Ásia, América Latina, América do Norte, Europa e Oriente Médio.

As instalações se dão geralmente entre os dois tipos mais conhecidos de fontes de laser: o Laser Fósforo (*Laser Phosphor – LP*, em inglês) e o RGB (da sigla em inglês *Red Green Blue*). O primeiro utiliza apenas feixes de laser azul, simulando posteriormente, a partir dessa cor, o verde e o vermelho, enquanto o RGB traz feixes individuais com laser vermelho, verde e azul.

Por utilizar apenas o laser azul, a tecnologia LP, com capacidade que varia geralmente de 6 mil aos 24,5 mil lúmens, apresenta um custo menor para o exibidor do que o RGB que, no entanto, pode alcançar maior quantidade de lúmens – de 24,5 mil a 60 mil lúmens –, melhor contraste e maior gama de cores. Dessa maneira, salas tradicionais têm recebido, em média, mais projetores com Laser Fósforo enquanto o RGB está caminhando para se tornar o mais buscado para telas gigantes. Segundo a previsão feita por Beck no seminário da ICTA, em 2018 todas as novas salas PLFs devem ter projeção a laser RGB.

O maior contraste de cores e consequentemente melhor qualidade de imagem estão entre as principais vantagens do laser em relação à lâmpada xênon, especialmente para projeção 3D – mas não é só por isso que a tecnologia tem ganhado status de tendência. “O benefício vem do maior tempo de duração da fonte de luz e de sua menor necessidade de substituição. Esse fator leva à diminuição do tempo de interrupção de exibição e à otimização da operação do cinema”, completa Carlos Siqueira, gerente de produto da área de cine-

SALA PLF STARIUM DA CJ CGV NA COREIA DO SUL TEM PROJEÇÃO A LASER RGB





BARCO

OFERECE SOLUÇÕES DE LASER FÓSFORO, RGB E *RETROFIT* (LP).

LINHAS DE PRODUTOS:

- LASER HIGH-CONTRAST – LHC (RGB): PROJETORES DP4K-40LHC E DP4K-20LHC.
- SÉRIE L (RGB): PROJETOR DP4K-60L.
- SMART LASER (FÓSFORO): PROJETOR DP2K-20CLP + POSSIBILIDADE DE *RETROFIT*.

RESULTADOS GLOBAIS: MAIS DE 2.000 *RETROFITS* E 1.700 NOVOS PROJETORES INSTALADOS, TOTAL DE 3,7 MIL EQUIPAMENTOS EM USO.

PROJETOR LASER RGB DP4K-60L,
COM QUASE 60 MIL LÚMENS

ma digital e soluções de display da NEC, que considera o laser como “o futuro da fonte luminosa da projeção”.

Outro ponto que chama a atenção para essa solução é seu menor consumo de energia elétrica em comparação à demanda de um projetor com lâmpada xênon. Segundo Pier Ottoni, diretor comercial e de marketing da Cinemeccanica, que deu maior foco ao laser RGB, essa tecnologia é capaz de economizar 50% dos custos com energia com uma vida útil de 30 mil horas – contrastando com a durabilidade de uma lâmpada xênon, que pode variar em média de 400 até 2 mil horas de uso. Vale lembrar também que essas lâmpadas também têm manuseio arriscado pela possibilidade de explosão na troca.

Além disso, uma dúvida que pode aparecer na hora do exibidor optar pela projeção a laser é quanto a um possível impacto na tela do seu cinema. No entanto, não há qualquer mudança na du-

rabilidade da telona de acordo com Dan Maxwell, da Severtson Screens, e Richard Mitchell, vice-presidente global de marketing e desenvolvimento comercial da Harkness Screens.

Mitchell, inclusive, recomenda aos exibidores que a opção do laser seja feita “logo e da maneira certa” por essa ser uma oportunidade de aumentar a qualidade de exibição e oferecer uma “experiência cinematográfica incrível”. Ele explica ainda que se deve escolher o projetor cuidadosamente e então considerar a troca da tela para uma de menor ganho de luz, principalmente se a tela anterior for uma prateada de alto ganho para que se evite o efeito de “salpicado” ou manchas na imagem.

Já Maxwell alerta que principalmente as imagens em laser RGB costumam ter esse efeito de “salpicado”, reforçando, assim, o conselho de se buscar telas de baixo ganho de luz, especialmente para essa solução da tecnologia. Ele ainda comenta que, diferentemente da projeção digital à

lâmpada xênon, o objetivo com o laser não deve ser somente refletir mais lúmens, mas sim “maximizar a consistência” da imagem em todos os ângulos da sala.

O MERCADO E A OFERTA ATUAL DE LASER

O exibidor que tiver interesse em adquirir projetores com essa tecnologia tem algumas opções, podendo priorizar equipamentos mais baratos para telas menores, mais caros com melhor qualidade de imagem e ainda realizar o chamado “*retrofit*” – processo no qual se troca a fonte de luz de um projetor de lâmpada xênon, geralmente por meio da instalação de um equipamento adicional.

A Cinemeccanica, por exemplo, atua principalmente com serviço de *retrofit*, com o detalhe de também trabalhar apenas com o laser RGB, que possui alto contraste e gama de cores. Chamada de LUX, a solução se trata de uma fonte de luz laser RGB multifrequência adaptável a projetores digitais que seguem o padrão DLP, podendo atender dos 20 mil aos

CINEMECCANICA

OFERECE SOLUÇÃO DE *RETROFIT* PARA LASER RGB.

PRODUTO:

- LUX | FONTE DE LUZ LASER ADAPTÁVEL A PROJETORES COM PADRÃO DLP COMO O PROJETOR CHRISTIE AO LADO. SÃO NOVE MODELOS DO LUX PARA *RETROFIT* EM LASER RGB, VARIANDO A QUANTIDADE DE LÚMENS.

RESULTADOS GLOBAIS: 50 UNIDADES LUX INSTALADAS.

60 mil lúmens por meio de nove modelos. “Uma das características positivas do LUX é a instalação simples e a possibilidade de converter projetores DLP já existentes sem ter que comprar um projetor a laser. A troca da iluminação a xênon para o LUX laser se dá dentro do cinema durante apenas um dia”, conta Pier Ottoni.

De acordo com o executivo, já foram instaladas cerca de 50 unidades da solução no mundo, com destaque para o mercado chinês. Como case de sucesso, Ottoni aponta ainda a instalação realizada na Arcadia Cinemas, em uma das maiores telas da Itália, com mais de 30 metros de comprimento (Veja mais em tonk.es/Arcadia-Laser). Além do meio cinematográfico, a LUX também é utilizada, por exemplo, no Museu do Louvre em Paris, França. Por ora, a Cinemeccanica está em diálogo com players do mercado brasileiro para discutir a introdução desse serviço no País.

Aos exibidores, Ottoni recomenda que eles não pensem no laser como algo caro demais. “Muitas vezes os exibidores se surpreendem quando descobrem que o custo mensal que têm com projeção de lâmpada xênon é maior do que seria com uma solução laser equivalente”.

Quem também atua com *retrofit* é a Barco, porém apenas com solução de Laser Fósforo. Segundo Ricardo Ferrari, diretor de vendas da companhia no Brasil, a empresa já realizou *retrofit* para cerca de 2 mil telas no mundo, principalmente na China. O executivo indica que essa solução seja utilizada apenas em equipamentos que tenham de três a cinco anos, assim os benefícios do laser poderão ser aproveitados durante a vida útil do projetor.

Ferrari explica também que a Barco conta com três linhas de soluções a laser: as linhas LHC (Laser High Contrast) e L do portfólio Flagship, que são todas RGB abrangendo diferentes luminosidades com alto contraste, e a Smart Laser, com LP. A empresa instalou seus primeiros projetores a laser em 2014 e hoje já conta com mais de 200 unidades Flagship e 1,5 mil equipamentos Laser Fósforo pelo mundo, além de ter seus projetores em 50 complexos *all-laser*. “Ultimamente tenho visto mais e mais projetores a laser irem para novos cinemas e acredito que isso se tornará comum”, afirma o executivo.



FONTE DE LASER LUX QUE PODE SER INSTALADA EM PROJETORES COMO OS DA BARCO, CHRISTIE E NEC

A maior quantidade de projetores Laser Fósforo instalados pode ser um indicativo de como essa solução, mais em conta no bolso, tem crescido como aposta dos exibidores na hora de aderir à tecnologia. A NEC, por exemplo, conta apenas com três equipamentos LP no Brasil, mas já estuda a melhor oportunidade para introduzir suas soluções RGB no País segundo Carlos Siqueira, executivo da companhia.

A primeira vez que a NEC apresentou sua tecnologia a laser no Brasil foi durante a Expocine 2014 e, hoje, a companhia já vendeu mais de mil projetores a laser no mundo. Em fevereiro deste ano, a empresa lançou um novo equipamento que funciona como um intermediário entre o Laser Fósforo e o RGB, o NC1700L. Esse projetor conta com uma fonte de luz Laser Fósforo RB (*Red Blue*), ou seja, conta com duas

fontes primárias, tendo só que simular o verde – o que o tornaria dotado de cores mais uniformes e brilhantes do que um equipamento LP (tonk.es/NECrLaser).

Ainda assim, o Laser Fósforo faz sucesso nos mercados. No Brasil, somente da Christie, foram vendidos cerca de 30 projetores com a tecnologia segundo dados de Ricardo Laporta, diretor de vendas da Christie para o mercado brasileiro de cinema. A estimativa da empresa é que, até o fim deste ano, tenha vendido cerca de 1.000 projetores LP no mundo e, até o fim de 2018, 500 RGB. “No médio prazo o laser RGB conquistará também as telas de tamanho médio e pequeno, pois o custo cairá conforme a demanda e consequentemente a produção mundial crescer”, completa. Vale lembrar que a empresa utiliza dessa tecnologia também em projetores para distâncias ultracurtas, recomendadas para *digital signage*, por exemplo.

COM A PALAVRA, OS EXIBIDORES

Conhecer as opções de solução laser disponíveis no mercado é importante,

mas procurar quem já possui essa tecnologia em suas salas é essencial.

A sul-coreana CJ CGV, do CJ Group, por exemplo, conta com três telas com projetores a laser RGB em sua rede, que é uma das cinco maiores cadeias de cinema do mundo com 1,7 mil telas e meta de chegar a 10 mil salas até 2020. As três soluções laser foram escolhidas para algumas das maiores da exibidora, que planeja instalar mais dois projetores do tipo e fechar parceria para uma sala IMAX laser ainda em 2017.

De acordo com Dae Hee Kim, da CJ CGV, a empresa conta ainda com uma unidade *all-laser*, mas não a contabiliza por não ser diretamente administrada pela rede. O executivo defende que,

com a projeção a laser, pode afirmar que o público vivencia uma imagem de alta qualidade com “brilho, uniformidade e contraste incríveis tanto em 2D quanto 3D”. Ele ainda aponta a redução de custos de operação da cadeia como reposição de lâmpada.

No Brasil, quem também tem experimentado essa tecnologia é o Grupo Espaço, que recebeu a instalação do projetor laser NC1201L (Laser Fósforo) da NEC em uma sala da unidade Espaço Itaú – Frei Caneca, em São Paulo (SP), para a realização da Expocine 2016. Adhemar Oliveira, diretor de programação da exibidora, confirma que as economias de energia e na compra de lâmpadas foram notadas, mas que a rede ainda não pode apresentar dados comparativos em relação ao uso de projeção à lâmpada xênon pela instalação ainda ser recente.

PROJETOR CHRISTIE MIRAGE 4KLH,
COM CERCA DE 60 MIL LÚMENS

CHRISTIE

OFERECE SOLUÇÕES DE LASER FÓSFORO, RGB E *RETROFIT* (LP).

LINHAS DE PRODUTOS:

- CAPTIVA (FÓSFORO - ULTRACURTO): DHD400S E DUW350S.
- GS (FÓSFORO): DWX555-GS, DHD555-GS, ENTRE OUTROS.
- HS (FÓSFORO): D13HD-HS E D13WU-HS.
- LP (FÓSFORO): CP2208-LP.
- RETROFIT (FÓSFORO): KIT LP-10
- RGB: CP4LH, D4KLH60 E MIRAGE 4KLH.
- *FREEDOM SERIES* (RGB): LINHA DIVULGADA NA CINEMA CON 2017.

RESULTADOS GLOBAIS: 1.000 PROJETORES LP ATÉ O FIM DE 2017 E 500 RGB ATÉ 2018.





PROJETOR NC1700L ENTREGA ATÉ 14 MIL LÚMENS COM TECNOLOGIA RB

NEC

OFERECE NO BRASIL SOLUÇÕES DE LASER FÓSFORO E RB, PLANEJA INTRODUIR RGB NO PAÍS.

LINHAS DE PRODUTOS E EXEMPLOS:

- LASER FÓSFORO: PROJETORES NC1100L E NC1201L.
- RB (RED BLUE): PROJETOR NC1700L (FOTO).

RESULTADOS GLOBAIS: MAIS DE 1.000 PROJETORES INSTALADOS.

Apesar dos benefícios do laser, Adhemar afirma que não planeja trocar os projetores digitais do Grupo Espaço para a nova tecnologia. “O problema é que nós acabamos de digitalizar as salas, estamos em pleno processo de pagamento desses equipamentos. Para uma nova sala, o pensamento para o laser é prioritário, mas não

vou trocar um projetor que eu nem terminei de pagar”, comenta.

No assunto economia, o Grupo Espaço tem investido em uma otimização e troca do ar-condicionado que, segundo o executivo, já abaixou o valor da

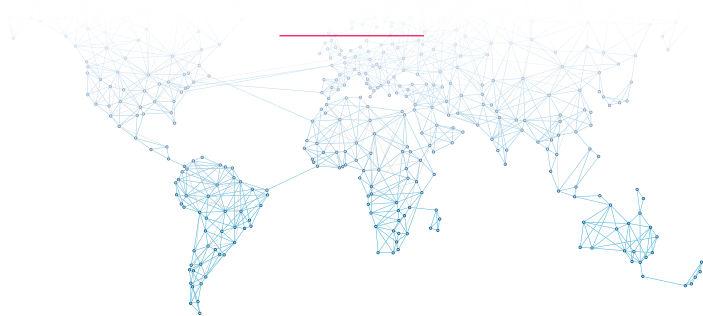
conta de eletricidade. Ainda nesse sentido, a exibidora tem estudado a possibilidade de instalar geradores a gás em seus complexos, já que esses equipamentos têm a promessa de “se pagar em 12 ou 18 meses com conta de energia 40% menor”.

Quem também está avaliando a instalação do laser é o Kinoplex, que neste ano completa 100 anos de atividades. Segundo Patricia Cotta, gerente de marketing da rede, a exibidora se mantém atenta às “evoluções tecnológicas do mercado”, mas ainda não tem previsão de quando deve optar pela projeção a laser.

Nesse cenário com várias opções dessa tecnologia, é papel do exibidor identificar o melhor momento para adotar a novidade e analisar se ela deve fazer parte de seus próximos planos já que, assim como o Grupo Espaço, a maior parte dos cinemas brasileiros acabaram de finalizar o processo de digitalização.

O laser está se consolidando como tendência do mercado cinematográfico, mas, como todo investimento, é preciso analisar quando e como dar os primeiros passos nessa tecnologia. E isso tudo sem deixar de lado o verdadeiro foco da exibição: entregar uma experiência cada vez melhor para o espectador. **E**

MAPA DO LASER



+ DE 5.000 SALAS COM PROJETORES LASER AO REDOR DO MUNDO

+ DE 350 SALAS NO FORMATO PLF

DEZ 2016 A MAR 2017 - 17 NOVAS SALAS COM LASER ABERTAS NA ÁSIA, AMÉRICA LATINA, AMÉRICA DO NORTE, EUROPA E ORIENTE MÉDIO

PIONEIROS “ALL-LASER”: KINEPOLIS GROUP (EUROPA), REGAL L.A. LIVE: A BARCO INNOVATION CENTER (LESTE DOS EUA) E CINESYSTEM (AMÉRICA LATINA)

A GENTE SEMPRE ACHOU QUE SUCESSO PRECISA SER DISTRIBUÍDO.

Somos a Cineart Filmes, distribuidora 100% nacional de um grupo 100% apaixonado por cinema. Levamos filmes de qualidade e diversidade a todo o Brasil para ampliar cada vez mais essa paixão. Confira nosso line up.



CINEART
FILMES

Trailers e materiais promocionais no
cineartfilmes.com.br

LICENCIAMENTO: MUITO ALÉM DA SALA DE CINEMA

POR FELIPE ROSSETTI

COM APOIO DE EMPRESAS PARCEIRAS, CORPORAÇÕES COMO WARNER E DISNEY ALCANÇAM RECORDES DE FATURAMENTO COM VENDA DE PRODUTOS RELACIONADOS ÀS MARCAS E PERSONAGENS

O SETOR DE LICENCIAMENTOS no Brasil vive um *boom* graças à entrada da cultura *nerd* e *geek* no gosto do grande público consumidor – como atestado pelas maiores bilheterias de cinema no País (**Capitão América – Guerra Civil**, da Disney/Marvel, **Batman Vs. Superman: A Origem da Justiça** e **Esquadrão Suicida**, ambos da Warner/DC Comics, foram os filmes mais vistos nas telonas brasileira em 2016) e o sucesso de eventos como a CCXP – Comic Con Experience, em que mais de 190 mil pessoas marcaram presença.

Trata-se de um público que, além de ir às “sessões pipoca”, literalmente vive esse mundo, comprando tudo o que pode pelo caminho – e é exatamente a partir desse ponto que o setor de licenciamentos ganha força. Estimativas da Associação Brasileira de Licenciamento (ABRAL) mostram que, entre as propriedades mais exploradas pelas empresas, 70% são ligadas ao entretenimento, frente a 20% do setor corporativo e 10% do esporte.

Ainda segundo a ABRAL, o faturamento do setor em 2016 foi de R\$ 17,850 bilhões, um crescimento de 5%

em relação ao ano anterior. Para 2017, a previsão é um aumento de 5%, elevando os resultados para, aproximadamente, R\$ 18,740 bilhões. Além disso, o Brasil é um dos seis países que mais “ganham” com licenciamento de marcas no mundo, juntando-se aos Estados Unidos, Japão, Inglaterra, México e Canadá.

No mercado de confecção – considerado o principal segmento licenciador – os grandes estúdios de cinema se tornam verdadeiros parceiros, que prezam, acima de tudo, pela qualidade dos produtos (sejam camisetas, bonés e até pequenos brindes) que são produzidos e comercializados, a fim de levar a marca e seus personagens às pessoas, com excelência.

É de responsabilidade dos licenciadores e licenciados a construção de uma narrativa convincente entre público e marca. No mundo do entretenimento, por exemplo, ela pode começar com a publicação de um quadrinho, passando pela exibição de um filme, depois pela experiência proporcionada em alguma promoção (em um restaurante, por exemplo), até a oferta de produtos que dialogam com todas as etapas anteriores.

Fazer isso bem feito só traz benefícios, tanto às empresas – que registram resultados que sustentam a manutenção do próprio setor – quanto aos consumidores, que contam com itens condizentes com sua expectativa e continuam emocionando e fazendo sentido mesmo anos depois que o tal *blockbuster* sair de cartaz. ■



FELIPE ROSSETTI É SÓCIO FUNDADOR DA PITICAS, EMPRESA CRIADA JUNTO COM SEU IRMÃO, VINÍCIUS ROSSETTI, QUE SE TORNOU UMA DAS MAIORES FÁBRICAS DE CAMISETAS ESPECIALIZADAS EM ESTAMPAS DA CULTURA POP DO PAÍS. A EMPRESA PRODUZ 17 MIL CAMISETAS POR DIA, COM MAIS DE 500 FUNCIONÁRIOS E QUASE 250 LOJAS FRANQUEADAS ESPALHADAS PELO PAÍS, ALÉM DO E-COMMERCE PRÓPRIO NA INTERNET.



MAXILLUSION

TELAS PARA CINEMA DIGITAL 3D

QUALIDADE COMPROVADA PELOS MAIORES FABRICANTES DE POLARIZADORES 3D DO MUNDO

Aprovação internacional de qualidade por Xpand 3D* e Volfoni 3D*;

Garantia da melhor imagem em 2D e 3D;

Agora com as novas telas QUASAR, ganho 2.9, incrível brilho e cores
(acima de 80 m²);

Reciclagem de telas. Transformamos sua tela branca ou silver usada em uma
nova tela Silver 3D/2D com a mesma aparência e imagem de uma tela nova.
A natureza agradece.

AGRADECEMOS A TODOS
OS PATROCINADORES, APOIADORES
E PARTICIPANTES PELOS 10 ANOS
DE PARCERIA QUE TRANSFORMARAM
O SHOW DE INVERNO EM UM
DOS EVENTOS MAIS IMPORTANTES
E ESTRATÉGICOS DO MERCADO.

ESPAÇO



qo/z

UMA AGÊNCIA.
VÁRIOS SOTAQUES.

ESPACOZ.COM.BR

O FUTURO COM A AUTOMAÇÃO DO CINEMA

A INTEGRAÇÃO DE EQUIPAMENTOS E A AUTOMATIZAÇÃO SÃO OPORTUNIDADES REAIS E ATUAIS PARA O EXIBIDOR AGILIZAR SUA OPERAÇÃO E REDUZIR CUSTOS

POR VANESSA VIEIRA | FOTO DIVULGAÇÃO



QUANDO SE PENSA nos lares de um futuro não tão distante, é comum imaginar um lugar onde a cafeteira já saiba a que horas seu café deve estar pronto, uma lavadora de roupas que se autoprogramar dependendo da quantidade a ser lavada, cortinas que abram ao primeiro sinal de atividade na sala e muito mais com todos esses itens conectados, atuando de maneira independente, inteligente e organizada. Essa integração de equipamentos no ambiente doméstico é apelidada de “Internet das Coisas”. No entanto, essa ideia de automação não é um sonho “do futuro” para a “casa” do exibidor, o cinema. Ela já é realidade.

Afinal, com a digitalização vieram mais benefícios além da melhor qualidade de imagem e som. Apareceram inovações tecnológicas para os diferentes âmbitos do negócio cinema, da venda de entradas até a exibição de pôsteres e a interação com o espectador. Dessas oportunidades digitais surgiu também outra possibilidade: integrar equipamentos e automatizar operações.

OPORTUNIDADE PARA O NEGÓCIO

Por meio de servidores que conectam do projetor ao painel de *digital signage* e de *softwares* de gerenciamento, os processos operacionais comuns aos exibidores podem ser agilizados cada vez mais. “A automação do cinema simplifica a operação, traz precisão e menores custos para o exibidor digitalizado”, explica Jed Harmsen, diretor sênior de produtos para cinema da Dolby Laboratories.

Entre os exemplos de uso para a automação e integração na telona, o executivo cita a transição de formatos de áudio. Isso porque o sistema de som pode ser “avisado” de qual o formato que será utilizado em cada conteúdo, tornando essas transições mais sutis. Isso também serviria para a mudança no formato de vídeo ou até mesmo para agilizar a entrada de “chaves” para acesso de conteúdo, as chamadas KDMs.

Assim, Harmsen afirma que o exibidor pode automatizar funções mais simples como acender e apagar as luzes de todo o complexo, mas sugere que ele olhe além, tendo sempre o servidor como o “cérebro” de toda a integração necessária. “A automação pode simplificar outras coisas que eram feitas manualmente no passado: receber alertas para trocar a lâmpada do projetor, limpar o armazenamento do servidor, até mesmo checar a luz projetada na tela ou a equalização do som das salas”.

Ele ainda aponta o reporte para publicidade, VPFs e bilheteria como itens que podem ser programados e facilitados por meio de *softwares TMS – Theatre Management System* (Sistema de Gerenciamento de Cinema, em tradução livre). Vale lembrar que, por meio dessa solução, é possível já pré-preparar toda a programação de conteúdo do complexo, incluindo propaganda, trailers, filmes e outros conteúdos. Harmsen destaca também que alguns cinemas não contam mais com operadores de cabine já que o gerente do complexo pode programar tudo de seu escritório.

Outro sistema muito utilizado é o chamado *NOC – Network Operation Center* (Centro de Operação de Rede, em tradução livre), que é um local que monitora por meio de programas, à distância e em tempo real, a situação dos componentes-chave da operação do cinema como projetor, servidor e processador. O serviço de NOC já foi, inclusive, tema de matéria de capa da **Revista Exibidor** (tonk.es/NOCrevista15).

Para Rodolfo Domingues, diretor geral da GDC no Brasil, algumas das vantagens da utilização do TMS e de outros *softwares* ou sistemas de gerenciamento – além dos servidores – são a menor intervenção manual e maior agilidade e autonomia

para o exibidor, reduzindo falhas, mão de obra e até mesmo custos de energia.

Domingues explica que já existem meios de programar o projetor, as luzes e o ar-condicionado das salas de cinema de modo que, se não houver sessão, nenhum deles é ligado. Ou até mesmo planejar a redução do uso desses equipamentos como adequar a temperatura para o ar-condicionado caso haja poucos espectadores na sala ou mesmo para sessões lotadas.

Tudo isso com a menor intervenção humana possível. “Eu vejo como tendência uma integração completa do cinema”, diz o executivo. Já Harmsen, da Dolby, completa a estimativa afirmando que acredita que os exibidores “começarão a olhar as capacidades de automação como um diferencial importante na hora de escolher equipamentos para seu cinema”.

PARQUE EXIBIDOR NACIONAL

Com 99% das salas brasileiras digitalizadas e mais de 3,1 mil salas no circuito, o Brasil tem ainda bastante a crescer no âmbito da integração e automação dos cinemas.

É o que afirma Rodolfo Domingues, da GDC, que aponta o parque exibidor do País como um espaço misto, no qual se encontram grandes redes que já utilizam dessas tecnologias, buscando também por novidades, e as exibidoras menores que, muitas vezes, desconhecem os benefícios ou até o funcionamento de algumas das soluções de gerenciamento. “Acredito que elas ainda não fizeram a análise de custo e benefício porque toda tecnologia demanda um investimento, mas o retorno é muito maior do que o esperado”, comenta o executivo.

Jed Harmsen, da Dolby, por sua vez, ressalta que o mercado exibidor brasileiro passou pela digitalização por meio de VPF há apenas dois ou três anos, então a área técnica nacional ainda estaria desdobrando funcionalidades e capacidades

RODOLFO DOMINGUES, DA GDC, ACREDITA QUE A TENDÊNCIA É A INTEGRAÇÃO TOTAL DO CINEMA



da tecnologia digital. “Exibidores que começaram a digitalização antes talvez já estejam aproveitando alguns dos benefícios da automação”, sugere.

É importante lembrar que no Brasil já existem as integrações de equipamentos “obrigatórias” como a de uma sala com poltronas D-BOX, na qual o assento é ativado automaticamente somente após a compra do ingresso, conforme aponta Bruno Mezzena, executivo da Cons-Ciência. No entanto, ele acredita que a digitalização traz muito mais opções do que as usadas atualmente. Já Roberto José, diretor de TI da Ingresso.com, explica que as próprias plataformas de gerenciamento dos cinemas estão evoluindo conforme a tecnologia usada na exibição progride. Ele exemplifica com o sistema Arena, solução oferecida pela companhia e que conta com módulo dedicado às integrações de equipamentos.

Um exemplo de rede nacional que já utiliza soluções de integração e automação é o Kinoplex. De acordo com Patricia Cotta, gerente de marketing da empresa,

a exibidora já conta com essa tecnologia para controle da iluminação das salas de seus complexos e da própria projeção dos filmes, tudo seguindo os horários de início e término de cada sessão. “Isso facilita a operação do cinema”, afirma Patricia. “Quanto menos tempo necessitarmos para rodar os processos operacionais do cinema, mais tempo teremos para nos dedicar em aprimorar a qualidade do nosso atendimento aos clientes. Esse é o nosso principal objetivo quando investimos nessas tecnologias”.

A executiva indica também que, para o Kinoplex, o próximo passo já em andamento é a automação do sistema de ar-condicionado.

PRIMEIROS PASSOS PARA ALCANÇAR O FUTURO HOJE

Para os exibidores que ainda não iniciaram o processo de automação em seus cinemas, Rodolfo Domingues indica que primeiro busquem seus parceiros de redes que já utilizem a tecnologia para, assim, conhecer a experiência de alguém que vivencia o mesmo mercado. Depois, o executivo da GDC indica que esses exibidores procurem fornecedoras dessas para conhecer mais a fundo os possíveis benefícios e aplicações das soluções.

Já Jed Harmsen, da Dolby, reforça que seria bom para essas redes que conversassem também com as integradoras de sua confiança por conta desses parceiros terem uma maior experiência de campo com vários equipamentos, deixando-os em uma melhor posição para guiar a entrada no mundo da automação.

Portanto, mesmo o exibidor que ainda não faz uso dessas soluções não deve se lançar a elas sem planejamento e avaliação de quais são aquelas que trarão melhor retorno para seu cinema. A integração dos equipamentos do complexo e a automação deles são úteis ao negócio de exibição, mas é preciso adotá-las com calma e assertividade, sem prejudicar a sustentabilidade da empresa. O mesmo ocorre para as exibidoras que já utilizam algumas dessas tecnologias. É saudável buscar melhorias, desde que sempre bem avaliadas.

Assim, com uma automação bem implantada por vez, logo o parque exibidor verá cada vez mais em seu cotidiano o que antes era chamado de “futuro”. ■

cinecolor sat



DISTRIBUINDO CONTEÚDO DIGITAL AOS CINEMAS COM A MAIS AVANÇADA TECNOLOGIA DE TRANSMISSÃO VIA SATÉLITE

- MAIS DE 320 FILMES JÁ TRANSMITIDOS
- GARANTIA DE RECEBIMENTO DENTRO DO PRAZO
- MONITORAMENTO E SUPORTE LOCAL 24x7
- FLEXIBILIDADE E AGILIDADE NA PROGRAMAÇÃO
- ECONOMIA IMEDIATA EM CUSTO DE TRANSPORTE
- CONTEÚDOS ALTERNATIVOS E EVENTOS AO VIVO

+55 (11) 2078-3600
cinecolorsat@cinecolor.com.br
www.cinecolorsat.com
Alameda Amazonas, 798 Alphaville
Barueri /SP



ESTE ANO SERÁ MAIS CEDO

27 – 28 – 29 SET 2017

EXPOCINE.COM.BR



EXPOCINE17

PATROCÍNIO



APOIO

EXIBIDOR

omeleto



CINE LIVE

EQUINOX

THEATRE WORLD

RG

APOIO TÉCNICO

KELONIK

OP. DE VIAGEM



REALIZAÇÃO

tonks



EM PAUTA: O EXIBIDOR

CINEMA É MAIS QUE ENTRETENIMENTO, É OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS E RETRATO HISTÓRICO DE MUITAS REGIÕES

POR NATALÍ ALENCAR | FOTO DIVULGAÇÃO

O MERCADO CINEMATOGRAFICO sempre foi visto como uma área estreitamente relacionada apenas ao entretenimento, quase sempre abordada pela imprensa apenas dessa maneira, sem dar detalhes dos bastidores, das situações cotidianas e dos mercados que permeiam o segmento.

A **Revista Exibidor** surgiu para preencher essa lacuna, trouxe um olhar

da indústria talvez nem visto pelos próprios empresários do setor. E aí, o exibidor virou pauta!

Inaugurações das salas, crescimento do parque exibidor, migração para o digital, acordos, negociações, o tal do VPF, perfil

dos executivos, trajetórias das empresas e tendências. Isso e muito mais recebeu espaço nas páginas da **Revista Exibidor** ao longo dos seus seis anos.

Isso fez com que os profissionais deste setor percebessem ainda mais sua posição na economia do País como um mercado que movimenta muitos negócios e cifras no Brasil, gerando muitas oportunidades



de emprego. Além de ser um retrato histórico do crescimento de cada cidade onde há um cinema. Hoje, segundo a ANCINE, o parque exibidor fechou 2016 com 3.168 salas, número esse atingido apenas nas épocas de ouro dos cinemas de rua.

Com todo esse caminho, o cinema é ainda a eterna magia de entrar em uma sala e ter uma experiência única. Ou seja, além de contribuir para a economia, o cinema proporciona diversão, entretenimento e memórias que ultrapassam gerações.

O maior resultado alcançado com a **Revista Exibidor**, sem dúvida, é a manifestação do leitor, seja ela positiva ou negativa. Ou ainda quando uma matéria influencia ou contribui para a decisão de algum diretor ou funcionário. É um registro emblemático das principais mudanças e preocupações do mercado nos últimos anos, algo que ficará para a posteridade.

PRINCIPAIS COBERTURAS

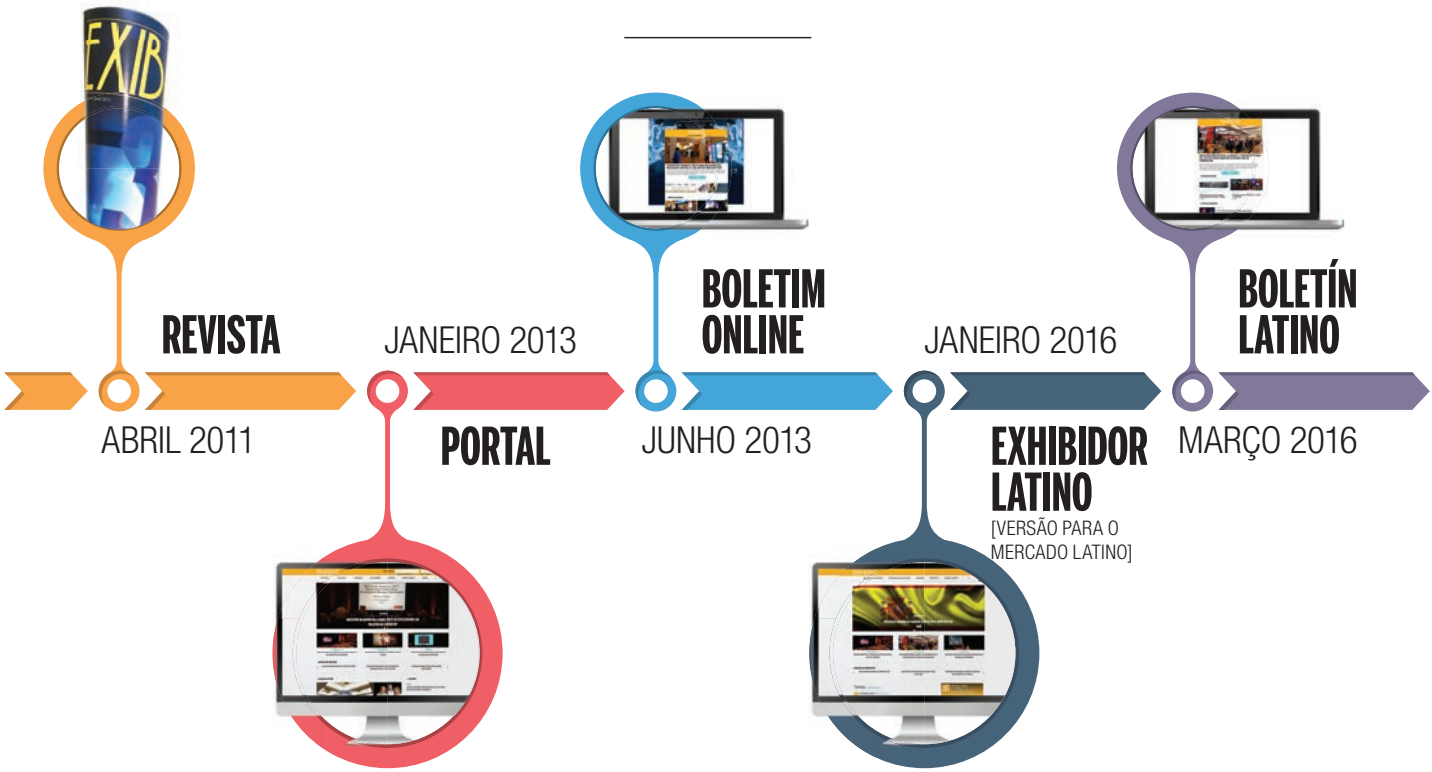
CINEMAÇON	6 ANOS DE COBERTURA	+ 150 NOTÍCIAS PUBLICADAS NA COBERTURA E + 280 CITANDO O ENCONTRO
EXPOCINE	3 ANOS DE COBERTURA	+ 40 NOTÍCIAS PUBLICADAS NA COBERTURA E + 180 CITANDO O ENCONTRO
CCXP SP	3 ANOS DE COBERTURA	+ 20 NOTÍCIAS PUBLICADAS NA COBERTURA E 100 CITANDO O ENCONTRO

“Olhe só, foram tantas coisas boas que utilizamos e aprendemos com os conteúdos que fica até difícil escolher, mas, para mim, uma das matérias que mais me ajudou na minha evolução dentro da nossa indústria foi a matéria bem explicativa e esclarecedora sobre o VPF”, comenta o exibidor Carlos Burigo, do Cine Gracher.

“Temos recebido muitos e-mails e solicitações de diversos tomadores de decisão do mercado e isso é justamente o que queremos: movimentar o mercado e colocar o exibidor no centro dos debates”, afirma Marcelo Lima, CEO da Tonks, empresa editora da **Exibidor**.

Para comemorar com você, leitor, preparamos esse artigo para mostrar o quanto crescemos e o quanto ainda podemos conquistar ao seu lado. Listamos

LINHA DO TEMPO



as dez matérias mais lidas em nosso Portal, os assinantes mais antigos ainda ativos e outros dados.

E agora? O que está por vir? Você arrisca um palpite?

PORTAL E REVISTA EXIBIDOR EM NÚMEROS

+ DE 6.000 NOTÍCIAS DE MERCADO PUBLICADAS

+ DE 3.000 NOTÍCIAS DE PRODUÇÃO PUBLICADAS

+ DE 600 BOLETINS ONLINE

+ 70.000 REVISTAS IMPRESSAS

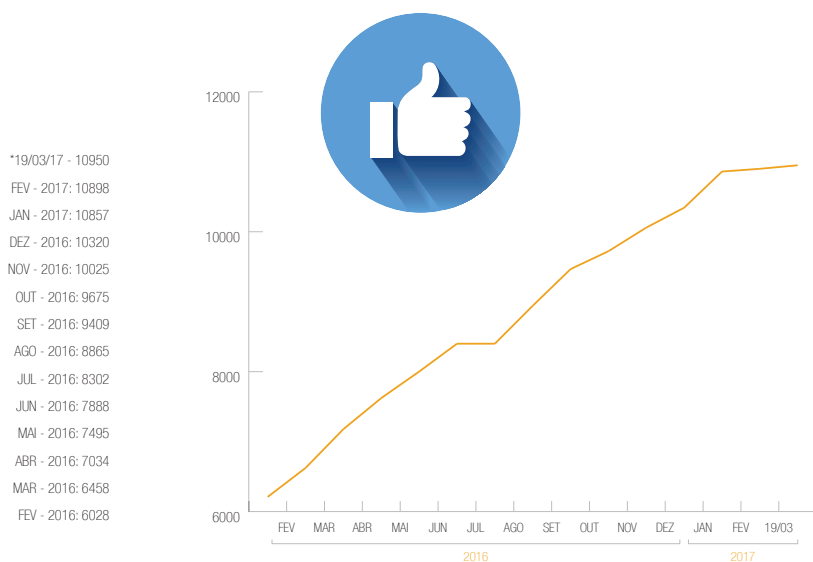
O POTENCIAL DO ONLINE

O **Portal Exibidor** nasceu no fim de 2012 com uma versão beta e, no início de 2013, migrou para o acesso dos leitores. Seu surgimento se deu como uma extensão da Revista, trazendo conteúdos que precisavam ser comunicados com rapidez, além de entrevistas, coberturas especiais de eventos e um combo de serviços úteis ao exibidor (Clipping, Classificados, Rankings, Grade de concorrência etc.). Desde então seu crescimento é contínuo, trazendo uma série de oportunidades de divulgação para exibidores, distribuidores e fornecedores (veja box). Em comparação com o primeiro mês de acesso, o Portal teve crescimento de 478%. Outro ponto forte é o Facebook da Exibidor, que agora conta com quase 11 mil curtidas. **E**

TOP 10 – MATÉRIAS COM MAIS ACESSOS DO PORTAL EXIBIDOR

- 1** FOX DIVULGA "OS CAÇANOVAS" EM PARCERIA COM APLICATIVOS TINDER E WHATSAPP (21/07/16)
- 2** MOGI DAS CRUZES GANHA NOVO COMPLEXO DA CINEMARK (07/07/15)
- 3** INÍCIO DE PRÉ-ESTREIA PAGA DE "CARROSSEL 2" RECEBE MAIS DE 70 MIL ESPECTADORES (08/07/16)
- 4** CINÉPOLIS DIVULGA BALANÇO DE 2016 E ALMEJA SER A MAIOR EXIBIDORA DO MUNDO (18/01/17)
- 5** PRIMEIRO COMPLEXO 100% A LASER DA AMÉRICA LATINA ABRE SUAS PORTAS (12/01/17)
- 6** PLAYARTE COMUNICA O FALECIMENTO DE SEU FUNDADOR (20/01/17)
- 7** 17º PROJETA BRASIL CINEMARK TERÁ MAIS DE 35 LONGAS (07/10/16)
- 8** MAIS UMA PERDA DO MERCADO CINEMATOGRAFICO: JOSÉ MARIA OLIVEIRA (21/01/16)
- 9** CIRCUITO CINEMAS ABRE 4 SALAS EM PENÁPOLIS (SP) (09/11/15)
- 10** CINEMA SE DESPEDE DE "SEU" ELI JORGE DE LIMA (07/01/16)

CURTIDAS



*FONTE: FACEBOOK



APOIANDO SEU SUCESSO

PROJETORES DIGITAIS



NOC Santa Clara.

**Amplo estoque de peças sobressalentes.
Frota própria para agilizar seu atendimento.
Técnicos certificados com atendimento 24h.**

Parceiros:



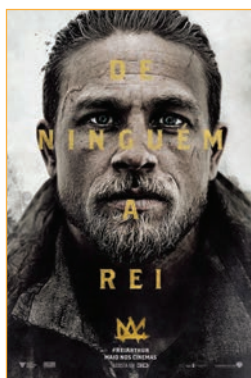
ESCRITÓRIO MATRIZ
Rua João Bizarro da Nave, 256
Vila Diva - São Paulo - SP
Tel. (11) 2965-0366

FÁBRICA - SHOWROOM
Rodovia SP 56 Km 71,5
Santa Isabel - SP

ESCRITÓRIO MIAMI - EUA
5220 Nw72 Avenue, unit#2
Miami - FL - 33166
Tel. 305-591-3633

www.santaclarapoltronas.com.br

**POLTRONAS
PROJETORES
TELAS
ILUMINAÇÃO
SONORIZAÇÃO
ÓCULOS 3D
REVESTIMENTOS
de pisos e paredes.**



04/05/2017 ▼

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
CHIPS: O FILME (Chips)	Dax Shepard	Michael Peña, Dax Shepard, Jessica McNamee, Adam Brody, Ryan Hansen, Vincent D'Onofrio, Kristen Bell	Warner
ROCK DOG - NO FARO DO SUCESSO (Rock Dog)	Ash Brannon	Vozes de: Luke Wilson, Eddie Izzard, J.K. Simmons, Lewis Black, Kenan Thompson, Mae Whitman, Jorge Garcia, Matt Dillon	Paris
NINGUÉM ENTRA, NINGUÉM SAI	Hsu Chien	Emiliano d'Ávila, Rafael Infante, Leticia Lima, Danielle Winitz, Mariana Santos, Tatsu Carvalho, João Côrtes, Bella Piero, Renata Castro Barbosa, Guta Stresser	Imagem
UM HOMEM DE FAMÍLIA (The Headhunter's Calling)	Mark Williams	Alison Brie, Gerard Butler, Willem Dafoe, Dustin Milligan, Gretchen Mol, Russell Yuen	California
A FILHA (The Daughter)	Simon Stone	Sam Neill, Miranda Otto, Geoffrey Rush, Anna Torv, Paul Schneider, Odessa Young, Kate Box, Ewen Leslie	Supo
A AUTÓPSIA (The Autopsy of Jane Doe)	André Øvredal	Emile Hirsch, Brian Cox, Ophelia Lovibond, Michael McElhatton, Olwen Catherine Kelly, Parker Sawyers, Jane Perry, Mary Duddy	Diamond
CLASH (Eshetarak)	Mohamed Diab	Nelly Kareem, Hany Adel, Ahmed Malek, Kalbaz, Tarek Abdel Aziz, Khaled Kamal	Imovision

11/05/2017 ▼

ALIEN: COVENANT (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Ridley Scott	Michael Fassbender, James Franco, Katherine Waterston, Noomi Rapace, Guy Pearce	Fox
O CÍRCULO (The Circle)	James Ponsoldt	Tom Hanks, Emma Watson, Karen Gillan, Bill Paxton, Patton Oswalt, Amir Talai, Althea Olyae	Imagem
O DIA DO ATENTADO (Patriot's Day)	Peter Berg	Melissa Benoist, Michelle Monaghan, Mark Wahlberg, John Goodman, Kevin Bacon, J.K. Simmons, Rachel Brosnahan, Lana Condor	Paris
JOÃO	Mauro Lima	Rodrigo Pandolfo, Alexandre Nero, Alinne Moraes, Caco Ciocler	Europa

18/05/2017 ▼

REI ARTHUR: A LENDA DA ESPADA (King Arthur: Legend of the Sword)	Guy Ritchie	Charlie Hunnam, Jude Law, Eric Bana, Annabelle Wallis, Djimon Hounsou, Eline Powell, David Beckham	Warner
O RASTRO	J. C. Feyer	Leandra Leal, Rafael Cardoso, Felipe Camargo, Cláudia Abreu, Alice Wegmann, Jonas Bloch, Gustavo Novaes	Imagem
REAL - O PLANO POR TRÁS DA HISTÓRIA	Rodrigo Bittencourt	Emílio Orciollo Netto, Norival Rizzo, Paolla Oliveira, Mariana Lima, Bemvindo Sequeira, Tato Gabus Mendes, Cassia Kis, Kiebler Toledo	Downtown/Paris
COLLIDE - A ALTA VELOCIDADE (Collide)	Eran Creevy	Nicholas Hoult, Felicity Jones, Anthony Hopkins, Ben Kingsley, Nadia Hilker, Clemens Schick, Marwan Kenzari, Michael Epp	Diamond
AFTERIMAGE (Powdoki)	Andrzej Wajda	Bogusław Linda, Bronisława Zamachowska, Zofia Wichlacz	Imovision
O JANTAR (The Dinner)	Oren Moverman	Richard Gere, Laura Linney, Steve Coogan, Rebecca Hall, Chloë Sevigny, Charlie Plummer, Adepero Oduye	California



NOVA GRADE DE CONCORRÊNCIA
TODOS OS LANÇAMENTOS EM UM ÚNICO LUGAR
EXIBIDOR.COM.BR/GRADE

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
PIRATAS DO CARIBE: A VINGANÇA DO SALAZAR (PIRATES OF THE CARIBBEAN: DEAD MEN TELL NO TALES)	Joachim Ronning, Espen Sandberg	Johnny Depp, Kaya Scodelario, Orlando Bloom, Javier Bardem, Stephen Graham, Geoffrey Rush, David Wenham, Brenton Thwaites	Disney
ANTES QUE EU VÁ (BEFORE I FALL)	Ry Russo - Young	Zoe Deutch, Elena Kampouris, Halston Sage, Logan Miller, Kian Lawley, Medalion Rahimi	Paris
DÉGRADÉ	Arab Nasser, Tarzan Nasser	Hiam Abbass, Victoria Balitska, Manal Awad, Mirna Sakhlia, Maisa Abd Elhadi	Imovision
PUNHOS DE SANGUE: A HISTÓRIA DO VERDADEIRO ROCK BALBOA (THE BLEEDER)	Philippe Falardeau	Naomi Watts, Ron Perlman, Liev Schreiber, Elisabeth Moss, Jim Gaffigan, Pooch Hall, Morgan Spector	California
THEIR FINEST (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Lone Scherfig	Gemma Arterton, Sam Claflin, Bill Nighy, Jack Huston, Paul Ritter, Rachael Stirling, Richard E. Grant, Henry Goodman, Jake Lacy	Mares
MULHER-MARAVILHA (Wonder Woman)	Patty Jenkins	Gal Gadot, Chris Pine, Robin Wright, David Thewlis, Elena Anaya, Danny Huston, Lucy Davis, Ewen Bremner, Saïd Taghmaoui	Warner
AMOR.COM	Anita Barbosa	Isis Valverde, Gil Coelho, Alexandra Richter, Joaquim Lopes, Carol Portes, Marcos Mion, Felipe Roque	H2O
JOÃO: O MAESTRO	Mauro Lima	Alexandre Nero, Rodrigo Pandolfo, Caco Ciocler, Alinne Moraes	Sony
DE STANDHAFTIGE (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Lisa Ohlin	Mikkel Boe Følsgaard, Cecilie Lassen, Karen-Lise Mynster, Silja Eriksen Jensen, Morten Holst, Dar Salim	Alpha
INSEPARÁVEIS (INSEPARABLES)	Marcos Carnevale	Oscar Martínez, Rodrigo De la Serna, Alejandra Flechner, Carla Peterson, Rita Pauls, Malena Sánchez, Monica Raiola	Paris
MULHER DO PAI	Cristiane Oliveira	Maria Galant, Marat Descartes, Verônica Perrotta, Amélia Bittencourt, Áurea Baptista	Vitrine
PARIS PODE ESPERAR (PARIS CAN WAIT)	Eleanor Coppola	Diane Lane, Alec Baldwin, Cédric Monnet	California
A MÚMIA (THE MUMMY)	Alex Kurtzman	Tom Cruise, Sofia Boutella, Annabelle Wallis, Russell Crowe, Jake Johnson, Javier Botet, Courtney B. Vance, Shina Shihoko Nagai	Universal
COMO SE TORNAR UM CONQUISTADOR (HOW TO BE A LATIN LOVER)	Ken Marino	Kristen Bell, Salma Hayek, Rob Lowe	Paris

25/05/2017



01/06/2017

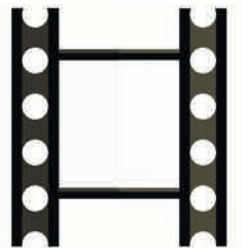


08/06/2017





tonks





AS MELHORES SOLUÇÕES PARA O MERCADO CINEMATOGRAFICO



EXIBIDOR

EXPOCINE

Cine**tk**s

tonks prog

CLAQUETE
COM

WWW.TONKS.COM.BR



MULTICINE ULTRAPASSA FRONTEIRAS E EXPANDE INAUGURAÇÕES

EMPRESA COMEMORA A CHEGADA AO SUL DO PAÍS NO SEGUNDO SEMESTRE E A CONSOLIDAÇÃO DE SUAS OPERAÇÕES NO NORDESTE

POR FERNANDA MENDES | FOTOS DIVULGAÇÃO

DESDE 2004 NO MERCADO de exibição, a Multicine Cinemas não quer parar de expandir. A empresa, que previamente atuou em alguns cinemas distribuídos pela região Centro-Oeste na década de 90, começou suas operações há 13 anos no Estado de Goiás.

Fundada pelos empresários Geandes Formiga e Marlene Soares, após o primeiro complexo, a empresa logo inaugurou mais seis unidades: cinco espalhadas no Estado de Goiás e uma no DF.

No entanto, desde 2011, quando abriu a unidade no Rio Grande do Norte, a empresa concentra sua atuação na região Nordeste do País, onde possui complexos também nos Estados do Ceará, Piauí e Maranhão.

O complexo em Mossoró traz uma proposta diferente dos demais cinemas da região, sendo referência em filmes de arte e produções independentes.

Com sua estratégia de atuação em cidades em desenvolvimento, a empresa já totaliza 46 salas e prepara a inauguração de uma unidade na cidade de Timom, no Maranhão, além de um novo complexo na região Sul do Brasil, em Santa Catarina, no segundo semestre de 2017.

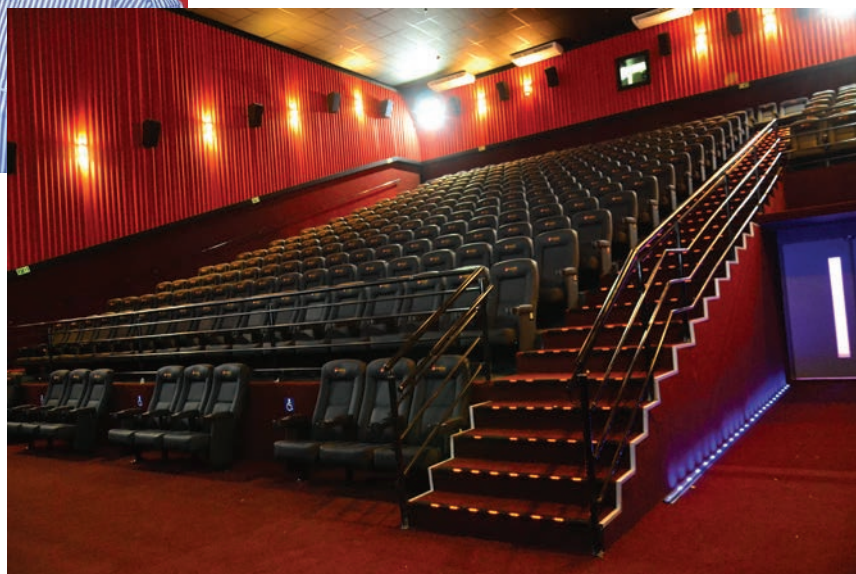
INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA

Em 2015 a empresa completou a digitalização de seus complexos, tornando

OS EMPRESÁRIOS GEANDES FORMIGA E MARLENE SOARES
COMEÇARAM AS OPERAÇÕES DA MULTICINE EM 2004



**COMPLEXO EM MOSSORÓ TRAZ
UMA PROPOSTA DIFERENTE
DOS DEMAIS CINEMAS DA
REGIÃO, SENDO REFERÊNCIA EM
FILMES DE ARTE E PRODUÇÕES
INDEPENDENTES**



do-se uma das primeiras empresas no País a ser 100% digital. Segundo a rede, o processo foi realizado com rapidez devido ao planejamento estratégico bem elaborado, levando ao sucesso na execução, dentro do prazo previsto.

A inovação tecnológica foi além da digitalização de projeção e a empresa também implementou em suas unidades dois tipos de compra de ingresso: pelos terminais de autoatendimento ou nas bilheterias do cinema. As vendas

nas bilheterias e bombonnières da Multicine, também foram unificadas com o objetivo de proporcionar uma maior comodidade e rapidez no atendimento aos clientes. O objetivo é que, até o fim de 2017, todos os complexos já operem neste modo.

“A unificação é uma tendência que veio para ficar, facilitando a vida de

nossos clientes. O nível de satisfação aumenta, tendo em vista que o atendimento é mais prático e rápido”, afirma Helbert Macmillan, gerente de marketing da companhia.

A Multicine Cinemas conta com uma administração centralizada com escritório em Goiânia. De acordo com a exibidora, essa infraestrutura completa permite suprir as necessidades de cada complexo, além das próximas inaugurações. **E**

PROJEÇÃO A LASER, O PÚBLICO EM PRIMEIRO LUGAR

POR RICARDO LAPORTA

COM A DIGITALIZAÇÃO completa em toda a indústria cinematográfica e os primeiros projetores chegando ao fim de suas vidas de serviço, os exibidores logo precisarão pensar em substituir seus equipamentos.

O VPF acabou e as inúmeras opções de escolha em tecnologia irão complicar esta decisão mais do que nunca. Uma tecnologia que está recebendo muita atenção é a projeção a laser.

Até muito recentemente, a projeção a laser só existia para auditórios ultra-premium, oferecendo uma imagem super brilhante e colorida na tela, porém com ROI (*Return on Investment*) questionável. Isso está prestes a mudar e o restante deste artigo irá explorar as razões pelas quais a projeção a laser RGB, em breve, se tornará dominante para as telas de cinema.

Uma das inovações mais interessantes vistas no mercado de projeção recentemente é algo chamado Laser Fósforo (LP / LaPh). Na superfície, parece uma revolução, pois nos permite criar luz de projeção branca usando apenas lasers azuis, que são baseados em uma tecnologia madura e econômica de dispositivo a laser que precisa de muito menos resfriamento do que outros lasers.

Isso permite que os fabricantes construam projetores relativamente baratos que precisam de menos manutenção do que os convencionais, especialmente porque não há lâmpadas a serem trocadas.

No entanto, existem algumas desvantagens importantes em relação à tecnologia LaPh, especialmente no

cinema. Por um lado, eles tendem a desperdiçar uma grande quantidade de energia (> 50%) na conversão de luz azul para luz branca.

Além disso, a gama de cores nativas produzida por este tipo de projetor é tipicamente menor do que o triângulo Rec.709, e é particularmente deficiente nas cores críticas verde e vermelho, que são essenciais para uma imagem de aparência natural.

Não deve haver dúvida de que os lasers têm a promessa de melhorar drasticamente a qualidade da imagem nas telas de cinema. No entanto, para conseguir isso, precisamos mover a indústria para projetores a laser RGB. Nesses projetores, a luz vem da combinação de luz laser vermelha, verde e azul de uma maneira precisa que pode cobrir até, e incluindo, a gama de cores Rec.2020. Ao mesmo tempo, ter lasers vermelhos e verdes significa que não há absolutamente nenhuma perda de eficiência de conversão que é observada em projetores LaPh. Se mais luz vermelha é necessária em um projetor a laser RGB, simplesmente mais lasers vermelhos poderiam ser adicionados. Na verdade, um sistema laser RGB é 4-5 vezes mais eficiente do que um projetor LaPh na conversão de luz laser em luz utilizável para uma tela de cinema.

Como resultado, os projetores a laser RGB podem atingir níveis de brilho muito maiores do que os projetores LaPh e também oferecem grandes vantagens em termos da relação de contraste

que pode ser alcançada na tela. Os lasers RGB são a única tecnologia de cinema que oferece o *High Dynamic Range*/Alto Alcance Dinâmico (HDR) na tela.

A boa notícia é que há avanços recentes na tecnologia de laser vermelho e verde. Dispositivos a laser da próxima geração, já operando em laboratórios e em protótipos de projetores a laser RGB, são muito mais eficientes do que os que atualmente operam em cinemas *premium* em todo o mundo. Além disso, esses lasers não precisarão ser resfriados como os de hoje, permitindo uma enorme redução na complexidade do sistema, tamanho, confiabilidade e custo.

Os fabricantes logo começarão a introduzir projetores de cinema a laser RGB no cinema, que podem operar em um custo equivalente de posse comparado ao projetor similar baseado em lâmpada. Eles logo dominarão a indústria cinematográfica, substituindo completamente a tecnologia de Lâmpada e LaPh, e fornecerão verdadeiros benefícios para quem realmente importa: o público. ■



RICARDO LAPORTA GERENTE DE VENDAS DE TERRITÓRIO, CINEMA DA CHRISTIE BRASIL



Novos tempos, novas tecnologias, cada vez mais qualidade. Assim é o cinema na era digital. E o suporte de serviços não poderia ser diferente. O Centauro NOC (Network Operation Center) é um centro de serviços remotos dedicados a monitorar e acompanhar o índice de qualidade e performance dos equipamentos instalados nas salas de exibição. Funcionando on-line / real time em tempo integral, todos os dias do ano, o Centauro NOC mantém uma equipe treinada e constantemente atualizada. Tudo é feito à distância e com o menor índice de tempo possível para sua sala retomar as operações. E as vantagens não param por aí: você tem acesso aos nossos profissionais por telefone (Help-Desk) e pode também acompanhar seus chamados técnicos e as ações tomadas pela nossa equipe para resolução dos problemas através de um portal exclusivo com acesso por desktops e celulares.

Ligue (11) 3331-8055 para agendar uma visita e saber com detalhes tudo o que podemos oferecer a sua empresa sobre os serviços de manutenção e monitoramento Centauro NOC.



centauro

www.centauro-cinema.com.br





ingresso.com

FÃS DE CINEMA

TRAILERS | INGRESSOS | NOVIDADES

Mudamos.

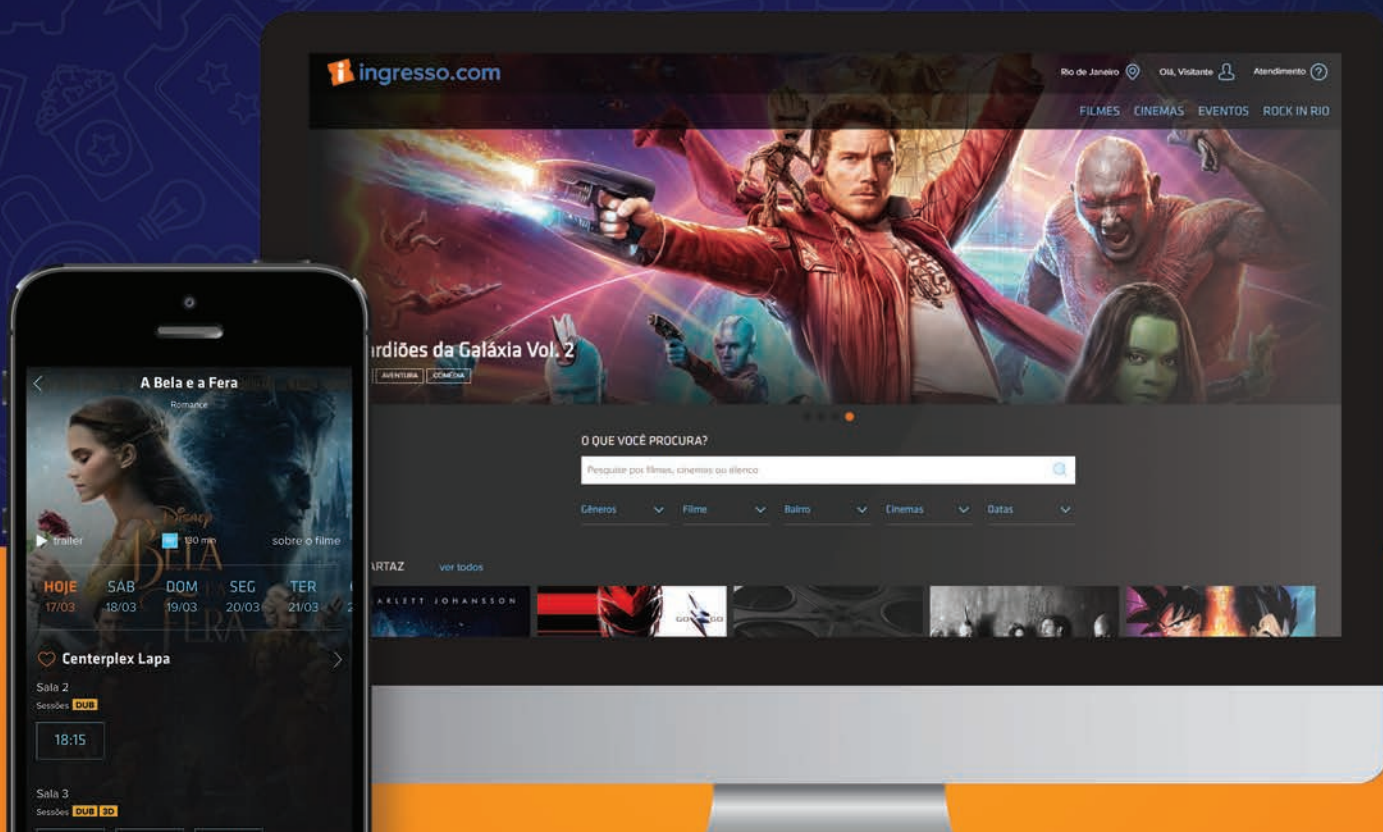
Vinte e dois anos de mercado não é pouco. Foi tempo suficiente para vermos a indústria de cinema crescer e realizar sonhos enquanto nos consolidávamos como líderes na venda de ingressos on-line.

Mas até quem tem experiência precisa se reinventar. Chegou a hora de apresentarmos uma nova **Ingresso.com**: mais jovem, criativa, inovadora e totalmente dedicada aos fãs de cinema.

Com essa renovação, trazemos muitas novidades. Nosso site foi reformulado e estamos lançando novos aplicativos mobile.

Já a nossa **paixão por cinema**, essa continua igual!

Ingresso.com



semana abc 2017

10 a 12 maio
cinemateca
brasileira
abcine.org.br

realização



correalização



patrocínio

SONY

ARRI

apoio

Panasonic
BUSINESS

FUJIFILM

