

# EXIBIDOR

ANO IX - Nº 35 | OUT-DEZ/2019



## FILM COMMISSIONS

PONTE ENTRE PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS E GOVERNOS

## GUIA EXPOCINE 19

TUDO O QUE ACONTECE NO MAIOR EVENTO CINEMATOGRAFICO DA AMÉRICA LATINA

## SUSTENTABILIDADE

INICIATIVAS DE EXIBIDORES PARA AJUDAR O PLANETA

PAÍS SE CONSOLIDA COMO FORÇA CINEMATOGRAFICA E APRESENTA UM MERCADO QUE SE COLOCA COMO UM DOS DE MAIOR POTENCIAL MUNDIAL

# O PROGRAMA DE ASSINATURA PARA CHAMAR DE SEU!

Você ainda não entende como um programa de assinatura pode te ajudar?

Ter um programa de assinatura customizado, rentável e que atende suas necessidades de negócio, não precisa significar dor de cabeça.

Com a tecnologia da **Primepass**, você pode customizar seus planos por dia, horário, sessão, contar com a nossa experiência e ainda proteção contra Risco e Fraudes.



Conheça mais em: [primepass.club/whitelabel/](https://primepass.club/whitelabel/)

Ou fale com nossa equipe de soluções: [info@primepass.club](mailto:info@primepass.club)

# CONTROLE SEU INVENTÁRIO EM TEMPO REAL

Decida assentos, sessões, dias e horários disponíveis.

## CUSTOMIZE PARA SUA AUDIENCIA

Customize seus preços e planos para sua audiência.



## AUMENTE SUA VENDA

Absorva parte da assinatura, como receita com relatórios transparentes.

## CONHEÇA SEU CLIENTE

Relatórios sobre audiência, interesse e comportamento à sua disposição.

## VENDA MAIS

Ofereça também produtos e serviços adicionais a vontade.

# MERCADO AUDIOVISUAL: UNI-VOS!

**O ano de 2019 não foi fácil para quem trabalha no setor de cinema,** principalmente no Brasil. Seja pelas diversas concorrências com outras janelas, seja pela transformação do consumo, como também pelas novas diretrizes que o atual governo brasileiro está tomando em relação ao nosso mercado.

As medidas do governo dividiram opiniões, mas, uma coisa é certa: sempre há uma luz no fim do túnel. E para mim a **Expocine** chega como um encontro para unir o setor para debater ideias, soluções e impulsionar cada vez mais a economia criativa. Aliás, a sexta edição da convenção começa com novidades de peso, já que neste ano o evento oferece atrações para os três pilares do audiovisual: produção, distribuição e exibição.

O evento contará com mais de 20 palestras, painéis, apresentações das distribuidoras, *pitchings* e rodadas de negócios. Tem para todo mundo e a **Revista** e **Portal Exibidor** acompanharão cada dia deste verdadeiro “hub da tela grande”. Na última parte da revista o leitor poderá conferir o guia completo da sexta edição da **Expocine**.

E por falar em fortalecimento do setor, o mercado mexicano de cinema tem como lema a união de todas as forças. O país latino-americano pode ensinar bastante para os *players* público e privado. Por isso, a matéria de capa desta edição detalha o funcionamento do mercado por lá e explica o porquê de o México expandir mundialmente o seu cinema.

Uma das soluções bastante usadas para impulsionar as produções locais e a economia das cidades é a chamada *Film Commission*, que traz diversos benefícios para as produtoras, empresas privadas, economia e turismo. A repórter Thaís Lemos conta tudo na página 30.

Sobre as tendências mundiais esta edição traz reportagens sobre sustentabilidade nos cinemas e a inteligência artificial como ferramenta estratégica para os setores de produção, distribuição e exibição.

Ainda o leitor pode conferir o bate-papo com Hernán Viviano, novo diretor geral da **Warner Bros. Pictures**. Após a fusão **Disney** e **Fox**, a **Warner** passa a operar no Brasil em um escritório independente e sob a administração do argentino que trabalhou para a **Warner/Fox** por mais de 20 anos na América do Sul. Na entrevista, o executivo conta sobre a sua visão do mercado brasileiro.

Esta é a 35ª edição da **Revista Exibidor** que chega mostrando ideias agregadoras para o setor e comemorando as mudanças positivas na **Expocine**, que apenas reflete os desejos do mercado por uma indústria mais unida e fortalecida.

Um forte abraço,

**MARCELO J. L. LIMA**

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

## EXIBIDOR

### EXPEDIENTE

#### EDIÇÃO E DIREÇÃO

Marcelo J. L. Lima

#### REDAÇÃO

Fernanda Mendes, Renata Vomero  
e Thaís Lemos

#### PROJETO GRÁFICO

#### E DIREÇÃO DE ARTE

Raphael Grizilli

#### DIAGRAMAÇÃO

Peterson Paulo

#### REVISÃO

Fernanda Mendes, Thaís Lemos,  
Renata Vomero e Cristiane Guzzi

#### COMERCIAL E ANÚNCIOS

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

Tel.: (11) 4040 4719

#### ASSINATURAS

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

Tel.: (11) 4040 4719

#### COLABORADORES

Carlos Klachquin, Rafael Freire,  
Thiago “Ramon” Grizilli e Thiago Rigonatti

#### IMPRESSÃO

Grupo Santa Edwiges  
Tiragem de 4000 exemplares

#### FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO

23/08/2019

#### CORRESPONDÊNCIA

Rua Énio Voss, 78  
São Paulo (SP) | 02245-070

Tel.: (11) 4040 4705

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

A Revista Exibidor é uma publicação  
trimestral da:

**tonks**

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

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

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



16

© 2018 Twentieth Century Fox Film Corporation.  
© 2018 MARVEL

TELE  
CINE

seu momento cinema

cinema  
cinema

Deadpool 2

agora direto  
pela internet

Baixar na  
App Store

DISPONÍVEL NO  
Google Play

## EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

### A

A2 FILMES  
ACENSIA BRASIL  
ACTION SPECIAL  
AETERNA  
ALAMO DRAFTHOUSE  
AMC  
AMERICAN AIRLINES  
AMPERE ANALYSIS  
ANCINE  
APPLE  
ASSOCIAÇÃO  
INTERNACIONAL  
DE FILM COMMISSIONS  
AUWE  
**B**  
B2W  
BIG POC  
BNDES  
BOULEVARD  
BRAVI  
BRAVOLUZ  
BRLAB  
**C**  
CALIFORNIA FILMES  
CANACINE  
CANAL BRASIL  
CBS  
CELLULOID JUNKIE  
CETAURO  
CENTERPLEX CINEMAS  
CENTRO DE CAPACITACIÓN  
CINEMATOGRÁFICA  
CESNIK QUINTINO & SALINAS

CETH ENGENHARIA  
CHRISTIE  
CINE A  
CINE BARDOT  
CINE ROXY  
CINEARTE  
CINEBOX  
CINEMAGIC  
CINEMARK  
CINEMEX  
CINEPLANET  
CINÉPOLIS  
CINESHOW  
CINETECA NACIONAL  
CINIONIC  
CITICINEMAS  
COMSCORE  
CONSCIÊNCIA  
CPQD  
CTC  
**D**  
DBM CINEMA LTDA  
D-BOX  
DBSERIES  
DIAMOND FILMS  
DISNEY  
DOLBY  
DOWNTOWN FILMES  
**E**  
ELETRO TERRÍVEL  
ELO COMPANY  
EQUINOX  
EQUIPOSHOP

ESCARLATE  
ESPAÇO ITAÚ DE CINEMAS  
EUROPA FILMES  
EVENTBRITE  
EXPOCINE  
**F**  
FAAP  
FGV  
FIDECINE  
FILME B  
FOPROCINE  
FOX  
**G**  
GALERIA DISTRIBUIDORA  
GDC  
GLOBO DE OURO  
GLOBO FILMES  
GOOGLE PLAY  
GRUPO CINE  
**H**  
HARKNESS SCREENS  
HEWLETT-PACKARD  
HOTSOUND  
**I**  
IMAGEM FILMES  
IMAX  
IMPA  
INGRESSO.COM  
INORCA  
INSTITUTO MEXICANO DE  
CINEMATOGRAFIA  
**J**  
JOCKEY PLAZA SHOPPING

### K

KELLOGG BUSINESS  
SCHOOL  
KELONIK  
KINOPLEX  
**L**  
LABRFF  
LEADCOM SEATING  
LEADERSHIP IN ENERGY  
AND ENVIRONMENTAL  
DESIGN  
LUMMA  
**M**  
MARVEL  
MARY PICKFORD  
MAXILLUSION  
MICROSOFT  
MOSTRA CINEMA  
MEXICANO  
CONTEMPORÂNEO  
MOVIEMAX  
MOVIEPASS  
MOVIO CINEMA  
MUBI  
**N**  
NATIONAL AMUSEMENTS  
NBCUNIVERSAL  
NEC CORPORATION  
NETFLIX  
NOKIA  
NOW  
**O**  
O2 PLAY  
OSCAR

OSRAM  
OXALÁ PRODUÇÕES  
**P**  
PAGU PICTURES  
PANDORA  
PARAMOUNT  
PARIS FILMES  
PETROBRAS  
PINGSLUTION  
PLAYARTE  
PRESHOW  
PRIMEPASS  
PROJETELAS  
PROJETO PARADISO  
**Q**  
QSC  
QUANTA DGT  
**R**  
REALD  
RG PRODUÇÕES  
RIO FILM COMMISSION  
RIOFILME  
RIOLE  
**S**  
SANTA CLARA POLTRONAS  
SECRETARIA DE CULTURA  
E ECONOMIA CRIATIVA DO  
ESTADO DE SÃO PAULO  
SHOPPING FREI CANECA  
SHOPPING PARQUE DA  
CIDADE  
SOFÁ DIGITAL  
SOLUPLEX  
SONY PICTURES

SPCINE  
SUPO MUNGAM FILMS  
**T**  
TELECINE  
THEATRE WORLD  
TONKS  
TWITTER  
**U**  
UNAM  
UNIB  
UNIC  
UNICAMP  
UNIVERSAL PICTURES  
UNIVERSIDADE DE BUENOS  
AIRES  
UNIVERSIDADE FEDERAL  
FLUMINENSE  
UNIVERSITY OF LONDON  
UOL  
USP  
**V**  
VARIETY  
VIACOM  
VIDEOCAMP  
VISTA  
VIVA POP  
VIVO PLAY  
**W**  
WARM  
WARNER BROS.  
WARNERMEDIA  
**Y**  
YOUEMX

## EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

CETH ENGENHARIA  
[www.ceth.com.br](http://www.ceth.com.br)  
CINEFLIX CINEMAS  
[www.cineflix.com.br](http://www.cineflix.com.br)  
CINESERCLA  
[www.cinesercla.com.br](http://www.cinesercla.com.br)  
CINIONIC  
[www.cinionic.com](http://www.cinionic.com)  
DISNEY  
[www.disney.com.br](http://www.disney.com.br)

DODÔ FILMES  
[www.dodofilmes.com.br](http://www.dodofilmes.com.br)  
ESCARLATE CONTEÚDO  
AUDIOVISUAL E  
EXPERIÊNCIAS CRIATIVAS  
[www.escarlataweb.com](http://www.escarlataweb.com)  
EXPOCINE  
[www.expocine.com.br](http://www.expocine.com.br)  
GALERIA DISTRIBUIDORA  
[facebook.com/  
GaleriaDistribuidora/](https://facebook.com/GaleriaDistribuidora/)

HOTSOUND  
[www.hotsound.com.br](http://www.hotsound.com.br)  
IMAGEM FILMES  
[www.imagemfilmes.com.br](http://www.imagemfilmes.com.br)  
INGRESSO.COM  
[www.ingresso.com](http://www.ingresso.com)  
LITTLE BROWN MOUSE.  
[littlebrownmouse.com.br](http://littlebrownmouse.com.br)  
MAXILLUSION  
[www.maxillusion.com.br](http://www.maxillusion.com.br)

MULTICINE CINEMAS  
[multicinecinemas.com.br](http://multicinecinemas.com.br)  
PARAMOUNT PICTURES  
[paramountpictures.com.br](http://paramountpictures.com.br)  
PRIMEPASS  
[www.primepass.club](http://www.primepass.club)  
RG PRODUÇÕES E EVENTOS  
[www.rgprod.com.br](http://www.rgprod.com.br)  
SANTA CLARA POLTRONAS  
[santaclarapoltronas.com.br](http://santaclarapoltronas.com.br)

SOLUPLEX  
[www.soluplex.com.br](http://www.soluplex.com.br)  
TELECINE  
[www.telecineplay.com.br](http://www.telecineplay.com.br)  
TONKS  
[www.tonks.com.br](http://www.tonks.com.br)  
UNIVERSAL PICTURES  
[www.universalspics.com.br](http://www.universalspics.com.br)  
USHIO  
[www.ushio.com](http://www.ushio.com)

GRUPO CONSCIÊNCIA  
[www.consciencia.com.br](http://www.consciencia.com.br)  
VITRINE FILMES  
[www.vitrinefilmes.com.br](http://www.vitrinefilmes.com.br)  
WARNER BROS.  
[www.warnerbros.com.br](http://www.warnerbros.com.br)



EM 2018, O SERTANEJO INVADIU  
OS CINEMAS COM

de **CORAÇÃO  
COWBOY**

**ANO QUE VEM...**

**SISTEMA  
BRUTO**

de **Gui Pereira**

O Filme **SISTEMA BRUTO** chegará levantando poeira, com muita ação, muita comédia e muita música sertaneja para divertir o público dentro e fora das telas.



**dodofilmes**

**A produtora que transforma  
sonhos em realidade**

Acompanhe nossas redes [f](#) [@](#) [v](#)

[www.dodofilmes.com](http://www.dodofilmes.com)

## SUMÁRIO



# O QUE O MÉXICO TEM?

País se consolida como força cinematográfica e apresenta um mercado que se coloca como um dos de maior potencial mundial

CAPA . 36

NOTÍCIAS . 10

Giro pelo mercado

CLAQUETE.COM . 14

Novidades do cinema

ENTREVISTA . 20

Hernán Viviano assume a direção da Warner Bros. Brasil

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL . 24

Tecnologia oferece possibilidades para o mercado se desenvolver

ARTIGO SERVIÇOS . 28

Programas de assinatura voltam ao debate

FILM COMMISSION . 30

Como as gravações em uma cidade podem ajudá-la economicamente

ARTIGO TRANSFORMAÇÕES . 46

A história da tela grande no cinema

SUSTENTABILIDADE . 48

Exibidores abraçam ações responsáveis com o meio ambiente

ARTIGO PRODUÇÃO . 52

Preservação dos filmes amadores

AGENDA . 54

Próximos lançamentos

GUIA EXPOCINE . 59

Saiba tudo o que acontece na Expocine19





**SOLUPLEX**  
SOLUÇÃO EM EMBALAGENS

# APOSTE NA INOVAÇÃO!

Baldes, copos e potes feitos com qualidade, material resistente e com respeito ao meio ambiente!

São mais de 14 anos oferecendo a solução que a sua empresa e o seu cliente precisam.



**BALDE E COPO  
DE PLÁSTICO**  
Colecionável In Mold label

**LINHA  
BIODEGRADÁVEL**

**BALDE E COPO  
DE POLIPAPEL**

[WWW.SOLUPLEX.COM](http://WWW.SOLUPLEX.COM)



11 9 9870-7384



SOLUPLEXBRASIL



SOLUPLEX.BRASIL





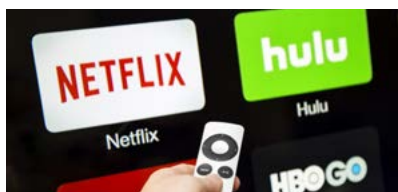
©DIVULGAÇÃO



## ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL DE CINEMAS APONTA CAMINHOS PARA A DIVERSIDADE

Em entrevista exclusiva ao **Portal Exibidor**, Laura Houlgatte, CEO da UNIC (Associação Internacional de Cinemas), conta que a questão de gênero é uma preocupação para o órgão que cobre mais de 38 territórios da Europa. A UNIC, inclusive, lançou o Programa de Liderança de Mulheres no Cinema, uma iniciativa de mentoria de 12 meses para mulheres na exibição de cinema. Saiba mais em [tonks.es/EntrevistaLauraHoulgatte](https://tonks.es/EntrevistaLauraHoulgatte)

## CRESCIMENTO DE SVOD NA EUROPA



A Ampere Analysis publicou um estudo em que analisa o número de usuários nos serviços on demand por assinatura dos cidadãos dos Estados Unidos e Europa. O que chama a atenção na pesquisa, no entanto, é o crescimento de SVOD na Europa, território em que tradicionalmente não tem esse tipo de atividade muito fortalecida, pelo menos até agora. Na região o número de lares que contam com assinaturas destas plataformas passou o valor de 70%, o que faz com que a Europa se aproxime dos grandes mercados. ([tonk.es/EuropaSVOD](https://tonk.es/EuropaSVOD))

## INGRESSOS ONLINE CRESCEM NA AMÉRICA LATINA

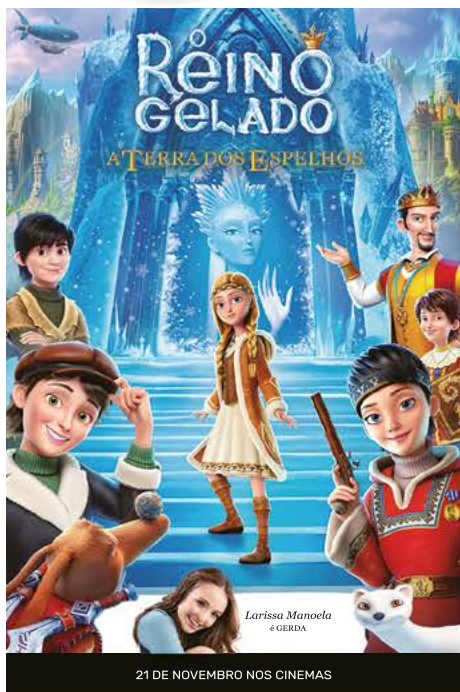


Em conversa com o Portal Exibidor em visita ao Brasil, Paul Yanover, presidente da Fandango, ressaltou o crescimento do mercado brasileiro. Yanover acredita que isso esteja acontecendo na região, porque não há telas suficientes, mas cada vez mais as pessoas estão tendo acesso a mais tecnologias e, conseqüentemente, a pagamentos eletrônicos. Mauro Gonzalez, chefe executivo da Ingresso.com, pertencente à Fandango, também participou da conversa. Confira mais detalhes a respeito do mercado de vendas de tickets online em [tonk.es/PresidenteFandango](https://tonk.es/PresidenteFandango)





## PRÓXIMOS LANÇAMENTOS





## KINOPLEX INAUGURA CINEMA VIP



A cidade de São Paulo (SP) ganhou mais um cinema VIP, desta vez da rede Kinoplex. A exibidora inaugurou o complexo com um coquetel para convidados que puderam desfrutar do cardápio totalmente *gourmet* do cinema localizado no *shopping* Parque da Cidade.

Dentre as iguarias estão *fondue* de pipoca com *cheddar* e tábua de frios. Ainda o bar conta com *drinks* com nomes de clássicos do cinema. Os aperitivos podem ser servidos diretamente nas seis salas Platinum, marca própria da rede.

O complexo tem capacidade para receber 578 espectadores e todas as salas têm som Dolby Atmos e divisórias de madeira a cada duas poltronas, dando mais privacidade. “Queremos promover momentos que marquem a vida das pessoas positivamente. Chegamos ao ápice de tudo que a gente imaginou”, comentou Patricia Cotta, gerente de *marketing* da rede. Saiba mais em [tonks.es/KinoplexParquedaCidade](https://tonks.es/KinoplexParquedaCidade).

## DISTRIBUIDORAS COM NOVOS INTEGRANTES



PATRICIA KAMITSUJI ENTRA PARA A UNIVERSAL PICTURES

O segundo semestre de 2019 está repleto de novas contratações pelas distribuidoras. Uma das principais novidades foi a chegada de Patricia Kamitsuji, ex-diretora da *joint operation* Fox/Warner, como diretora geral da Universal Pictures no Brasil.

Outra ex-Fox, Camila Pacheco, foi contratada como diretora executiva de *marketing* da Sony. “Será uma honra desenvolvermos ainda mais o nosso negócio junto de pessoas tão especiais”, contou Camila.



CAMILA PACHECO É A NOVA LÍDER DE MARKETING DA SONY

Na Vitrine Filmes o anúncio foi do novo diretor da empresa, Felipe Lopes. O executivo se junta à Silvia Cruz após dois anos como gerente de programação e *marketing* da *arthouse*.

Por fim, a Elo Company, que recentemente também entrou no ramo da produção de filmes, anunciou a contratação de Carlos Silva como programador. O profissional trabalhou por dois anos na Cinesystem.

---

## CHINA SE ABRE PARA INVESTIMENTOS NA ÁREA DE EXIBIÇÃO

Com o rápido crescimento no setor cinematográfico da China, cada vez mais o Estado controlador do país passa a dar aberturas para a entrada de investidores estrangeiros. Desta vez, a agência do governo anunciou que o país

está aberto para que empresas de fora possam controlar e construir novos cinemas na região.

A decisão veio após EUA e China retomarem conversações sobre comércio depois que Trump prometeu dobrar as tarifas sobre as mercadorias chinesas e introduzir novas taxas.

---

## GRUPO CINE INAUGURA COMPLEXO MODERNO

O Grupo Cine inaugura o primeiro complexo brasileiro com projeção 100% da linha Barco Series 4 da Cinionic. A recém-lançada linha de projeção a *laser* RGB conta com resolução 4K, HDR, HFR e as novas tecnologias *Light Source RGB*, que proporcionam melhorias na imagem, e o *AIM™ (Active Image Management™)*, que garante imagens limpas e brilhantes por mais de 40 mil horas.

“O estreitamento da relação com o Grupo Cine, expande nossa presença no mercado brasileiro, ofe-

recendo o que existe de mais inovador e tecnológico em projeção a *laser*”, conta Ricardo Ferrari, diretor de vendas da Cinionic na América Latina.

O cinema é o primeiro da cidade de Eusébio (CE) e segundo a exibidora a escolha pelos projetores da Cinionic se deu principalmente pela qualidade dos equipamentos e a economia em relação à utilização do *laser* no lugar da lâmpada xênon.

©DIVULGAÇÃO



---

## EQUINOX ATINGE A MARCA DE 40 COMPLEXOS

A Equinox Digital, especializada em produção de conteúdo e comunicação digital em PDV, anunciou seu mais novo cliente, a rede da baixada-santista, Cine Roxy. A exibidora é a sétima a integrar a operação voltada ao setor de cinema da Equinox, que já incluiu em seu portfólio Espaço Itaú de Cinema, Centerplex, Moviemax, CineShow, Cinearte e Cine Bardot.

Segundo Toninho Campos, diretor do Cine Roxy, a rede “já contava com uma estrutura de *displays* e *players* rodando nos complexos. No entanto, a Equinox otimizou esses recursos, aumentando a dinâmica da comunicação com os clientes, de forma mais atrativa e auxiliando no incremento de vendas dos produtos”.

---

## NOVA PLATAFORMA DA PRIMEPASS

A empresa anunciou a Whitelabel, que permite que os cinemas tenham seus próprios serviços de assinatura e possam gerenciar assinantes, pagamentos e ingressos, reduzindo a ociosidade de salas e otimizando as vendas.

“No mercado brasileiro somos a única empresa com experiência em assinatura de cinema e entretenimento capaz de ofertar não somente tecnologia, mas também *know how* de risco e fraude, gerenciamento de planos, carteiras e aquisição de usuários”, explicou Thiago Rigonatti, gerente nacional da empresa.

A plataforma permite contato e parcerias com empresas e recompensas aos espectadores, promovendo um movimento pela valorização do cinema.

## 2019 É O ANO COM MAIOR NÚMERO DE INAUGURAÇÕES PARA A CINÉPOLIS

A Cinépolis recebeu a imprensa para um evento especial de inauguração do seu complexo em Curitiba (PR) no Jockey Plaza Shopping. O cinema conta com cinco salas tradicionais em formato *stadium*, uma Macro XE e duas VIPs.

Este ano foi o de maior número de inaugurações para a Cinépolis no Brasil, com uma previsão para abrirem 57 salas até o fim do ano, já que ainda para este segundo semestre, a rede prepara a inauguração de mais cinco complexos, em Ourinhos (SP), São José dos Campos (SP), Lauro de Freitas (BA), Três Lagoas (MS), e em São Paulo na Rua Pamplona no mês de dezembro, sem contar com a expansão dos complexos em Jundiaí (SP) e Natal (RN).

Para 2020 e 2021 o objetivo é abrirem 7 novos cinemas cada, focando principalmente em cidades pequenas.



JASON MERRITT / GETTY IMAGES



## DI CAPRIO DEFENDE A EXPERIÊNCIA NO CINEMA

Durante a estreia de *Era Uma Vez Em... Hollywood* (*Once Upon A Time In... Hollywood*) em Los Angeles, um dos protagonistas do filme, Leonardo DiCaprio, concedeu entrevista ao portal Variety falando sobre o mercado de cinema atual. O ator se mostrou preocupado quanto ao futuro das formas tradicionais de se fazer filmes, por conta do advento do *streaming*.

“Nós estamos entrando nessa era do *streaming* em que as coisas são imediatas e de repente você tem um novo programa, oito episódios de uma nova série brilhante e que você pode assistir todo dia”, comentou o ator na *première*.

O artista ainda falou sobre a vivência de ir ao cinema. “De certa maneira é um pouco ser ‘dinossau-ro’ fazer isso. Eu só espero que tenhamos essa experiência comunitária de ver uma grande obra de arte em conjunto e aproveitar”, finalizou.





# DOUTOR SONO

Streamline  
About to

WATERGIVER  
MUSIC

7 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS  
#DOUTORSONO

WOLFFER BRUNO, PICTURES  
WOLFFER BRUNO, PICTURES

VERGEE & CLASSIFICACAO CINEMA

FOTO: GLENN FRANCIS



## É ESCOLHIDO ATOR QUE VIVERÁ ELVIS NOS CINEMAS

Depois de diversos rumores envolvendo nomes como Ansel Elgort, Harry Styles, Miles Teller e Aaron-Taylor Johnson para interpretar Elvis Presley nos cinemas, o martelo foi batido e o ator Austin Butler é quem dará vida ao rei do rock nas telas.

O anúncio foi feito pelo presidente da Warner Bros. Pictures, Toby Emmerich, que contou também que quem irá dirigir o longa será Baz Luhrmann. A história irá explorar a vida e a música de Presley pelo prisma da sua complicada relação com seu enigmático empresário “coronel” Tom Parker, que será interpretado por Tom Hanks.

As filmagens começam no início do próximo ano em Queensland, na Austrália. Ainda não se sabe quando o longa chegará aos cinemas e nem o seu título.

## “10 HORAS PARA O NATAL” É A NOVA COMÉDIA NATALINA



FÁBIO BRAGA

Dirigido por Cris D’Amato e estrelado por Luis Lobianco, o filme **10 Horas Para o Natal** será uma comédia natalina, gênero pouco explorado no Brasil.

A história mostra Marcos Henrique, pai de Julia, Miguel e de Bia, e ex-marido de Sônia. Cansados de

passar noites de Natal sem graça após a separação de seus pais, as crianças bolam um plano para tentar reunir novamente a família, mas têm apenas 10 horas para conseguir realizar essa missão.

Produzido pela Paris Entretenimento, o filme tem lançamento previsto para 5 de dezembro.



## LASHANA LYNCH SERÁ A NOVA AGENTE 007

Daniel Craig encerrará em breve seu papel como James Bond, o eterno 007, tendo sua última participação no filme **Bond 25**. Desde então, muito se vem especulando sobre quem será o responsável por assumir o posto.

Segundo informações da imprensa especializada, o novo agente 007 será interpretado por Lashana Lynch, com isso o nome James Bond deve ser aposentado. A atriz tornou-se conhecida do grande público neste ano por interpretar Maria Rambeau em **Capitã Marvel** (*Captain Marvel*).

O filme chega aos cinemas no dia 9 de abril de 2020 e tem elenco formado por Léa Seydoux, Naomie Harris, Ralph Fiennes, Rory Kinear, Jeffrey Wright, Dali Benssalah, Billy Magnussen, Ana De Armas, David Dencik, Lashana Lynch e Rami Malek. A produção tem distribuição da Universal Pictures.



## PRÓXIMA FASE DA MARVEL CONTA COM DEZ PRODUÇÕES

A Marvel anunciou os títulos e datas dos próximos lançamentos da Fase 4 do Universo Cinematográfico Marvel (MCU). No total, são dez títulos divulgados entre filmes e séries.

O próximo lançamento será o filme solo da Viúva Negra. O longa, protagonizado por Scarlett Johansson, entrará em cartaz no dia 1 de maio de 2020. Outra novidade é **Os Eternos** (*Eternals*). Alvo de grandes especulações nos últimos meses, o estúdio finalmente revelou parte do elenco do filme, formado por: Angelina Jolie, que atuará ao lado de Salma Hayek e Richard Madden. O longa será dirigido por Chloe Zhao e será lançado em 6 de novembro de 2020.

Os títulos anunciados para 2021 são **Shang-Chi and the Legend Of The Ten Rings**, primeiro longa da Disney protagonizado por um personagem de origem asiática, **Doctor Strange in the Multiverse of Madness**, continuação de **Doutor Estranho** (*Doctor Strange*, 2016), e **Thor: Love and Thunder**, que terá Natalie Portman no elenco e Tessa Thomp-



son como Valquíria, primeira personagem abertamente LGBT da Marvel.

Apesar de ainda não ter data de estreia ou outros detalhes divulgados, o personagem Blade contará com novo filme e será protagonizado pelo premiado ator Mahershala Ali. Além disso, o novo filme do Quarteto Fantástico também foi confirmado, também sem maiores detalhes.

## HALLE BAILEY SERÁ A NOVA ARIEL EM “A PEQUENA SEREIA”

A atriz Halle Bailey, de apenas 19 anos, foi escolhida para interpretar a sereia Ariel do clássico da Disney, *A Pequena Sereia* (*The Little Mermaid*, 1989), em formato live-action.

Bailey comemorou em seu Twitter oficial a escalção. “Sonho que se torna realidade”, publicou a atriz. A direção será de Rob Marshall e o filme tem previsão de lançamento para 2020.

SLAVEN VLASIC/GETTY



@DIVULGAÇÃO



## GRANDES CANTORAS DO POP LANÇAM MÚSICA PARA “AS PANTERAS”

A cantora Miley Cyrus gravou uma música para o novo longa de *As Panteras* (*Charlie's Angels*), junto com Ariana Grande e Lana Del Rey. Por meio de seu Twitter, Miley publicou a novidade, mas não deu mais detalhes.

O longa, que tem previsão de estreia em 14 de novembro no Brasil e é distribuído pela Sony, leva Kristen Stewart, Naomi Scott e Ella Balinska como protagonistas. Já a direção é assumida por Elizabeth Banks, que também faz parte do elenco.

## NOVO FILME DE CLINT EASTWOOD TEM ELENCO CONFIRMADO

Novo longa dirigido por Clint Eastwood já tem parte do elenco formado. Antes tendo anunciado Paul Walter Hauser, Kathy Bater e Sam Rockwell, agora Olivia Wilde e John Hamm também foram confirmados na produção.

Chamado *The Ballad of Richard Jewell*, o filme conta a história baseada em fatos reais de Richard Jewell, um policial norte-americano que se tornou conhecido por ajudar a salvar dezenas de pessoas em uma tentativa de atentado nas Olimpíadas de 1996, que aconteceu em Atlanta, na Geórgia. No entanto, Jewell foi acusado injustamente de ser cúmplice do crime, sendo inocentado meses depois.

Wilde deve interpretar a repórter Kathy Scruggs, que cobriu o acontecido e Hamm será um agente do FBI que ajudou a cuidar do caso.



FRAZER HARRISON/GETTY





# DO BRASIL PARA O MUNDO

**Produtos**

**Engenharia**

**Manutenção**

**Software de Gestão**

Visite nosso estande na **Expocine**,  
de **01** a **04** de **Outubro**

[ceth.com.br](http://ceth.com.br)  
+55 11 2606-6655





**Anote na sua agenda.**

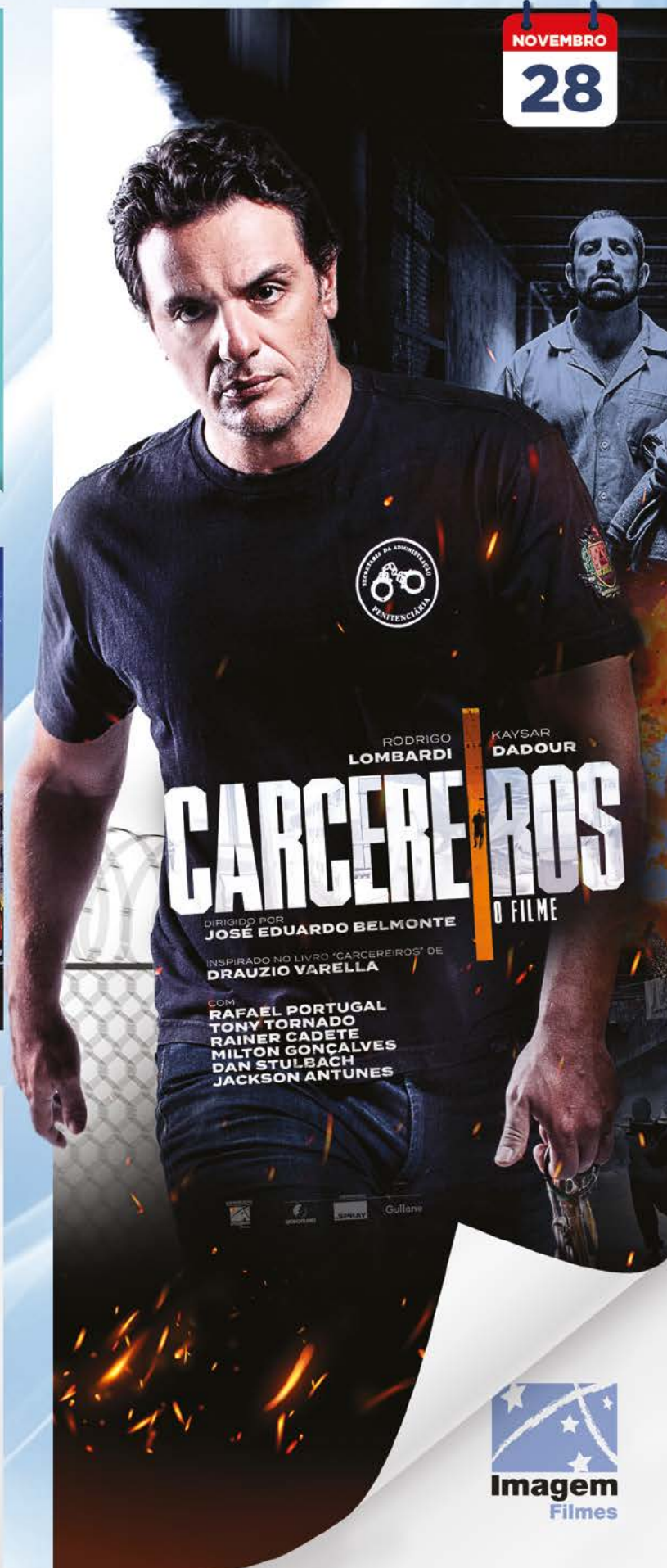


OUTUBRO  
**24**





Lançamentos **IMAGEM FILMES**, breve nos cinemas.







HERNÁN VIVIANO  
DIRETOR GERAL DA WARNER

## OS NOVOS CAMINHOS DA WARNER NO BRASIL

POR RENATA VOMERO . FOTO DIVULGAÇÃO

*HÁ 21 ANOS NA WARNER BROS. DA AMÉRICA LATINA, HERNÁN VIVIANO CHEGA AO BRASIL PARA LIDERAR A COMPANHIA LOGO APÓS A SEPARAÇÃO OPERACIONAL COM A FOX*

**Em 1998, Hernán Viviano, um argentino formado em Ciências da Comunicação pela Universidade de Buenos Aires,** iniciava sua carreira dentro do entretenimento. Em julho daquele ano, ele entrava na Warner Bros. Entertainment e Twentieth Century Fox International - já que as operações das duas na América do Sul eram em conjunto - como diretor de vendas do escritório da Argentina. Ali ficou até 2004, quando se tornou gerente geral no Peru. Em 2009, Viviano mudou-se, então, para o Chile, também para ser gerente geral da Warner e Fox.

No entanto, surgiu neste ano o desafio de liderar as operações da Warner no Brasil, recém separada da Fox por conta da aquisição pela Disney. Como diretor geral, agora cabe ao experiente executivo a inquietante tarefa de compreender um mercado que está em meio a transformações, em um país cheio de complexidades e peculiaridades. Claro, sem deixar de lado a oportunidade e desafio de aprender uma nova língua e toda uma cultura que se difere dos outros países da América do Sul onde Viviano viveu.

“O Brasil é um mercado enorme, com muitas diferenças entre regiões e completamente distinto de outros países em que eu trabalhei. Agora eu estou aprendendo português, que é um ponto adicional a esse desafio profissional. Também estou me dedicando a explorar a cultura do país e a viajar por diferentes locais para aprofundar meu conhecimento sobre o mercado de cinema no Brasil”, comenta o executivo, que tem nas mãos a incumbência de desenvolver o trabalho de uma das maiores *majors* de Hollywood em um novo momento do mercado.

Na conversa exclusiva com a **Revista Exibidor**, Hernán Viviano traz sua perspectiva acerca do que espera para o futuro da Warner no país, mas não só isso, para o mercado como um todo, além de revelar suas impressões sobre a indústria nestes mais de 20 anos de carreira na área.

Confira a entrevista na íntegra:

**Exibidor: Primeiramente, bem-vindo ao Brasil! Como é assumir a Warner aqui no País após a separação de operação com a Fox e pelo Brasil ser um dos maiores mercados do mundo?**

**Hernán Viviano:** Muito obrigado por sua atenção. Assumir minha posição na Warner Bros. no Brasil é o maior desafio em minha carreira. O Brasil é um mercado enorme, com muitas diferenças entre regiões e completamente distinto de outros países em que eu trabalhei. Agora estou aprendendo português, que é

um ponto adicional a esse desafio profissional. Também estou me dedicando a explorar a cultura do país e a viajar por diferentes locais para aprofundar meu conhecimento sobre o mercado de cinema no Brasil.

**Em tão pouco tempo no Brasil, você já enxerga as peculiaridades do nosso mercado? O que mais te chamou atenção?**

O Brasil, mais que um país, é um continente. O que mais me chamou atenção foram as diferenças regionais, principalmente

*“DESEJO TER UMA INDÚSTRIA COM VARIEDADE DE FILMES EXIBIDOS EM CADA COMPLEXO”*

em nosso negócio, e como os resultados podem variar entre os diferentes lugares do país. Também chamou minha atenção de forma muito positiva o bom relacionamento entre pessoas da indústria e a vontade de melhorar nas áreas do nosso negócio.

**Quais os desafios que você enfrentará ainda este ano e o que planeja para o futuro da Warner Brasil?**

O maior desafio é continuar aprendendo e solidificando nossa nova estrutura corporativa. A Warner Bros. do Brasil é a única da América do Sul que possui operação própria. Trabalhamos em conjunto com mais de 120 funcionários incluindo áreas corporativas, *Consumer Products* e *Home Entertainment*. Estamos procurando investir mais neste país em diferentes áreas, incluindo novas plataformas.

**Você atua há mais de 20 anos no mercado distribuidor pela América do Sul. Quais mudanças você sente desde que iniciou nesse setor, em 1998, até 2019?**

Definitivamente, acho que a maior mudança foi a descaracterização do nosso negócio. Obviamente, a digitalização mudou a maneira de trabalhar, de programar e contribuiu para mudança de hábitos de consumo, assim como as novas estratégias em *marketing digital* transformaram nossa indústria. Mais do que nunca, solidificar

os relacionamentos como um todo é fundamental para o crescimento da indústria.

**E como o mercado de cinema pode estar dentro de 10 anos? Já imaginou este cenário?**

O cinema já passou por muitas transformações desde seu nasci-



mento e vai continuar mudando. Nossa indústria deve trabalhar próxima ao consumidor final e atender suas necessidades. Eu desejo ter uma indústria com grande variedade de filmes exibidos em cada complexo, satisfazendo os diferentes gostos cinematográficos.

**Cada vez mais se fala sobre a união do mercado, os setores de produção, distribuição e exibição. Como você enxerga**

**este ponto e o que pretende implementar para tal?**

É fundamental nossa união, não existe nada mais importante agora do que a parceria entre os diversos setores da nossa indústria. Por muitos anos estivemos desagregados e os resultados foram ruins para o consumidor final e tiveram um impacto negativo que recentemente começou a melhorar. Nós temos novas ideias que implementaremos nos próximos anos.

**Para os próximos meses, o que você destaca no line-up da Warner?**

Além de *IT: Capítulo Dois (It Chapter Two)*, que estreou em setembro, *Coringa (Joker)* e *Doutor Sono (Doctor Sleep)* são dois filmes espetaculares que surpreenderão as audiências do mundo inteiro. Também em setembro, apostamos no lançamento de *Hebe: A Estrela do Brasil*, que é uma obra de arte, além de muitos filmes mais artísticos, que certamente receberão muitas indicações a prêmios.

**Por fim, quer deixar um recado para os seus novos colegas, parceiros e clientes brasileiros?**

Quero agradecer muito a todo apoio recebido neste primeiro mês no Brasil. Estou muito feliz de viver e trabalhar neste maravilhoso país. Adoro assistir a filmes, é minha paixão. Considero que temos o melhor trabalho do mundo, que é entreter as pessoas. Gostaria de continuar trabalhando nesta parceria e colaborando humildemente para que a indústria cinematográfica brasileira seja cada vez mais potente. ■



**ESTRANHOS E SOMBRIOS E CAUSAM ARREPIOS.  
PROVOCAM CALAFRIOS!**



# A FAMÍLIA ADDAMS

31 DE OUTUBRO NOS CINEMAS

Universal U MGM

© 2011 UNIVERSAL PICTURES INC. ALL RIGHTS RESERVED.  
THE ADDAMS FAMILY™ IS A REGISTERED SERVICE MARK™ AND TRADEMARK™ OF UNIVERSAL PICTURES INC.

**PROGrame OS TRAILERS E EXponHA OS MATERIAIS.**

Mais informações: Nelson Mazzei - nelson.mazzei@nbcuni.com • www.universalexibidor.com





# EU, ROBÔ

POR RENATA VOMERO . FOTOS SHUTTERSTOCK/ DIVULGAÇÃO

*INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PODE SER UTILIZADA PARA OFERECER NOVAS POSSIBILIDADES PARA O MERCADO CINEMATográfico SE DESENVOLVER*



### **Robôs, andróides, sistemas computacionais...**

chame como quiser, o fato é que os filmes estão repletos dessas figuras. São, em sua maioria, computadores ou máquinas superinteligentes que se aproximam do nosso senso de humanidade, muitos deles, inclusive, não podem ser diferenciados de nós, seres humanos. A questão é que estamos sempre no centro dos dilemas trazidos por essas inteligências artificiais. Afinal, seriam elas enviadas para nos destruir, nos substituir ou nos auxiliar?

A Revolução Digital, que teve início nos anos 1950, começou a nos dar a perspectiva de viver ao lado dessas máquinas e o cinema nos ajudou a criar esse temor de sermos superados por essas soluções. Fosse em toques mais sombrios, como em **Blade Runner – O Caçador de Andróides** (*Blade Runner*, 1982), ou mais delicados, como em **Wall-E** (2008); a questão é que elas já estão entre nós, mas bem diferentes de como foi imaginado nas telonas. “A inteligência artificial mais usada hoje em dia é chamada de *estrita* ou *Narrow AI*, que é quando a máquina está sendo treinada para aprender alguma coisa muito específica. Não é uma inteligência que vai desbancar o ser humano. Essa coisa, que seria uma inteligência artificial ampla, está mais distante”, explica João Eduardo Ferreira, gerente de desenvolvimento de negócios em inteligência artificial do CPqD (Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações).

Na realidade, essa tecnologia parte de nossas habilidades para criar padrões e assim surgir com soluções para cenários comuns de nosso dia a dia, possibilitando, dessa maneira, que nos ocupemos de outras tarefas que exijam mais de nossos saberes. “São diversas as definições usadas, nós optamos por chamar de Computação Cognitiva, que na verdade é você dar ao computador ou máquina as capacidades que nós reconhecidamente damos ao humano, a nossa capacidade cognitiva”, comentou Ferreira. Com isso, surgem no mercado soluções que facilitam os processos dentro das empresas, como, por exemplo, os *chat bots*, que nada mais são do que robôs programados para atender a demanda do cliente da companhia e a partir de seus algoritmos já programados criar opções de respostas e soluções para aquilo que está sendo questionado.

Uma das funcionalidades mais comuns da inteligência artificial se dá no processo de personalização da experiência do cliente e aí entra a área de entretenimento e, obviamente, o cinema. Uma das facilidades da tecnologia é se utilizar de dados de um usuário para traçar seu perfil e a partir daí conseguir recomendar a ele o que ele gostaria de assistir, comprar ou consumir. “Na Netflix, tudo o que você vê naquela tela principal da plataforma, por trás tem motores de IA. O sistema de recomendação do serviço é um case básico nessa



“WALL-E” (2008)

área de entretenimento, eles fazem isso muito bem. Chegam ao requinte de entender tão bem o seu desejo e seu comportamento, que até o trailer é personalizado. Para cada um a tela é diferente, é personalização *one to one*”, esclarece Ferreira.

É nesse momento que o cinema consegue se utilizar dessas facilidades para prospectar clientes, fidelizá-los e, desta forma, levar a melhor experiência possível a eles. É o que a Movio Cinema vem fazendo no exterior. A companhia se utiliza de análise de dados para criar *insights* estratégicos de *marketing* para que os exibidores possam utilizar em seus cinemas. “A Movio trabalha com os principais exibidores para conectar seus espectadores com seus filmes ideais usando algoritmos de propensão gerados por IA criados por nossa equipe multinacional de PhDs em ciência de dados. Uma das formas como a IA opera neste contexto é ao classificar e recomendar cada filme que um exibidor esteja mostrando atualmente ou prestes a mostrar, para que cada consumidor seja exposto a uma sugestão que provavelmente o levará a um cinema com amigos e familiares para comprar ingressos e comidas”, explica Matthew Liebmann, CEO e presidente da empresa.

A possibilidade de conseguir alcançar um determinado cliente com a recomendação exata que o vá levar a comprar o ingresso e ir até o cinema é um ponto crucial nessa tecnologia, já que os exibidores precisam se utilizar de todas as ferramentas ao seu alcance para melhorar a receita. “Inteligência artificial auxilia a recomendar os melhores filmes, comidas e formatos de cinema (PLF ou Premium) para cada cliente. Como tal, é usado para gerar retornos incrementais em todos os fluxos de receita de um exibidor. Como a receita da venda de ingressos é dividida entre os exibidores e os estúdios, qualquer coisa que possa impulsionar essa comercialização é benéfica para ambos os lados”, afirma Liebmann.





IMAGENS DE CAPTURA DE MOVIMENTO DOS FILMES "AVATAR" (2009) E "PLANETA DOS MACACOS: A ORIGEM" (2011)

## EXPLOÇÃO DOS DADOS NO AMBIENTE DIGITAL

Todo este processo só é possível graças aos dados, que passaram a ser disponibilizados com facilidade e abundância por causa da *internet* e das redes sociais. É só por meio de seu uso que a inteligência artificial consegue operar, por isso, análise de dados é provavelmente o fator mais importante nessa fórmula. "Inteligência Artificial é algo decisivo no mercado. I.A. potencializa o conhecimento e a experiência dos profissionais do cinema. Mostra automaticamente o público-alvo de cada filme, bem como o conceito de associação com o que já foi visto pelo cliente, fazendo recomendações de filmes e combos da *bombonière*, liberando, assim, os profissionais de *marketing* para se concentrarem nas táticas e promoções de *marketing* mais adequadas e nas comunicações e campanhas mais criativas", finaliza o executivo da Movio.

Inclusive, não só do lado do exibidor essa facilidade vem sendo utilizada, na produção ela é amplamente explorada por conta da Visão Computacional, uma das soluções que a inteligência artificial oferece: ensinar máquinas a enxergarem. Dessa maneira, diversos efeitos especiais são mais facilmente criados e novas funcionalidades ainda estão sendo exploradas. "É possível usar a visão computacional para criar objetos, espaços, cenários... Isso é feito com os atores, você pode capturar a geometria do ator, textura e ainda captura como reage à luz. A questão da captura de movimento e de expressões, como vemos em *Avatar* (2009) e *Planeta dos Macacos: A Origem* (*Rise of the Planet of the Apes*, 2011), isso é tudo parte desta tecnologia. Agora você pode estar fazendo isso em tempo real, aqui no IMPA estamos fazendo assim. A gente faz algo que é o cinema ao vivo, um conceito trazido pelo Francis Coppola. É como se fosse um teatro, mas em estúdio, criando tudo por meio do nosso *soft-*

*ware* de edição e criação", explica Luiz Velho, pesquisador de visão computacional do IMPA, que desenvolve sua pesquisa em torno da mídia do futuro, que visará convergir os elementos narrativos do teatro e cinema, com as tecnologias dos games, criando o cinema ao vivo. Outro exemplo da área, é o *software Scriptbook*, nele o programa analisa o roteiro de um produto do audiovisual e, a partir de uma rede de palavras já programadas, consegue dizer se a narrativa fará sucesso ou não. O *software* apresenta nível de assertividade bastante alto e é usado por diversos produtores. Na distribuição, um case interessante foi o apresentado pela Fox no ano passado (antes de ter sido adquirida pela Disney). Pesquisadores da empresa criaram um sistema de análise de *trailers*, fazendo com que novos materiais de divulgação usem de elementos similares dos vídeos analisados para atrair o público que se interessa por aquele tipo de produção. Ainda não se sabe se essa tecnologia também foi incorporada pela Disney. ■



FESTIVAL DE CANNES  
PRIX UN CERTAIN REGARD

CODISTRIBUIÇÃO



UM FILME DE

KARIM  
AÏNOUZ

# A VIDA INVISÍVEL

PARTICIPAÇÃO ESPECIAL DE  
FERNANDA MONTENEGRO



REPRESENTANTE DO BRASIL NO  
OSCAR® 2020

31 DE OUTUBRO NOS CINEMAS



PROGRAME O TRAILER E EXPONHA O CARTAZ.



# PROGRAMA DE ASSINATURA VOLTA AO PROTAGONISMO

POR THIAGO RIGONATTI

Uma das grandes notícias no mercado de cinema foi o aparecimento, em 2018, do primeiro modelo de assinaturas. Infelizmente, a empresa Moviepass, que estreou como promessa, não vingou. No entanto, seu lançamento serviu para mostrar à indústria que os *moviegoers* buscam uma solução como essa.

Pegando carona em uma nova maneira de consumo, onde há mais valor em ter acesso ao conteúdo em vez de possuir produtos ou serviços, quatro empresas anunciaram, durante a última CinemaCon, suas plataformas de assinatura. O momento é de redefinição de diversas indústrias, e sobre como transformar seus padrões tradicionais de venda e demanda para modelos que atendam a esse novo cliente.

No caso dos exibidores de filmes, a assinatura eleva a receita enquanto expande a margem por visita. Para se ter uma ideia, um consumidor *online* adquire algo entre dois e três *tickets* por ano. Já o espectador que frequenta o cinema mais de cinco vezes neste mesmo período representa menos de 5% da base. Ou seja, exibidores, estúdios e distribuidores devem direcionar seus esforços para um objetivo comum: ampliar o número de pessoas que vão ao cinema.

Mas qual seria o consumo gerado, a partir dessa mudança simples de comportamento para que o cinema receba mais visitantes, especialmente em filmes com menor orçamento? Além de oferecer um

*ticket* médio geralmente maior que a compra pontual, os programas de assinatura visam incentivar a presença recorrente no cinema, por meio do compromisso antecipado, promovendo como contrapartida ao assinante o benefício de receber o ingresso por um custo menor do que na bilheteria.

No caso do cinema, a jornada de compra do cliente pode ser simplificada em três passos. O *Spark*, ou momento em que surge o interesse para assistir a determinado filme; a Avaliação, instante em que se analisa se vale a pena ir ao cinema para assistir àquele filme, seja pelo orçamento ou em comparação a outras opções de entretenimento; e Decisão, fase de resgate do ingresso.

Já as vendas puras e os programas de fidelidade partem da premissa de um incentivo anterior para despertar o interesse do consumidor em ir ao cinema. No conceito de ambas as modalidades, uma vez despertado o interesse, haverá a demanda. No caso das vendas puras, o processo mental de compra é: “Gostei do filme; determinei se é a melhor opção; tomei a decisão”. No caso de programas de assinatura, a jornada mental é algo como: “Tenho ingressos de cinema; em quais filmes posso usá-los; tomei a decisão”.

Embora os programas de fidelidade e de assinatura apresentem diferenças essenciais, ambos alavancam a receita direta e o incremento de vendas em outras linhas

de negócio quando utilizados em conjunto. As duas maneiras ainda dependem claramente do interesse e da avaliação. Mas, no fim, contém o julgamento de que tal filme pode ser visto em casa, no futuro, o que gera todo um resultado negativo para determinadas produções.

No caso dos programas de assinatura, que não apoiam seu foco apenas no filme, mas no cinema como forma de entretenimento e em toda a experiência adquirida no passeio, há um movimento de valorização da indústria - *big win* para os exibidores e, consequentemente, para toda a cadeia.

Claro que é necessário que os programas de assinatura gerem receita, lucro e aumentem o *ticket* por *moviegoer*. Mas esse desafio é papo para nossa próxima conversa. **E**

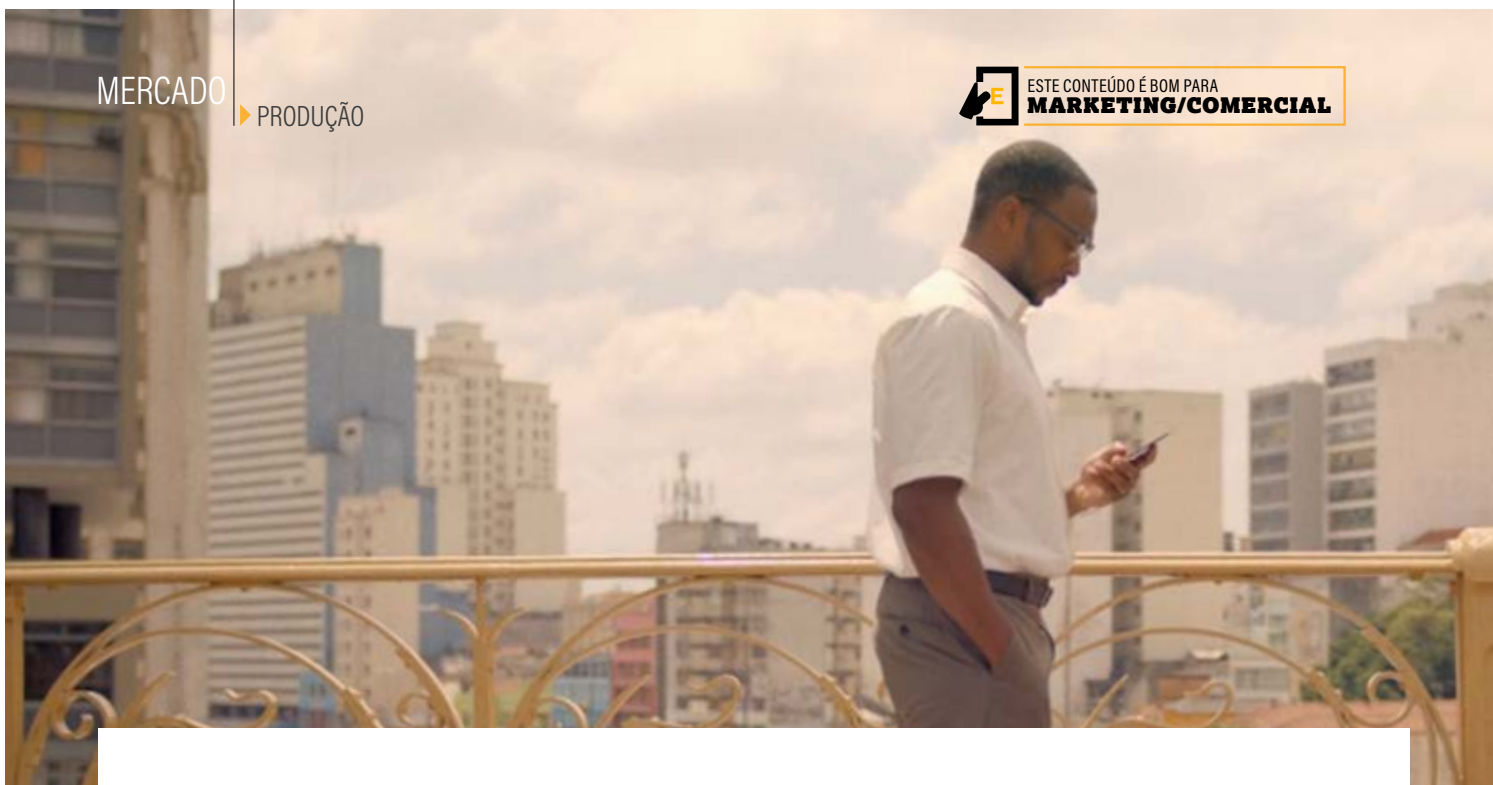


**THIAGO RIGONATTI** É COUNTRY MANAGER DA PRIMEPASS NO BRASIL. AO LONGO DE SUA CARREIRA, ATUOU COMO DIRETOR DE MARKETING, VENDAS E ESTRATÉGIA NA INGRESSO. COM, ALÉM DE TER EXERCIDO PAPÉIS RELEVANTES NA MICROSOFT, B2W, UOL, NOKIA E HEWLETT-PACKARD. THIAGO RIGONATTI SOMA À SUA ESPECIALIZAÇÃO EM MARKETING DIGITAL ESTRATÉGICO PELA KELLOGG BUSINESS SCHOOL, EM CHICAGO, A FORMAÇÃO EM MARKETING PELA UNIB, MBA PELO IBMEC E EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL EM SEMINÁRIOS.

# FACILIDADE E EXPERIÊNCIA NA PALMA DA SUA MÃO







# BEM-VINDO AO MUNDO DAS FILM COMISSIONS

POR THAIS LEMOS . FOTOS DIVULGAÇÃO

*COMO AS GRAVAÇÕES EM UMA CIDADE PODEM AJUDÁ-LA ECONOMICAMENTE*

**Você provavelmente já assistiu a um filme e reconheceu um ponto turístico de sua cidade**, ou de algum outro lugar que esteve. Para a cena desse local aparecer nas telonas, um processo chamado de *film commission* pode ter acontecido nos bastidores. Além de levar um ponto da cidade para os cinemas, as *film commissions* também têm o intuito de atrair outras produções do mundo todo. Os gastos das produções com alimentação, transporte e hotel, por exemplo, acabam gerando um crescimento econômico, que se reflete ainda mais quando o resultado é divulgado e pode atrair mais turistas para a região em que alguma história aconteceu.

“As *film commissions* desempenham um importante papel, construindo a ponte entre produções e governos. Muitas delas também contribuem financeiramente para os projetos, por exemplo, oferecendo financiamento para desenvolvimento e produções, incentivos, descontos, créditos ou subsídios. Essas contribuições não são insignificantes”, disse Jess Conoplia, presidente da Associação Internacional de Film Comissions (AFCI).

Cada vez mais cidades do mundo formam *film commissions*, totalizan-

do mais de 300 nos seis continentes. “A indústria provou que viajará para filmar em qualquer lugar, desde que a segurança seja garantida, os locais funcionem para a produção e a equação financeira seja a mais conveniente”, disse Jess. Em relação ao desempenho das *film commissions*, a presidente da AFCI acredita que as mais fortes são aquelas capacitadas pelo governo para facilitar as aprovações de localizações, incentivar a produção e tomar decisões que podem maximizar o desenvolvimento econômico da região.

## **EXEMPLOS AO REDOR DO MUNDO**

Um caso recente em que a *film commission* ficou em evidência, foi a vinda do ator Keanu Reeves para São Paulo em abril deste ano. Em encontro que reuniu o prefeito Bruno Covas, o secretário de cultura Ale Youssef e Lais Bodansky, presidente da Spcine, o ator veio ao Brasil para negociar locações para a gravação de uma série de ficção científica, que já teve cenas rodadas em Los Angeles, Nairóbi, Buda-



CENA DO EPISÓDIO STRIKING VIPERS DA QUARTA TEMPORADA DE "BLACK MIRROR" (NETFLIX), GRAVADA EM SÃO PAULO (SP)



WAGNER MOURA COMO PABLO ESCOBAR PARA A SÉRIE "NARCOS" DA NETFLIX, GRAVADA NA COLÔMBIA

peste, Quênia e Berlim. Na ocasião, Reeves também se reuniu com o governador João Doria.

Alguns pontos da capital paulista ficaram ainda mais em evidência após a quinta temporada de **Black Mirror**, série norte-americana da Netflix, ter estreado. Para o primeiro episódio, chamado de **Striking Vipers**, a plataforma de streaming solicitou 19 locações que incluem desde pontos já conhecidos, como a Avenida Paulista, Edifício Copan, Viaduto Santa Ifigênia, até a Praia do Éden, no Guarujá, e o Templo Kinkaku-ji, em Itapeperica da Serra. Segundo a Spcine, mais de 150 profissionais foram envolvidos para o capítulo de pouco mais de uma hora de duração, entre os dias 18 de março e 8 de abril de 2018.

Com apenas três anos de operação, a São Paulo Film Commission já se tornou a segunda maior *film commission* da América Latina, atrás apenas da Cidade do México. Durante esse tempo, 2,8 mil produções foram rodadas na capital paulista, o que gerou mais de 65 mil postos de

trabalho e pelo menos R\$ 1,3 bilhão de movimentação financeira.

Além disso, a política pública paulista também conta com um aplicativo mobile, que mostra um catálogo de espaços públicos municipais disponíveis. “O aplicativo já conta com quase 400 locações públicas municipais cadastradas”, contou Daniel Celli, coordenador da São Paulo Film Commission. No entanto, Celli disse que sente falta de atrair produções internacionais. “Temos pensado em políticas públicas de atração de filmagens, esse é um ponto que tem que melhorar”.

A Rio Film Commission, departamento da RioFilme, empresa municipal dedicada ao desenvolvimento da atividade audiovisual, também contribui indiretamente para o desenvolvimento econômico da cidade. “Somando apenas o orçamento dos filmes em longa-metragem apoiados pela Rio Film Commission em 2018, o volume circulante na cidade a partir da realização destes projetos ultrapassou R\$ 80 milhões. O impacto econômico causado pela produção de

novelas é ainda mais espantoso, uma vez que cada capítulo produzido custa cerca de R\$ 200 mil – e a Rio Film Commission atende em média seis novelas mensalmente que realizam cerca de 60 diárias de filmagem”, explicou Tânia Pinta, coordenadora da Rio Film Commission.

Observando numa escala global, Tânia acredita que a atuação da *film commission* em uma cidade a posiciona como potencial destino cinematográfico e turístico, contribuindo para a afirmação da identidade nacional e sua projeção fora do país. “Ainda que o Rio de Janeiro já seja um destino turístico consagrado, a representação da cidade nas obras audiovisuais reascende nossos símbolos, paisagens, patrimônios e a diversidade cultural carioca”, disse a coordenadora.

Um dos cases de sucesso da América Latina é a Colômbia. Criado em 2012, o incentivo de film commission oferece um desconto de até 40% para projetos de filmes que invistam um mínimo de US\$ 500 mil em pré-produção, produção e pós-produção no





ACIMA: CENA DE "O AMOR NOS TEMPOS DO CÓLERA", LONGA GRAVADO NA COLÔMBIA. ABAIXO: CENA DE "OS 33", FILMA GRAVADO NA COLÔMBIA

país, e 20% adicionais por gastos em hotéis, alimentação e transporte, limitando o reembolso de até US\$ 3 milhões. A Lei 1556 gerou um aumento significativo desde quando entrou em vigor. Entre 1969 e 2012, 14 filmes estrangeiros foram gravados na Colômbia, enquanto entre 2013 e 2018, foram mais de 30 filmes. ([tonk.es/colombiafilmcommission](http://tonk.es/colombiafilmcommission))

No entanto, mudanças políticas podem também prejudicar filmagens estrangeiras de uma região, afetando consequentemente, a economia de um estado. Em maio deste ano, Brian Kemp, governador do estado norte-americano da Geórgia, sancionou a lei que proíbe o aborto voluntário a partir da detecção dos primeiros batimentos cardíacos do feto, o que acontece normalmente na sexta semana de gestação. A lei, que entra em vigor no início de 2020, foi considerada uma das mais restritivas ao aborto nos Estados Unidos, porque muitas mulheres descobrem a gravidez após a sexta semana.

Por conta disso, grandes estúdios de Hollywood se posicionaram contra a lei ([tonk.es/georgiaaborto](http://tonk.es/georgiaaborto)), ameaçando deixar de gravar suas produções na Geórgia. Em entrevista à Reuters, Bob Iger,

CEO da Disney, disse na ocasião que é muito difícil que o estúdio do Mickey Mouse continue trabalhando por lá. "Muitos de nossos funcionários não vão querer trabalhar ali e nós teremos que atender seus desejos quanto isso", afirmou na ocasião. O estado foi locação de dois grandes filmes recentes: **Pantera Negra** (*Black Panther*) e **Vingadores: Ultimato** (*Avengers: End Game*).

Outros estúdios, como Viacom, CBS, AMC, NBCUniversal e WarnerMedia também manifestaram sua insatisfação com a aprovação da lei por meio de comunicados oficiais. Conhecida como a Hollywood do Sul, a Geórgia abrigava a locação da sequência de **Invocação do Mal** (*The Conjuring*) e de **Esquadrão Suicida 2** (*The Suicide Squad*), da Warner. "Nós vamos acompanhar essa situação de perto e, se a nova lei entrar em vigor, reconsideraremos a Geórgia como a nossa casa de produções. Como é sempre o caso, nós trabalharemos em conjunto com nossos parceiros de produção e nossos talentos para determinar como e onde gravar novos projetos", declarou a empresa. No entanto, as empresas não se pronunciaram mais depois da assinatura da lei.

O caso mostrou a importância das gravações para o estado, pois as autoridades da Geórgia ficaram completamente desesperadas, já que grande parte da economia local girava em torno dessas produções.

Essa notícia é um exemplo para países em desenvolvimento como o nosso, de como a indústria do audiovisual é valiosa, já que países extremamente desenvolvidos como os EUA cuidam de suas *film commissions*. Seja em uma megalópole ou em uma cidade pequena, o incentivo governamental às filmagens são uma opção importante para incrementar a economia pública, além de beneficiar os produtores que tanto investem dinheiro em suas obras. ■



SÉRGIO SÁ LEITÃO, KEANU REEVES E JOÃO DÓRIA, EM SÃO PAULO (SP)

**40**  
SANTA CLARA  
ANOS



**POLTRONAS**



**PROJETORES**



**SONORIZAÇÃO**



**ACESSÓRIOS**



**MANUTENÇÃO**



**ILUMINAÇÃO**



Pipoca Sequinha e Saborosa  
Experimente e Comprove!

**WWW.SANTA CLARAPOLTRONAS.COM.BR**

✉ [santaclara@santaclarapoltronas.com.br](mailto:santaclara@santaclarapoltronas.com.br)



ESC. COMERCIAL / SHOWROOM - SÃO PAULO - SP  
Rua João Bizarro da Nave, 256 - Vila Diva  
CEP 03351-100 - TEL. +55 11 2020-0930



FÁBRICA / SHOWROOM - SANTA ISABEL - SP  
Rod. Prefeito Joaquim Simão, SN - Km 71.200  
CEP 07500-000 - TEL. +55 11 4656-6554



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



**SANTA CLARA**

As melhores soluções para o seu cinema!



# CONFIRA OS GRANDES SUCESSOS DE

HÁ MAIS DE 7 ANOS CRIANDO, PRODUZINDO E EXECUTANDO OS MAIORES E MELHORES EVENTOS DO MERCADO DE CINEMA

**A EMPRESA LÍDER  
NO MERCADO  
EM EVENTOS DE CINEMA**

PRODUZIMOS  
**80% DOS EVENTOS**  
NO RANKING TOP 10 DAS MAIORES  
BILHETERIAS DE 2018.\*

**STAFF**  
RG PROD.COM.BR  
#RGP/PRODUCESS

\*FONTE: COMSCORE

**EM EXIBIÇÃO NAS MELHORES PRÉ-ESTREIAS**

A RG Produções, além de líder no mercado de eventos para cinema, agora também é licenciada\* para produtos de bombonière. Temos um departamento exclusivo e especializado no desenvolvimento de produtos promocionais. Cuidamos e executamos todas as etapas dos nossos projetos sempre com excelência de entrega RG.

# PÚBLICO E CRÍTICA DA RG PRODUÇÕES.

RG PRODUÇÕES APRESENTA





## PRODUTOS LICENCIADOS

EM EXIBIÇÃO NAS MELHORES BOMBONIÉRES

**FALE CONOSCO: (11) 5035-8384**

[licenciamento@rgprod.com.br](mailto:licenciamento@rgprod.com.br) | [contato@rgprod.com.br](mailto:contato@rgprod.com.br)

ACESSE E SIGA NOSSAS REDES SOCIAIS   /RGPRODUCOESS



\*Consulte nossa equipe sobre os produtos licenciados.





# O QUE O MÉXICO TEM?

POR RENATA VOMERO. ILUSTRAÇÕES THIAGO "RAMON" GRIZILLI. FOTOS: DIVULGAÇÃO

*DESTAQUE EM PREMIAÇÕES E FESTIVAIS, O MÉXICO SE CONSOLIDA COMO FORÇA CINEMATOGRAFICA E APRESENTA UM MERCADO QUE SE COLOCA COMO UM DOS DE MAIOR POTENCIAL MUNDIAL*

**Você provavelmente gosta de cinema, não é?** E se está lendo esta revista também, muito provavelmente, gosta do assunto a ponto de querer se informar sobre. Então, mais provavelmente ainda, você está por dentro de como anda o mercado cinematográfico. Correto? Se sim, já sabe que um dos destaques do meio nos últimos anos foi o cinema mexicano, assumindo o protagonismo em premiações, festivais e, claro, polêmicas também. Mas o que será que torna a indústria de um país tão semelhante ao nosso em termos de desafios políticos e culturais em uma gigante cinematográfica a ponto até de fazer sombra aos grandes nomes de Hollywood?

Bom, a questão pode ser um pouco mais complexa do que imaginamos, afinal, estamos falando sobre um país que conta com população de quase 130 milhões de habitantes e que no decorrer da história passou por momentos de altos e baixos políticos e econômicos, assim como diversos outros países latino americanos. Inevitavelmente, o cinema, como um importante mercado no México, acompanhou essas movimentações.

Por conta dessa montanha-russa, é possível destacar na história do cinema mexicano períodos de forte produção, incluindo, a Época de Ouro, que aconteceu entre 1936 e 1959 e que tornou o México o centro de produção de filmes em língua espanhola. Além disso, neste período a indústria foi responsável por lançar no mercado cerca de 100 filmes nacionais por ano, algo que antes era inimaginável. Neste período se destacaram nomes como Gabriel Figueroa, um dos diretores de fotografia mais reconhecidos do cinema, e que foi responsável por títulos





"O REGRESSO", DE ALEJANDRO IÑÁRRITU

como **Maria Candelária** (1944), **Enamorada** (1946), **A Noite do Iguana** (*The Night of the Iguana*, 1964), a **Pérola** (*La Perla*, 1947), entre muitos outros filmes. Além disso, a **Época de Ouro** também contou com destaque de alguns dos maiores nomes que produziram no país durante este período, são eles Emilio Fernández, que também dirigiu muitos filmes com a direção de fotografia de Figueroa, e, impossível não mencionar, Luís Buñuel, espanhol que produziu no país o filme **Os Esquecidos** (*Los Olvidados*, 1950), um clássico da cinematografia mundial. “Acredito que o cinema mexicano carrega uma história de produção que se aproxima muito com nosso contexto latino-americano de irregularidades (períodos de grande e pouca produção), mas que também carrega aspectos interessantes como a vinda de importantes nomes da história do cinema mundial, como Luís Buñuel e Alejandro Jodorowsky, o que influenciou bastante a produção de cinema experimental no país. Mas o que para mim mais impressiona é a marca temporal refletida nesses filmes, no sentido de ser um registro da cultura visual



CENA DE "ROMA", DIRIGIDO POR ALFONSO CUARÓN

de sua época: os grandes conflitos da história do México tratados em diferentes gêneros, como por exemplo o massacre de Tlatelolco, as transformações da sociedade ao longo dos anos e a abertura para o protagonismo de novas figuras até então marginalizadas também no circuito cultural. É um cinema que se arrisca e que coloca em questão seu passado, presente e futuro”, explica Marina Costa, doutoranda em Cinema pela USP, com estudo sobre aproximações entre o cinema brasileiro e mexicano dos anos 1970.

Nos últimos anos parece que o México entrou com força total nos radares da indústria do mundo inteiro. Sendo o Oscar, possivelmente a premiação do cinema mais importante do mundo, um dos grandes termômetros e impulsionadores deste fortalecimento. Nele, entre 2010 e 2019, diretores mexicanos foram premiados na categoria Melhor Direção por cinco vezes. Dessas vitórias, duas delas também levaram o maior prêmio da noite. Você já deve imaginar de quais diretores estamos falan-

do, sim, Os Três Amigos: Alfonso Cuarón, Guillermo Del Toro e Alejandro González Iñárritu.

O trio é responsável pelos sucessos recentes de **Roma**, **A Forma da Água** (*The Shape of Water*, 2017), **O Regresso** (*The Revenant*, 2015), **Birdman ou (A Inesperada Virtude da Ignorância)** (*Birdman or The Unexpected Virtue of Ignorance*), 2014) e **Gravidade** (*Gravity*, 2013), tendo tanto **A Forma da Água**, quanto **Birdman** levado a melhor na premiação. “Eu gostaria de diferenciar o cinema mexicano e os ‘Três amigos’: Iñárritu, Del Toro e Cuarón, que desde os anos 1990 criaram laços com os EUA e entraram no esquema de produção americano, mesmo que eventualmente filmando no México. Existe sim, um outro cinema mexicano que é forte em festivais - de Arturo Ripstein a Julio Hernandez Cordón ou Julian Hernandez e Carlos Reygadas, mas estes nomes estão vinculados a ondas mais internacionais, seja de cinema LGBT ou cinema transcendental, da estética do fluxo. São, portanto, dois caminhos e duas formas de se entender

cinema completamente diferentes, ainda que Cuarón flerte com esse ‘outro lado’ vez ou outra”, explicou Mateus Magime, curador e crítico audiovisual, ele foi o idealizador da **Mostra Cinema Mexicano Contemporâneo**, que teve sua última edição em 2017. O caso de Cuarón, citado pelo curador, é ainda mais interessante, visto que este flerte dos Três Amigos com o cinema hollywoodiano os colocou em posição de destaque. No entanto, com o último lançamento do diretor, **Roma**, foi diferente, já que é um filme em preto e branco, que se passa no bairro mexicano que dá nome ao filme. Com essas especificações, o próprio diretor não acreditou que o projeto seria uma aposta de distribuidoras e exibidores, por isso, o lançou na Netflix e levou diversos prêmios para casa. Depois de O Globo de Ouro deste ano, o diretor foi questionado sobre essa questão e assim respondeu: “Minha pergunta para você é: quantos cinemas você acha que passariam um filme mexicano, em preto e branco, falado em espanhol e mixteco, que é um drama sem grandes estrelas? Quão grande





"GRAVIDADE" LANÇADO EM 2013



“você acha que seria um lançamento convencional?”.

Polêmicas à parte, a grande questão que fica é a consolidação do México como uma força cinematográfica e isso vem se estruturando em termos culturais para o país que, apesar de suas dificuldades, valoriza esse mercado e sua importância. “Um dos aspectos importantes disso é a formação desses cineastas. Formação não só no sentido das escolas de cinema, mas também cultural. O México é um país pujante no que diz respeito ao acesso à cultura, com museus gratuitos, só na Cidade do México são mais de 200, para a população, atividades gratuitas de música e literatura, além das inúmeras livrarias e sebos. Outra questão são as coproduções, realizações em parceria com outros países (como a França e a Espanha) e plataformas (como a Netflix), que oferecem maior visibilidade e melhores condições de produção”, afirmou Marina Costa.

Junto a isso, entra com potência um apoio institucional do governo mexicano, atualmente liderado por Andrés Manuel López Obrador. “O cinema mexicano conta com um estímulo do poder público, advindo do Instituto Mexicano de Cinematografia e nele seus braços: o Foprocine (mais voltado para o cinema experimental) e o Fidecine (mais voltado para o cinema comercial). Existem parcerias com outros organismos como o Ibermedia e, claro, as coproduções. E agora tem a questão Netflix, que é um novo elemento do mercado que ainda não tem o seu impacto dimensionado. E não podemos esquecer também das produções independentes, sem apoio nenhum tanto público como privado. É preciso reforçar que ainda é uma produção centrada em grande escala na Cidade do México, sendo seguida por Jalisco e Oaxaca”, complementou a especialista.

## DE OLHO NO MERCADO



Com isso, a produção só cresce, no último ano foram 116 filmes mexicanos lançados no país, sendo 27 a mais do que chegou aos cinemas em 2017. Esse crescimento foi acompanhado de um aumento na bilheteria mexicana para filmes nacionais, aumento esse de 38%, representando uma receita de 1,4 bilhão de pesos (R\$290,6 milhões) para o país. Apesar disso, o número de ingressos vendidos caiu 9% em 2018, o que não foi suficiente para tirar o México da lista dos países com maior presença nos cinemas. O primeiro é a Coreia do Sul, com 4,3 ingressos por pessoa por ano, seguido da Islândia com 4,1; Estados Unidos, com 3,7, e Austrália, com 3,5. O México é o décimo no ranking, tendo 2,7 entradas por pessoa no ano. Segundo dados da Ancine de seu relatório anual lançado em 2017, no Brasil são 0,9 ingressos por pessoa. No México, muito dessa presença se dá pela força da indústria no país e também por conta do incentivo dado para o público ir ao cinema, conforme explica Magime. “Existe uma grande relação com a TV em especial a Televisa; e iniciativas incríveis, como o *Centro de Capacitación Cinematográfica*. Grande parte dos diretores que exibimos na mostra iniciaram o trabalho ali. O país tem uma tradição e força em arquivos e difusão também, com a Filмотeca da UNAM e a Cineteca Nacional, com seu grande complexo de sa-

las de cinema, enfim, um local de convergência cultural para cidade. Isso tudo ajuda a criar a cultura cinematográfica”, finalizou.

Mas não para por aí, com quase 130 milhões de habitantes, o país também conta com um dos maiores parques exibidores do mundo, tendo terminado 2018 com um número de 7.182 salas. Desta maneira, o México se coloca como o quarto maior mercado do mundo, ficando atrás apenas da China, EUA e Índia.

Dessas 7.182 salas, 3.646 são da Cinépolis, 2.930 são da Cinemex e o restante são divididas entre outras redes do país, como Cinebox, Cinemagic e Citicinemas. Sendo a Cinépolis, a maior rede do país e a terceira maior do mundo, fica com ela também parte da responsabilidade de incentivar o cinema na região, claro que com um olho no negócio, mas também como forma de estimular a cultura do país. “Hoje, a Cinépolis é a terceira maior rede do mundo, a segunda maior rede em ingressos vendidos e a primeira em ingressos vendidos por salas, o que deixa claro que a principal contribuição é em infraestrutura das telas. O importante desafio para o cinema mexicano é encontrar histórias que se conectem com o público. Durante os últimos anos, o público voltou-se para ver o cinema nacional novamente porque as histórias que se conectam com ele chegaram nas telas”,

afirmou Ramón Ramírez, diretor de relações públicas da Cinépolis.

Ramírez ainda complementa ressaltando a importância do cinema para a construção da sociedade como um todo. “O cinema tem um impacto social por causa das histórias que conta, tem um impacto educacional quando se trata de filmes que têm a ver com a história ou com temas relevantes. O cinema se torna importante quando tópicos que podem ser difíceis de lidar de outras formas, como diversidade sexual, equidade de gênero, inclusão, racismo ou migração, são abordados. O cinema se torna, sem que seja seu propósito inicial ou seu único objetivo, numa plataforma onde, por um lado, as pessoas se desconectam de seus problemas e se divertem, mas também aprendem indiretamente. Além disso, a sétima arte é o lugar onde você pode combinar todas as artes, no cinema, música, teatro, dança, fotografia e pintura se reúnem naturalmente. No final, o cinema tem uma linguagem universal, tem várias contribuições econômicas, culturais, sociais e educacionais. A digitalização do cinema no México, que vem acontecendo há vários anos, permitiu que os conteúdos que chegam às telas grandes sejam mais diversificados: a oferta atual é de filme comercial e vai até ópera ou balé, musicais, futebol, concertos, entre outros”, finalizou.





## ECONOMIA

Impossível ser um dos maiores mercados do mundo sem ter um olhar para o quanto esse desenvolvimento tem um impacto econômico no país. No México, segundo a Canacine (*Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica*), que representa todas as empresas que atuam no setor cinematográfico do México; a indústria cinematográfica cresce acima da economia do país, cerca de 4,8% nos últimos dez anos. Além disso, em termos trabalhistas, o crescimento de empregos no setor foi quatro vezes maior do que em outros segmentos da economia, conforme noticiou a *Universidad Nacional Autónoma de México*. Esse é um ponto que precisa ser levado em consideração e ser exemplo para o desenvolvimento do cinema brasileiro, por exemplo, que tem força de mercado e economia. “Acredito que entender a cadeia produtiva do cinema como um ramo que gera empregos e movimentada a economia é um dos aspectos que devem ser espelhados aqui. Cultura no México é um elemento extremamente valorizado pelas políticas públicas, tanto que segundo os dados do IMCINE do ano passado, 37% do PIB do país foi destinado para esse campo do qual o audiovisual faz parte. Outra questão importante é a preservação e acervo dos produtos audiovisuais. A Cineteca e a Filmoteca da UNAM são duas grandes instituições do país que são responsáveis pela preservação do que é produzido no país e contam com estrutura adequada para acervo e financiamento para cópia e manutenção das obras. Além disso, a Filmoteca estabelece parceria com instituições estrangeiras que necessitam de digitalização e revelação de filmes. Logo, existe uma preocupação com a memória e com a história do cinema que aqui no Brasil, infelizmente, ainda não faz parte dos projetos de governo”, finalizou Marina. **E**



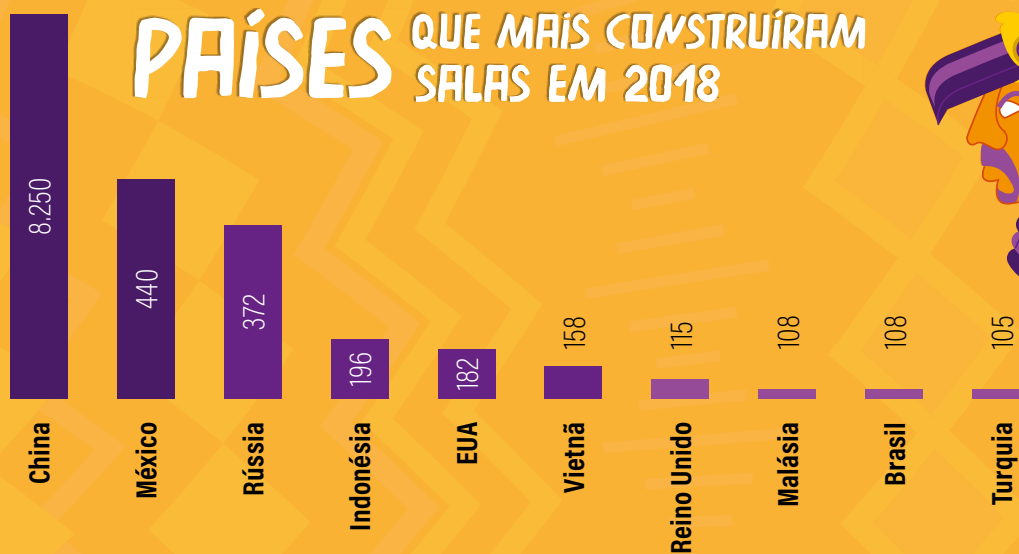
"O LABIRINTO DO FAUNO" (2006) DE GUILLERMO DEL TORO

# NÚMEROS DO MÉXICO

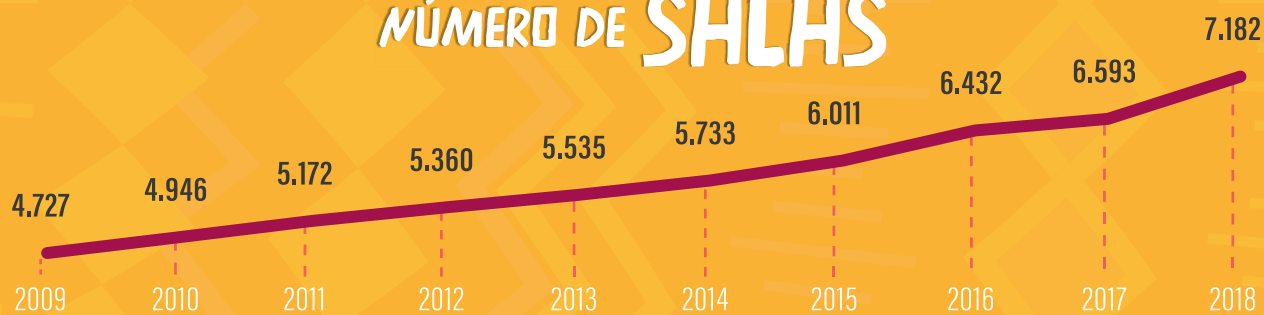
FILME	BILHETERIA EM REAIS*	PÚBLICO
Ya Veremos	40,4 milhões	4,1 milhões
La Boda de Valentina	32,5 milhões	3,3 milhões
Una Mujer sin Filtro	21,1 milhões	2,1 milhões
La Leyenda del Charro Negro	20,6 milhões	2,4 milhões
Hasta que la Boda nos Separe	16,5 milhões	1,6 milhão
Mas Sabe el Diablo por Viejo	11,5 milhões	1,1 milhão
Loca por el Trabajo	10,8 milhões	1 milhão
A ti te Quería Encontrar	9,8 milhões	900 mil
Lo Mas Sencillo es Complicarlo Todo	6,3 milhões	600 mil
El Habitante	6,2 milhões	600 mil

\*Conversão realizada do peso mexicano para o real no fechamento desta matéria em 21/08/2019

## PAÍSES QUE MAIS CONSTRUÍRAM SALAS EM 2018



## NÚMERO DE SALAS



Fonte: Relatório Definitivo de 2018 da Canacine





Vinícius  
Pagin

Bettina  
Boklis

Gilberto  
Leal

Gefferson  
Borges

# #aForçadocinema



Luiz  
Silva

Monica  
Portella

Eduardo  
Chang

Pablo  
Billard





Gustavo  
Ballarim

João  
Neto

Gilberto  
Araújo

Marcos  
Araújo

Malévola: Dona do Mal | Exterminador do Futuro: Destino Sombrio  
Link Perdido | Ford Vs Ferrari | Star Wars: A Ascensão Skywalker | Frozen 2  
Ameaça Profunda | Um Espião Animal | Uma Vida Oculta | Jojo Rabbit  
King's Man: A Origem | O Chamado da Floresta | Dois Irmãos – Uma Jornada Fantástica

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

Disney  
Exibidor



Flávio  
Carvalho

Patrícia  
Cotta

Danielly  
Almeida

Marcio  
Eli



# O CINEMA NÃO É PARA PRINCIPIANTES

POR CARLOS KLACHQUIN

O cinema, nascido desde o início como arte, indústria e empresa em um célebre subsolo do *Boulevard des Capucines* em Paris em dezembro de 1895, cresceu sem concorrência durante cinco décadas. Teatro, rádio, mídia impressa, etc., cada uma corria no seu próprio trilho e ninguém disputava espaço. Da mesma forma que tinha acontecido no final da Primeira Grande Guerra, terminada a Segunda Guerra Mundial, o mundo traumatizado precisava se reconstruir e reinventar em todos os âmbitos.

As tropas que retornavam dos *fronts* e a sociedade em geral buscavam um novo espírito. Surgiriam novas estéticas cinematográficas na Europa e no Japão. Mas nos Estados Unidos os novos tempos tinham um objetivo mais material, desenvolver o consumo. As indústrias, com sua infraestrutura intata, entraram numa época de vitalidade enorme. A do entretenimento não foi exceção. A televisão já estava tecnicamente pronta antes da guerra, mas tinha sido forçada a aguardar na estante até um momento mais oportuno. Poucos meses após o final da guerra, foi lançada comercialmente. A demanda por receptores de TV e de conteúdo disparou. Bastaram só seis anos para que a televisão se consolidasse bem nos Estados Unidos e, nos inícios de 1950, já tinha mudado os hábitos da população, que agora ficava em casa dedicando um bom número de horas a ela.

Pela primeira vez, o cinema não estava mais sozinho no trilho. Não

demorou muito para as bilheteiras dos cinemas começarem a perceber que havia algum problema. No momento, o cinema oferecia conteúdo em preto e branco na maioria dos filmes, com formato padrão de imagem cuja largura era 1.37 vezes a altura, quase quadrada. O som disponível era monofônico, ou seja, uma caixa de som única por trás da tela e bastante limitada. A televisão não era diferente: imagem em preto e branco, formato de imagem 1:33 a 1, e som mono. O cinema precisava responder de alguma forma a este concorrente doméstico e trazer a audiência de volta para a sala grande.

## A primeira resposta

Seguindo o espírito tecnológico-industrial americano, a tarefa ficou com os departamentos técnicos dos estúdios, que foram encarregados de fazer algo diferente nos cinemas, algo que a televisão com a sua telinha preto e branco e meio quadrada não tinha na época. Com a premissa de que cinema é entretenimento-espetáculo, eles tinham que facilitar o grande show, o evento especial. A imagem foi o primeiro elemento a ser considerado, e se incrementaram os lançamentos de filmes coloridos, tecnologia que já estava bem avançada na época. ...E O Vento Levou (*Gone with the Wind*) foi distribuído em cores bem antes, em 1939, e com perfeição. Na projeção não havia nada especial a modificar no projetor, portanto para o exibidor não houve custo nem demora em adaptar equipamentos. Mas não

era suficiente. A mudança radical foi no formato da tela, alargando a imagem. O fundamento para isto é que a nossa visão tem naturalmente um ângulo mais amplo na horizontal que na vertical, e podemos assim criar uma percepção mais envolvente, mais espetacular.

Mas alargar a tela tem seus compromissos e custos do lado da produção e também na exibição, pois não se trata só de mudar a tela. E o que mais tarde teria papel fundamental, as mudanças necessárias no som. Uma imagem grande e larga precisa de um som que a acompanhe. O som monofônico na tela alargada fica muito estreito e tem por resultado um empobrecimento do espetáculo.

Na próxima edição da **Revista Exibidor**, o leitor poderá conferir no meu artigo quais foram essas dificuldades e as soluções, assim como papel que o som teve nesta transformação. ■



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

# DO SOFÁ DE CASA PARA A POLTRONA DO CINEMA

Visite nosso stand  
na Expocine 2019  
e saiba porque  
somos o principal  
destino para os  
fãs de cinema.







# SALVAR O MUNDO É COISA DE CINEMA!

POR FERNANDA MENDES . FOTOS DIVULGAÇÃO

*EXIBIDORES INCENTIVAM COLABORADORES E CLIENTES A ABRAÇAREM A SUSTENTABILIDADE*

**Enchentes, aquecimento global, desabamentos, poluição do ar e rios.** Muitas são as consequências da ação desvairada do homem no Planeta Terra. E diversos setores da economia se preocupam com suas atitudes, inclusive o mercado exibidor.

Desde pequenas ações, como separar lixo reciclável, até um cinema inteiramente autossustentável, a exibição cinematográfica se movimenta para contribuir com a preservação do planeta e acaba, assim, gerando uma empatia com o público. “Sabemos que é importante que cada um assuma seu papel para que a cultura de sustentabilidade cresça e isso reflita na preservação do meio ambiente”, conta Bruno Sérgio, diretor de alimentos e bebidas da Cinemark.

A rede, aliás, lançou recentemente o programa chamado “Re pense Re use” convidando os clientes, parceiros e colaboradores a refletir de maneira ativa nesse processo de mudança do consumo. A primeira ação vem acontecendo desde março último com a comercialização de *kits* de canudos de *inox* nas *bombonnières* dos cinemas, com intuito de substituir os de plástico. Em junho, a exibidora também substituiu os guardanapos de papel, que vinham embalados em plástico, por *dispensers*. Todas essas atitudes vieram acompanhadas de um ótimo *feedback* do público, conta o executivo.

“Montamos também um comitê de sustentabilidade que será responsável por definir o planejamento estratégico e os pilares que a Cinemark vai se apoiar nos próximos anos”, comemora.





PAINÉIS SOLARES NO CINEMA MARY PICKFORD NOS EUA



BATERIAS QUE ARMAZENAM A ENERGIA SOLAR DO MARY PICKFORD (EUA)

Já o Kinoplex investe em mais de 10 atividades internas e externas, visando um mundo mais sustentável ambientalmente. Como, por exemplo, treinamentos com as equipes gerenciais dos mais de 40 complexos da exibidora com foco em evitar o desperdício de água e energia. Isso mostra que a sustentabilidade beneficia também o bolso do empreendedor.

Uma das ideias futuras que engloba sustentabilidade e economia é a substituição de ingressos de papel pelo digital, o que reduzirá o consumo do papel das bobinas de impressão de *tickets*. “Cada vez mais as pessoas estão se conscientizando da importância de cuidarmos do nosso planeta e as ações são sempre

muito bem recebidas”, conta Patricia Cotta, gerente de *marketing* do Kinoplex.

O Cine A, que atua em Minas Gerais, São Paulo, Goiás, Rio de Janeiro e Pará, já inseriu embalagens recicláveis, iluminação LED e criou campanhas internas sobre a importância da economia dos recursos naturais em todas as suas unidades. Mas o ápice dessa responsabilidade social foi com a inauguração do cinema na cidade de Itajubá (MG), o primeiro complexo 100% autossustentável do País, em janeiro último. “O projeto de Itajubá veio para ser um marco para nossa empresa e servir de vitrine e referência em construções inteligentes”, explica Silvio Britis, diretor da rede.

O cinema segue todos os padrões de consumo determinados pelo LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*), como a redução de perda energética entre os quadros e as tomadas, além de toda iluminação do complexo ser em LED, também com sensores de presença, secadores de mão e sistemas modernos de ar condicionado. Na parte da conta de água a solução foi fazer a captação de água pluvial para abastecer a operação crítica.

Outra solução importante é a usina solar que abastece o cinema. Só essa ferramenta já ajudaria e muito na conta de energia. Mas há algo ainda melhor: se nem toda energia for consumida, o excedente é lançado na rede elétrica pública, fazendo com que o cinema ganhe créditos com a companhia energética.





CANUDOS DE INOX QUE SÃO COMERCIALIZADOS NO CINEMARK

O legal do Cine A Itajubá também é que a sustentabilidade não fica só no setor ambiental, mas beneficia a comunidade como um todo, com suporte para carregar carros elétricos e coleta de lixo eletrônico, além de espaços que incentivam o uso da bicicleta e a prática de exercícios físicos, como *yoga*, *slackline*, meditação e dança.

“Hoje é comum ouvir comentários dos moradores que se dizem orgulhosos por terem em sua cidade um cinema inédito no Brasil e que se preocupa com o meio ambiente”, diz Brittis, que ainda comenta que a sustentabilidade passou a fazer parte do dia a dia dos cidadãos itajubenses.

Para um futuro próximo, a ideia é expandir esse modelo de cinema autossustentável em outras regiões do Brasil, além de implementar um circuito de energia limpa com carregadores de carros elétricos que conectarão as unidades do Cine A dos estados de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro.

### NOSSOS AMIGOS NORTE-AMERICANOS

O cinema Mary Pickford em Cathedral City, na Califórnia (Estados Unidos), tem 14 salas e recebe milhares de espectadores por semana. O período de maior lotação do complexo é à noite, que também é quando o uso de energia tem um valor mais alto na região. Com o intuito de tornar o preço do seu ingresso competitivo, sem perder dinheiro com isso, o proprietário do cinema resolveu economizar na energia.

Assim, ele firmou parceria com a Aeterna Energy, uma empresa de painéis solares que desenvolveu um painel solar com armazenamento de bateria que consegue economizar milhões de dólares por ano. Atualmente, o Mary Pickford é a maior empresa privada dos Estados Unidos a ter energia natural com armazenamento de bateria.

A tecnologia consiste em um sistema solar no telhado de 620 kW com 1000 kW/hora de armazenamento de bateria. A conta de energia que antes era de US\$ 231 mil/ano passou para US\$ 131 mil ao ano.

As empresas calculam que em cerca de 21 anos a rede economizará US\$ 5 milhões. O sistema de armazenamento solar com bateria permite que o cinema seja quase totalmente independente da rede elétrica durante a maior parte das suas horas de operação. Considerando as altas temperaturas do deserto da Califórnia, isso é uma conquista e tanto para a tecnologia e engenharia.

Já a rede Alamo Drafthouse, muito conhecida por suas ações inovadoras, também é ativa na questão da sustentabilidade. Em julho do ano passado, a exibidora anunciou que cortaria definitivamente os canudos de plástico de todos os seus sete complexos, substituindo-os por um canudo biodegradável, feito à base de milho.

A rede também distribuiu um guia sobre suas descobertas do uso do canudo biodegradável para os proprietários das franquias, que constituem metade das unidades da rede. “Um obstáculo sobre esta nossa ação é que os canudos têm sido parte essencial do cinema, mas somos um pouco diferentes”, disse Tim League, CEO da rede. “Não temos os refrigerantes com tamanhos gigantes, usamos mais o tamanho de um restaurante, então é um pouco mais fácil”.

E é assim que as ações sustentáveis começam gradativamente nos cinemas, e podem agradar não só o público, como influenciar as pessoas e outras redes a fazerem o mesmo. E você, exibidor, o que está esperando para inovar com sustentabilidade e ajudar o planeta? **E**



PAINEL SOLAR NO ESTACIONAMENTO DO CINE A EM ITAJUBÁ (MG)

# O CONSUMO DO AUDIOVISUAL ESTÁ EM PLENA TRANSFORMAÇÃO.

## NOSSO MODELO DE GESTÃO DE CONTEÚDO TAMBÉM.

[www.escarlataweb.com](http://www.escarlataweb.com)



## NOVA PLATAFORMA **ESCARLATE**, DA CRIAÇÃO AO RESULTADO.

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 28 - Sala 42  
São Paulo/SP - Tel. +55 11 3074-7915 - contato@escarlataweb.com



# HISTÓRIA DO CINEMA: OS FILMES AMADORES

POR RAFAEL DE LUNA FREIRE

Desde a sua origem, o cinema é definido pelo binômio contraditório de arte e indústria. Os filmes seriam ao mesmo tempo uma manifestação estética e um produto fabril. Entretanto, essa definição dual sempre foi pautada por uma visão parcial, que identificava como sinônimo de cinema os filmes de longa-metragem, quer exibidos em salas de exibição comerciais, quer projetados em festivais, mostras ou museus.

Entretanto, o cinema dito profissional, feito por artistas e trabalhadores, sempre foi, ao longo de todo o século XX, uma parte minoritária do total de filmes feitos. O chamado “cinema amador”, embora visto como algo à margem ou inferior, consiste num universo amplo e hoje cada vez maior com a onipresença de filmes feitos em celulares e compartilhados pela internet.

O termo “cinema amador” representa um amplo guarda-chuva que pode abarcar diferentes gêneros – filmes de família ou filmes de viagem, por exemplo –, mas pode ser definido como aquela produção que não foi originalmente feita para circular nos circuitos profissionais do audiovisual (salas de exibição, redes de televisão, etc.). Os filmes amadores podem variar muito: ser documentários ou ficções, ser exibidos em festivais de cinema amador ou somente na casa do próprio realizador tendo seus amigos e familiares como público exclusivo.

Essa relativa indiferença com o cinema amador foi compartilhada até recentemente pelos estudiosos

e pelos arquivos de filmes. Mas nos últimos anos um número crescente de pesquisadores e cineastas passaram a se interessar pelos filmes amadores por, entre outros motivos, eles representarem documentos históricos e sociais preciosos. Filmando a si mesmo, em espaços e momentos aparentemente banais ou cotidianos, esses filmes frequentemente registraram mais do que eles intencionavam. Ou ainda gravaram para a posteridade fatos e situações que cineastas profissionais não tinham interesse ou condições de filmar. São cada vez mais comuns documentários de montagem, realizados a partir da articulação desses registros. Entretanto, o uso de filmes amadores como material de arquivo só foi possível pelo fato deles, aos poucos, virem sendo valorizados como obras merecedoras de preservação.

Nos Estados Unidos se popularizou o conceito de “filmes órfãos”. Inicialmente utilizado para descrever filmes cujos detentores de direitos eram desconhecidos ou inexistentes – impedindo qualquer uso legal dessas imagens e sons –, o termo “filme órfão” se ampliou para designar qualquer obra audiovisual tradicionalmente relegada ou menosprezada nos arquivos. São obras que frequentemente abordam comunidades ou grupos minoritários (mulheres, imigrantes, negros). E não se tratam apenas de filmes amadores, mas também filmes publicitários, institucionais, médicos, militares, educativos, entre outros, revelando o enorme apelo e uso do audio-

visual não apenas pela indústria do entretenimento.

No Brasil, apenas recentemente o interesse pelo cinema amador tem crescido. Nesse sentido, foi criado o Laboratório Universitário de Preservação Audiovisual da Universidade Federal Fluminense (LUPA-UFF). Seu objetivo é promover e valorizar a produção audiovisual amadora do Estado do Rio de Janeiro. Assim, o LUPA já tem sido procurado e recebido doações de muitos filmes domésticos, a maior parte realizados em película cinematográfica, mas também em bitolas hoje obsoletas, como o 9,5mm (ou *Pathé Baby*), o 8mm (ou *Single Eight*) e o popularíssimo Super 8mm, em voga até os anos 1980. Com equipamentos novos e outros antigos (mas restaurados), o LUPA tem trabalhado no sentido de preservar e dar novamente acesso a imagens e sons de pessoas e espaços que não foram registradas pelas câmeras profissionais, mas representam talvez a mais potente e significativa memória da nossa sociedade. ■



RAFAEL DE LUNA FREIRE É PROFESSOR E PESQUISADOR DE HISTÓRIA DO CINEMA BRASILEIRO NA UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

DE ANG LEE, DIRETOR DE "AS AVENTURAS DE PI"

WILL SMITH WILL SMITH

QUEM PODE  
SALVÁ-LO DE  
VOCÊ  
MESMO?

UMA PRODUÇÃO JERRY BRUCKHEIMER EM FILME DE ANG LEE

# PROJETO GEMINI

10 DE OUTUBRO NOS CINEMAS

EM IMAX, 3D+ & 2D

DISPONÍVEL EM 4DX E D-BOX

SKYDANCE



FOSUN PICTURES  
福寿影业

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA

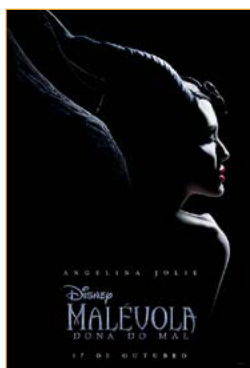
阿里巴巴 影业集团  
Alibaba Pictures

STYREMAKERS PICTURES  
WALT DISNEY PICTURES  
A DISNEY COMPANY

3D+  
EM HDR

CINEMA COMO VOCÊ NUNCA VIU





FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
<b>03/10/2019</b>			
<b>ANGRY BIRDS 2 - O FILME</b> <i>(ANGRY BIRDS 2)</i>	THUROP VAN ORMAN, JOHN RICE	VOZES DE: PETER DINKLAGE, DOVE CAMERON, AWKWAFINA, JASON SUDEIKIS, STERLING K. BROWN, BILL HADER, RACHEL BLOOM, JOSH GAD, DANNY MCBRIDE, ZACH WOODS	SONY PICTURES
<b>CORINGA</b> <i>(JOKER)</i>	TODD PHILLIPS	JOAQUIN PHOENIX, ROBERT DE NIRO, ZAZIE BEETS, FRANCES CONROY	WARNER BROS.
<b>AS LOUCURAS DE ROSE</b> <i>(WILD ROSE)</i>	TOM HARPER	JULIE WALTERS, JESSIE BUCKLEY, CRAIG PARKINSON, SOPHIE OKONEDO, JAMIE SIVES, GEMMA MCELHINNEY, JAMES HARKNESS, TRACY WILES, DANIEL CAMPBELL, ASHLEY SHELTON ARGENTA, MÁRCIA MANFREDINI, IVAN MENDES, JOÃO VITTI E THALES MIRANDA	DIAMOND
<b>ELA DISSE, ELE DISSE</b>	THALITA REBOUÇAS	MAISA SILVA, FERNANDA GENTIL	IMAGEM
<b>PAULO DE TARSO E A HISTÓRIA DO CRISTIANISMO PRIMITIVO</b>	ANDRÉ MAROUÇO	CAIO BLAT E ALEXANDRE GALVES	A2 FILMES
<b>10/10/2019</b>			
<b>A LUZ NO FIM DO MUNDO</b> <i>(LIGHT OF MY LIFE)</i>	CASEY AFFLECK	CASEY AFFLECK, TOM BOWER, TIMOTHY WEBBER, ELISABETH MOSS	IMAGEM
<b>O PINTASSILGO</b>	JOHN CROWLEY	ANSEL ELGORT, NICOLE KIDMAN, OAKES FEGLEY, ANEURIN BARNARD, FINN WOLFHARD, SARAH PAULSON, LUKE WILSON, JEFFREY WRIGHT, ASHLEIGH CUMMINGS, WILLA FITZGERALD, DENIS O'HARE, AIMEE LAURENCE, PETER JACOBSON, LUKE KLEINTANK, JOEY SLOTNICK, ROBERT JOY, RYAN FOST	WARNER BROS.
<b>MORTO NÃO FALA</b>	DENNISON RAMALHO	DANIEL DE OLIVEIRA, FABIULA NASCIMENTO, BIANCA COMPARATO, MARCO RICCA	PAGU PICTURES
<b>PROJETO GEMINI</b> <i>(GEMINI MAN)</i>	ANG LEE	WILL SMITH, MARY ELIZABETH WINSTEAD, CLIVE OWEN, BENEDICT WONG, RALPH BROWN, THEODORA MIRANNE	PARAMOUNT
<b>17/10/2019</b>			
<b>CRIME SEM SAÍDA</b> <i>(21 BRIDGES)</i>	BRIAN KIRK	SIENNA MILLER, TAYLOR KITSCH, CHADWICK BOSEMAN, J.K. SIMMONS, KEITH DAVID, STEPHAN JAMES, KATIE MCCLELLAN, SHAYNA RYAN, GARY CARR	GALERIA DISTRIBUIDORA
<b>MALÉVOLA - DONA DO MAL</b> <i>(MALEFICENT: MISTRESS OF EVIL)</i>	JOACHIM RONNING	ANGELINA JOLIE, ELLE FANNING, ED SKREIN, CHIWETEL EJIOFOR, HARRIS DICKINSON, JUNO TEMPLE, MICHELLE PFEIFFER	DISNEY
<b>24/10/2019</b>			
<b>LUTA DE CLASSES</b> <i>(LA LOTTE DES CLASSES)</i>	MICHEL LECLERC	LÉILA BEKHTI, EDOUARD BAER, RAMZY BEDIA, TOM LÉVY, BAYA KASMI, EYE HAIDARA, OUSSAMA KHEDDAM, LAURENT CAPELLUTO, CLAUDIA TAGBO	A2 FILMES
<b>INVAÇÃO AO SERVIÇO SECRETO</b> <i>(ANGEL HAS FALLEN)</i>	RIC ROMAN WAUGH	GERARD BUTLER, MORGAN FREEMAN, DANNY HUSTON, HOLT MCCALLANY, LANCE REDDICK, FREDERICK SCHMIDT	IMAGEM/CALIFÓRNIA
<b>ZUMBILÂNDIA: ATIRE DUAS VEZES</b> <i>(ZOMBIELAND 2: DOUBLE TAP)</i>	RUBEN FLEISCHER	EMMA STONE, WOODY HARRELSON, JESSE EISENBERG, ABIGAIL BRESLIN	SONY



FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA	
<b>A FAMÍLIA ADDAMS</b> <i>(THE ADDAMS FAMILY)</i>	GREG TIERNAN, CONRAD VERNON	VOZES DE: CHLOÉ GRACE MORETZ, CHARLIZE THERON, OSCAR ISAAC, FINN WOLFHARD, AIMEE GARCIA, ALLISON JANNEY, ELSIE FISHER, NICK KROLL, BETTE MIDLER, SCOTT UNDERWOOD	UNIVERSAL	<b>31/10/2019</b>
<b>A MARATONA DE BRITTANY</b> <i>(BRITTANY RUNS A MARATHON)</i>	PAUL DOWNS COLAIZZO	JILLIAN BELL, JENNIFER DUNDAS, PATCH DARRAGH, ALICE LEE, ERICA HERNANDEZ, MAX PAVA, MICHAELA WATKINS, ADAM SIETZ	DIAMOND	
<b>A VIDA INVISÍVEL</b>	KARIM AINOUIZ	AROL DUARTE, JÚLIA STOCKLER, GREGÓRIO DUVVIER, BÁRBARA SANTOS, FLÁVIA GUSMÃO, ANTÔNIO FONSECA, MARIA MANOELLA	SONY/ VITRINE FILMES	
<b>MARIA DO CARITÓ</b>	JOÃO PAULO IABUR	LÍLIA CABRAL, LEOPOLDO PACHECO, KELZY ECARD, JULIANA CARNEIRO DA CUNHA, FERNANDO SAMPAIO, FERNANDO NEVES, LARISSA BRACHER, ALICE ASSEF	IMAGEM	
<b>O EXTERMINADOR DO FUTURO: DESTINO SOMBRIO</b> <i>(TERMINATOR: DARK FATE)</i>	TIM MILLER	MACKENZIE DAVIS, LINDA HAMILTON, BRETT AZAR, ARNOLD SCHWARZENEGGER, GABRIEL LUNA, NATALIA REYES, TÁBATA CEREZO	DISNEY	
<b>SEGREDOS OFICIAIS</b> <i>(OFFICIAL SECRETS)</i>	GAVIN HOOD	DAVE SIMON, CONLETH HILL, MATTHEW GOODE, KEIRA KNIGHTLEY, RALPH FIENNES, INDIRA VARMA, MATT SMITH, MYANNA BURING, RHYS IFANS	DIAMOND	
<b>CICATRIZES</b> <i>(SAVOVI)</i>	MIROSLAV TERZIC	SNEZANA BOGDANOVIC, MARKO BACOVIC, JOVANA STOJILJKOVIC, VESNA TRIVALIC, DRAGANA VARAGIC, PAVLE CEMERIKIC	ARTEPLEX	
<b>VENTOS PARA A LIBERDADE</b> <i>(BALLON)</i>	MICHAEL HERBIG	FRIEDRICH MÜCKE, KAROLINE SCHUCH, DAVID KROSS, ALICIA VON RITTBERG, THOMAS KRETSCHMANN, JONAS HOLDENRIEDER, TILMAN DÖBLER, CHRISTIAN NÄTHE, TILL PATZ	A2 FILMES	<b>07/11/2019</b>
<b>DORA E A CIDADE PERDIDA</b> <i>(DORA THE EXPLORER AND THE LOST CITY OF GOLD)</i>	JAMES BOBIN	ISABELA MONER, EVA LONGORIA, TEMUERA MORRISON, BENICIO DEL TORO, MICHAEL PEÑA, O'RIANKA KILCHER, EUGENIO DERBEZ, ADRIANA BARRAZA, MADELEINE MADDEN	PARAMOUNT	
<b>DOUTOR SONO</b> <i>(DOCTOR SLEEP)</i>	MIKE FLANAGAN	REBECCA FERGUSON, CATHERINE PARKER, EWAN MCGREGOR, CAREL STRUYCKEN, BRUCE GREENWOOD, EMILY ALYN LIND, ZAHN MCCLARNON JOCELIN DONAHUE, CHELSEA TALMADGE, SELENA ANDUZE	WARNER BROS.	
<b>MEDO PROFUNDO - O SEGUNDO ATAQUE</b> <i>(47 METERS DOWN: THE NEXT CHAPTER)</i>	JOHANNES ROBERTS	NIA LONG, JOHN CORBETT, SOPHIE NÉLISSE, BREC BASSINGER, DAVI SANTOSM, BRIANNE TJU, SISTINE ROSE STALLONE, CORINNE FOXX, KHYLIN RHAMBO	PARIS	
<b>BATE CORAÇÃO</b>	GLAUBER FILHO	ARAMIS TRINDADE, ANDRÉ BANKOFF, HELOISA JORGE, VERA - GERMANA GUILHERMME	DOWNTOWN/ PARIS	
<b>O RELATÓRIO</b> <i>(THE REPORT)</i>	SCOTT Z. BURNS	ADAM DRIVER, COREY STOLL, EVANDER DUCK JR., JON HAMM, LINDA POWELL, ANNETTE BENING, SANDRA LANDERS, JOHN ROTHMAN, VICTOR SLEZAK, GUY BOYD	DIAMOND	
<b>FILHO DAS SOMBRAS</b> <i>(STRAY)</i>	OLGA GORODETSKAYA	ELENA LYADOVA, VLADIMIR VDOVICHENKOV, EVGENIY TSYGANOV, MIKHAIL SAFRONOV, ANNA UKOLOVAV	PLAYARTE	<b>14/11/2019</b>
<b>AS PANTERAS</b> <i>(CHARLIE'S ANGELS)</i>	ELIZABETH BANKS	NAOMI SCOTT, ELIZABETH BANKS, LUIS GERARDO MÉNDEZ, JONATHAN TUCKER, NOAH CENTINEO, KRISTEN STEWART	SONY	
<b>FORD VS FERRARI</b>	JAMES MANGOLD	CHRISTIAN BALE, CAITRIONA BALFE, MATT DAMON, JON BERNTHAL, RAY MCKINNON, JOSH LUCAS, JJ FEILD, NOAH JUPE, TRACY LETTS, WYATT NASH, IAN HARDING	DISNEY	
<b>OS PARÇAS 2</b>	CRIS D'AMATO	TOM CAVALCANTE, WHINDERSSON NUNES, TIRULLIPA, BRUNO DE LUCA, FABIANA KARLA, FALCÃO, LEONARDO CIDADE, MARIANA SANTOS	DOWNTOWN/ PARIS	





...return function(a){return function(b){return "form" in b?b.parentNode&&b.disabled===!?"label" in b?"label".disabled=parentNode.disabled===a:b.disabled===a:b.isDisabled===a||b.isDisabled!==!a&&ea(b)===a:b.disabled=be1" in b&&b.disabled===a}}function pa(a){return ia(function(b){return b+=b,ia(function(c){g=f.length;length,b),g=f.length;while(g--){c[e=f[g]]&&(c[e]!=(d[e]=c[e]))}})}function qa(a){return ...etElementsBtypeof a.getElementsByTagName&&a.c=ga.support={},f=ga.isXML=function(a){var b=a&&(a.owne...t:return !bmentElement;return !b&&"HTML"!==b.nodeName},m=ga.setDocument=function(a){var b,e,g=a?a.o...&&9===g.nodturn g!==n&&9===g.nodeType&&g.documentEle( **INFORMAÇÃO** )entElement,p=!f(n),v!==n&&(e...e.addEventLtop!==e&&(e.addEventListener?e.addEventListener("unload",da,!):e.attachEvent&&e.attachE...=ja(function(attributes=ja(function(a){return a.className="i",!a.getAttribute("className")}),c.getEle...)}return a.function(a){return a.( **JORNALISMO** )eComment(""),!a.getElementsByTagName("").lengt...Y.test(n.geClassName=Y.test(n.getElementsByClassName),c.getById=ja(function(a){return o.appendChild...e||!n.getElementsByName||!n.getElementsByName(u).length}),c.getById?(d.filter.ID=function(a){var b=a...)}return a.function(a){retu( **RELACIONAMENTO** )b}},d.find.ID=function(a,b){if("undefined"!==type...c=b.getEleId&&p){var c=b.getElementById(a);return c?[c]:[]}}):(d.filter.ID=function(a){var b=a.rep...}{var c="unfunction(a){var c="undefined"!==typeof a.getAttributeNode&&a.getAttributeNode("id");return...ction(a,b){find.ID=function(a,b){if("undefined"!==typeof b.getElementById&&p){var c,d,e,f=b.getElemen...tributeNode(c=f.getAttributeNode("id"),c&&c.value===a) return [f];e=b.getElementsByName(a),d=0;while(...teNode("id")getAttributeNode("id"),c&&c.value===a) return [f]}return []}}),d.find.TAG=c.getElementsByTag...defined"!==ty{return "undefined"!==typeof b.getElementsByTagName?b.getElementsByTagName(a):c.qsa?b.query...n(a,b){var 0}:function(a,b){var c,d=[],e=0,f=b.getElementsByTagName(a);if("\*"===a){while(c=f[e++])1...turn d}retupush(c);return d}return f},d.find.CLASS=c.getElementsByClassName&&function(a,b){if("undefi...yClassName&tElementsByClassName&&p) return b.getElementsByClassName(a)},r=[],q=[],(c.qsa=Y.test(n.qu...n(a){o.appeja(function(a){o.appendChild(a).innerHTML="<a id='"+u+"'></a><select id='"+u+"'>\r\` msa...ted="></option selected="></optio( **BANCODEDADOS** )ectorAll("[msallowcapture^='']").length&&..."}),a.query(":'|\\\"")",a.querySelectorAll("[selected]").length||q.push("\\[+k+\*(?:value|+j+)"...u+"-]").lenl("[id~="+u+"-]").length||q.push("~"),a.querySelectorAll(":checked").length||q.push(":c..."+u+"\*").ltorAll("a#+u+"\*").length||q.push("#.+[~]"))},ja(function(a){a.innerHTML="<a href='...disabled='da><select disabled='disabled'><option( **DESIGN** )var b=n.createElement("input");b.setAt...pendChild(bden"),a.appendChild(b).setAttribute("name","D"),a.querySelectorAll("[name=d]").length&&o...2!==a.quer^\$|!~]?="),2!==a.querySelectorAll(":enabled").length&&q.push(":enabled",":disabled"),o.a...==a.querySebled=!0,2!==a.querySelectorAll(":disabled").length&&q.push(":enabled",":disabled"),a.que...","\*:")),"),q.push(".\*:"))),(c.matchesSelector=Y.test(s=o.matches||o.webkitMatchesSelector||o.m...ector||o.moMatchesSelector||o.msMatchesSelector))&&ja(function(a){c.disconnectedMatch=s.call(a,"\*...!="),N)),q"),r.push("!="),N)),q=q.length&&new RegExp(q.join("|")),r=r.length&&new RegExp(r.join("|...ntPosition)pareDocumentPosition),t=b||Y.test(o.contains)?function(a,b){var c=9===a.nodeType?a.docum...;return a==parentNode;return a===d||!(d||!1===d.nodeType||!(c.contains?c.contains(d):a.compareDocum...umentPositicompareDocumentPosition(d))}:function(a,b){if(b)while(b=b.parentNode)if(b===a) return !0;...if(a===b)retion(a,b){if(a===b) return 1=!0,0;var d=!a.compareDocumentPosition-!b.compareDocumentPosi...ent|a)===(ownerDocument|a)===(b.ownerDocument|b)?a.compareDocumentPosition(b):1,1&d||!c.sortData...on(a)===d?amentPosition(a)===d?a===n||a.ownerDocument===v&&t(v,a)?-1:b===n||b.ownerDocument===v&&t...)}:function0:4&d?-1:1}}:function(a,b){if(a===b) return 1=!0,0;var c,d=0,e=a.parentNode,f=b.parentNode...a(a){return function ma(a){return function(b){var c=b.nodeName.toLowerCase();return "input"===c&&b.ty...nction(b){v{return function(b){var c=b.nodeName.toLowerCase();return ("input"===c||"button"===c)&&b...rn functionoa(a){return function(b){return "form" in b?b.parentNode&&b.disabled===!?"label" in b?"lab...disabled=parentNode.disabled===a:b.disabled===a:b.isDisabled===a||b.isDisabled!==!a&&ea(b)===a:b...b.disabled=be1" in b&&b.disabled=( **EVENTOS** )pa(a){return ia(function(b){return b+=b,ia(function(c...g=f.length;length,b),g=f.length;while(g--){c[e=f[g]]&&(c[e]!=(d[e]=c[e]))}})}function qa(a){return...etElementsBtypeof a.getElementsByTagName&&a.c=ga.support={},f=ga.isXML=function(a){var b=a&&(a.owne...t:return !bmentElement;return !b&&"HTML"!==b.nodeName},m=ga.setDocument=function(a){var b,e,g=a?a.o...&&9===g.nodturn g!==n&&9===g.nodeType&&g.documentElement?(n=g,o=n.documentElement,p=!f(n),v!==n&&(e...e.addEventLtop!==e&&(e.( **SUPORTE** )er?e.addEventListener("unload",da,!):e.attachEvent&&e.attachE...=ja(function(attributes=ja(function(a){return a.className="i",!a.getAttribute("className")}),c.getEle...)}return a.function(a){return a.appendChild(n.createComment(""),!a.getElementsByTagName("").lengt...Y.test(n.geClassName=Y.test(n.getElementsByClassName),c.getById=ja(function(a){return o.appendChild...e||!n.getElementsByName||!n.getE( **CONSULTORIA** )th}),c.getById?(d.filter.ID=function(a){var b=a...)}return a.function(a){return a.getAttribute("id")===b}},d.find.ID=function(a,b){if("undefined"!==type...c=b.getEleId&&p){var c=b.getElementById(a);return c?[c]:[]}}):(d.filter.ID=function(a){var b=a.rep...){var c="unfunction(a){var c="undefined"!==typeof a.getAttributeNode&&a.getAttributeNode("id");return...ction(a,b){find.ID=function(a,b){if("undefined"!==typeof b.getElementById&&p){var c,d,e,f=b.getElemen...tributeNode(c=f.getAttributeNode("id"),c&&c.value===a) return [f];e=b.getElementsByName(a),d=0;while(...teNode("id")getAttributeNode("id"),c&&c.value===a) return [f]}return []}}),d.find.TAG=c.getElementsByTag...defined"!==ty{return "undefined"!==typeof b.getElementsByTagName?b.getElementsByTagName(a):c.qsa?b.query...n(a,b){var 0}:function(a,b){var c,d=[],e=0,f=b.getElementsByTagName(a);if("\*"===a){while(c=f[e++])1...turn d}retupush(c);return d}return f},d.find.CLASS=c.getElementsByClassName&&function(a,b){if("undefi...yClassName&tElementsByClassName&&p) return b.getElementsByClassName(a)},r=[],q=[],(c.qsa=Y.test(n.qu...n(a){o.appeja(function(a){o.appendChild(a).innerHTML="<a id='"+u+"'>\r\` msa...ted="></option selected="></optio



```
type===a}}function
el" in b.parentNode?b.
disabled===a:"la-
,d){var e,f=a([],c.
a&&"undefined"!=-
rDocument||a).docu-
wnerDocument||a:v;re-
=n.defaultView)&&e.
vent("onunload",da)),c.
mentsByTagName=ja(-
h}),c.getElementsBy-
(a).id=u,!n.getEle-
replace(_,aa);return
of b.getElementBy-
ace(_,aa);return
c&&c.value===b}},d.
ById(a);if(f){if-
f=e[d++]})if(c=f.
Name?function(a,b)
SelectorAll(a):void
===c.nodeType&&d.
ned"! =typeof b.ge-
erySelectorAll))&&(-
llowcapture=' '><op-
q.push("[*^$]="+K+"*
),a.querySelectorAl-
checked"),a.querySelec-
disabled='disabled'></
tribute("type","hid-
.push("name"+K+"*[*
appendChild(a).disa-
rySelectorAll("[* ;x-
ozMatchesSelector|o.
),s.call(a,"[s!='']:x-
)),b=Y.test(o.com-
entElement;a,d=b&&b.
entPosition&&16&a.
return!1},B=b?func-
tion;return d?d:(d=(a.
ched&&b.compareDocu-
v,b)?1:k?I(k,a)-I(k,b):
e,g=[a],h=[b];
pe===a}}function na(a)
type===a}}function
el" in b.parentNode?b.
disabled===a:"la-
,d){var e,f=a([],c.
a&&"undefined"!=-
rDocument||a).docu-
wnerDocument||a:v;re-
=n.defaultView)&&e.
vent("onunload",da)),c.
mentsByTagName=ja(-
h}),c.getElementsBy-
(a).id=u,!n.getEle-
replace(_,aa);return
of b.getElementBy-
ace(_,aa);return
c&&c.value===b}},d.
ById(a);if(f){if-
f=e[d++]})if(c=f.
Name?function(a,b)
SelectorAll(a):void
===c.nodeType&&d.
ned"! =typeof b.ge-
erySelectorAll))&&(-
llowcapture=' '><op-
```

# TECNOLOGIA E CONTEÚDO SOB MEDIDA PARA ENCHER AS SALAS DE CINEMA

The logo for 'tonks' features a small green icon of a person with arms raised above the word 'tonks' in a white, lowercase, sans-serif font.

EXIBIDOR

EXIBIDOR  
LATINO

EXPOCINE  
The logo for 'EXPOCINE' includes a stylized diamond-shaped icon above the word 'EXPOCINE' in a white, uppercase, sans-serif font.

tonks.com.br





# IMPRESSIONE O SEU PÚBLICO

## TUDO COMEÇA COM DXL

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



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

USHIO é o distribuidor exclusivo das máquinas



de lavagem e secagem de óculos 3D.



EXIBIDOR



GUIA

# EXPOCINE19

OUTUBRO 2019



**TRAJETÓRIA** 62

**NOVIDADES** 64

**CURSO** 67



**69** PALESTRAS

**72** PATROCÍNIO E APOIADORES

**75** EXPOSITORES



# CINESERCLA

## CINEMAS

### **HÁ 39 ANOS CRESCENDO JUNTO COM A CINEMATOGRAFIA BRASILEIRA**

Desde 1980 a REDE CINESERCLA atua no mercado cinematográfico, oferecendo conforto e bem-estar a nossos espectadores. Hoje, com 17 unidades\* presentes em 8 estados do país, trabalhamos em projetos de revitalização e modernização de nossos cinemas, nivelando a qualidade de nossas salas e trazendo cada vez mais qualidade e tecnologia para atender nossos clientes!

Ainda para o ano de 2019, teremos a inauguração de 2 novas unidades, na Região Metropolitana de BH, em Ribeirão das Neves - MG (complexo com 4 salas) e na cidade de Feira de Santana - BA (complexo com 5 salas, sendo 1 sala VIP), alcançando a marca de 76 salas.

**Para o próximo ano teremos  
ainda mais novidades!**

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



/cinesercla



@Cinesercla\_Oficial



# COMO TUDO COMEÇOU

POR THAIS LEMOS

*COMO UM EVENTO QUE NASCEU EM 2014 EM UM ESPAÇO DE MIL M<sup>2</sup> SE TORNOU UM DOS MAIORES DO MUNDO PARA O MERCADO CINEMATOGRAFICO*

**A EXPOCINE NASCEU EM 2014** para suprir a carência do mercado audiovisual em ter um encontro de exibidores e distribuidores na América Latina, época em que a digitalização estava no auge da decisão e, conseqüentemente, dos impasses, uma vez que boa parte do mercado nacional não tinha condições de digitalizar os complexos. “Isso montou um cenário bem potente para criar a Expocine”, contou Marcelo J. L. Lima, CEO da Tonks e idealizador do evento.

Ao passo que a empresa aprendia a organizar um evento, os *players* do mercado também aprendiam a expor. “A grande maioria nunca tinha participado de uma feira. Até então, você prestar serviço ou vender alguma coisa para o dono ou operador de cinema era algo feito por telefone, trocas de e-mails”, disse Lima.

O menor espaço do Centro de Convenções do Frei Caneca, de apenas mil m<sup>2</sup>, foi escolhido e uma parceria realizada com o Espaço Itaú de Cinemas proporcionou as duas maiores salas do complexo do Shopping Frei Caneca. “Foram apenas 2 dias de evento, 4 apresentações de distribuidoras e 6 palestras”, relembra o empresário.

Em 2015, a segunda edição do evento já havia aumentado, e foi necessário um espaço três vezes maior que o do ano anterior. “Também aumentamos a quantidade de estandes, quase duplicou”, contou Marcelo. Naquele ano, sete

distribuidoras se apresentaram e oito palestras aconteceram no total. No entanto, as coisas se mostraram melhores em 2016: “Finalmente achamos o caminho certo”. Os produtores foram atraídos pelo Encontro Spcine, organizado pela própria Spcine, órgão de audiovisual e cinema da cidade de São Paulo, que “desde a sua fundação, apoia a Expocine”.

O ano seguinte, em 2017, foi possível notar a fortificação do crescimento. As distribuidoras começaram a preparar apresentações com conteúdos mais estratégicos, e a Expocine ganhava cada vez mais destaque internacional. Porém, foi em 2018 que o crescimento se consolidou. A principal mudança foi a utilização do andar do Centro de Convenções Frei Caneca que contava com 5,5 mil m<sup>2</sup>. “Construímos um auditório, dobramos a quantidade de lugares nas apresentações das distribuidoras, ampliamos a quantidade de conteúdo e a feira aumentou ainda mais”, contou Marcelo.

Agora, em 2019 a sexta edição, chamada de “O Hub da Tela Grande”, mostra seu crescimento por meio dos números. “Serão dois auditórios, 27 painéis, cerca de 10 apresentações de distribuidoras, rodadas de negócios e pitchings”, contou Cristiane Guzzi, produtora executiva da Expocine.

Todos os detalhes do maior evento da América Latina voltado à indústria cinematográfica, você confere nas próximas páginas! **E**

**HOTSOUND**  
PROFESSIONAL

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



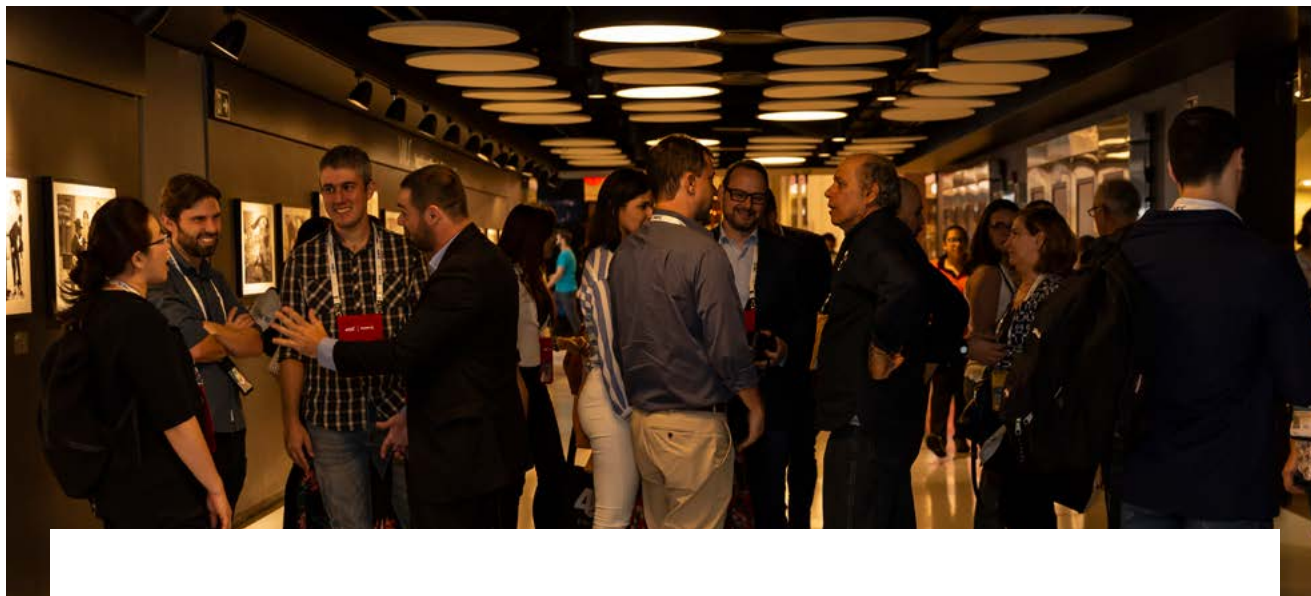
A **HOTSOUND** oferece com excelência a solução completa para sonorização do seu cinema, com projetos adequados para cada tipo e tamanho de sala em formato **5.1, 7.1 ou PLF**, inclusive para sistema **Dolby Atmos!**

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

**HOTSOUND faz a diferença!**

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





# EXPOCINE19: O HUB DA TELA GRANDE

POR THAIS LEMOS. FOTOS EXPOCINE

*PELA PRIMEIRA VEZ, EVENTO ABRE AS PORTAS PARA PRODUÇÃO E CONTA COM PITCHINGS E RODADAS DE NEGÓCIOS*

**A Expocine expande cada vez mais e, para este ano, um grande passo foi dado.** O maior evento da América Latina voltado à indústria cinematográfica conta com o setor de produção pela primeira vez, tornando-se o único do mundo a reunir toda cadeia produtiva do audiovisual no mesmo evento.

Marcelo J. L. Lima, CEO da Tonks e fundador do evento, avalia que a expansão que abrange a área de produção audiovisual permite uma visão completa do que pode ser feito para potencializar os negócios e, conseqüentemente, o setor. “Este diálogo e a abertura de novas frentes é de extrema importância neste momento, diante da evolução em andamento do mercado de entretenimento”, declarou o executivo.

Além de palestras voltadas para essa área, a Expocine também conta com a prática dos *pitchings*, nos quais produtores apresentam seus projetos frente a uma plateia de compradores, com um moderador presente. O público credenciado tem a possibilidade de acompanhar como espectador. Os projetos apresentados nessa modalidade são selecionados por uma banca de renomados profissionais do mercado. O evento também conta com

rodadas de negócios, tendo como objetivo promover encontros pré-agendados entre produtores e *players*.

“É a primeira vez que a Expocine tem *pitchings* e rodadas de negócios direcionados ao segmento de produção. O objetivo é facilitar o contato entre produtores e distribuidores abrindo espaço para negócios. Com o apoio institucional da BRAVI, a organização da Expocine montou um espaço todo dedicado ao *networking*”, disse Cristiane Guzzi, produtora executiva da Expocine.

*Majors* de Hollywood, como Disney, Paramount, Warner Bros., confirmaram suas presenças, bem como as nacionais Paris, Downtown, Galeria Distribuidora, Elo Company, Globo Filmes, O2 Play, Pandora, Europa, Boulevard, Encrypta, Looke, A2 Filmes e Moonshot Pictures.

## **APRESENTAÇÃO DE DISTRIBUIDORAS**

O tradicional espaço especial dedicado às apresentações das mais importantes distribuidoras do mercado internacional e nacional está de volta. Exibidores de toda



a América Latina têm a oportunidade de conhecer os títulos que serão lançados nos próximos meses e prepararem a sua programação e suas campanhas.

O evento reúne *majors* de Hollywood, distribuidoras independentes, que levam suas novidades e materiais inéditos dos próximos meses no cenário cinematográfico.

### **PARCERIA COM FAAP E FGV**

A Expocine oferece dois cursos nesta edição. Em parceria com a FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado), o curso de capacitação “Marketing Digital: Atingindo o Cliente em Todas as Telas”, aborda dicas práticas sobre como lidar com as diferentes plataformas e tecnologias. Já a FGV (Fundação Getúlio Vargas), apresenta o curso “Negócios do Audiovisual: Planejamento, Gestão e Estratégia”, que visa a complementação de habilidades dos produtores por meio da exposição de temas relevantes ao setor, ampliando a visão sobre os modelos de negócios audiovisuais e seus diferentes aspectos.

### **TECNOLOGIA**

As tecnologias vêm se desenvolvendo rapidamente e, conseqüentemente, se inserindo no mercado audiovisual. Pensando no futuro, a Expocine também dedica espaço para conteúdos XR (*Extended Reality*), com o objetivo de fomentar a produção de conteúdo nacional deste formato e também desenvolver o uso pelos exibidores em seus cinemas.

### **FEIRA DE NEGÓCIOS**

Este ano a tradicional Feira de Negócios conta com mais de 75 estandes. O evento propicia o encontro entre clientes e fornecedores, para se atualizarem ou iniciarem novas parcerias.

“A Big Poc tem o prazer de participar novamente da Expocine em 2019. Para nós é muito importante estar junto com nossos clientes e conhecer novos. A Expocine cresce e evolui a cada ano, proporcionando uma importante integração com todos exibidores. Neste ano será mais importante pois apresentaremos novidades em nossa linha de produtos”, disse Alexandre Petroni, gerente de vendas da Big Poc.

Para Ricardo Wanderley, presidente da Maxillusion, que participa da Expocine desde sua segunda edição, a feira é o local propício para encontrar os clientes e mostrar as novidades. “A cada edição nosso crescimento é visível, tanto por parte dos clientes como para nós como empresa fornecedora de telas. Nossas telas são reconhecidas em todo o Brasil”, afirmou.

A feira de negócios da Expocine também é uma ótima oportunidade para fidelizar clientes. “Para nós a feira é uma importante ferramenta de negócios, ela nos permite fazer contato com novos clientes, além de ser uma importante ferramenta para relacionamento com clientes atuais e parceiros do setor, uma vez que conseguimos entender melhor as necessidades que eles têm”, disse Stefanie Souza, responsável pelo *marketing* da Osram. ■



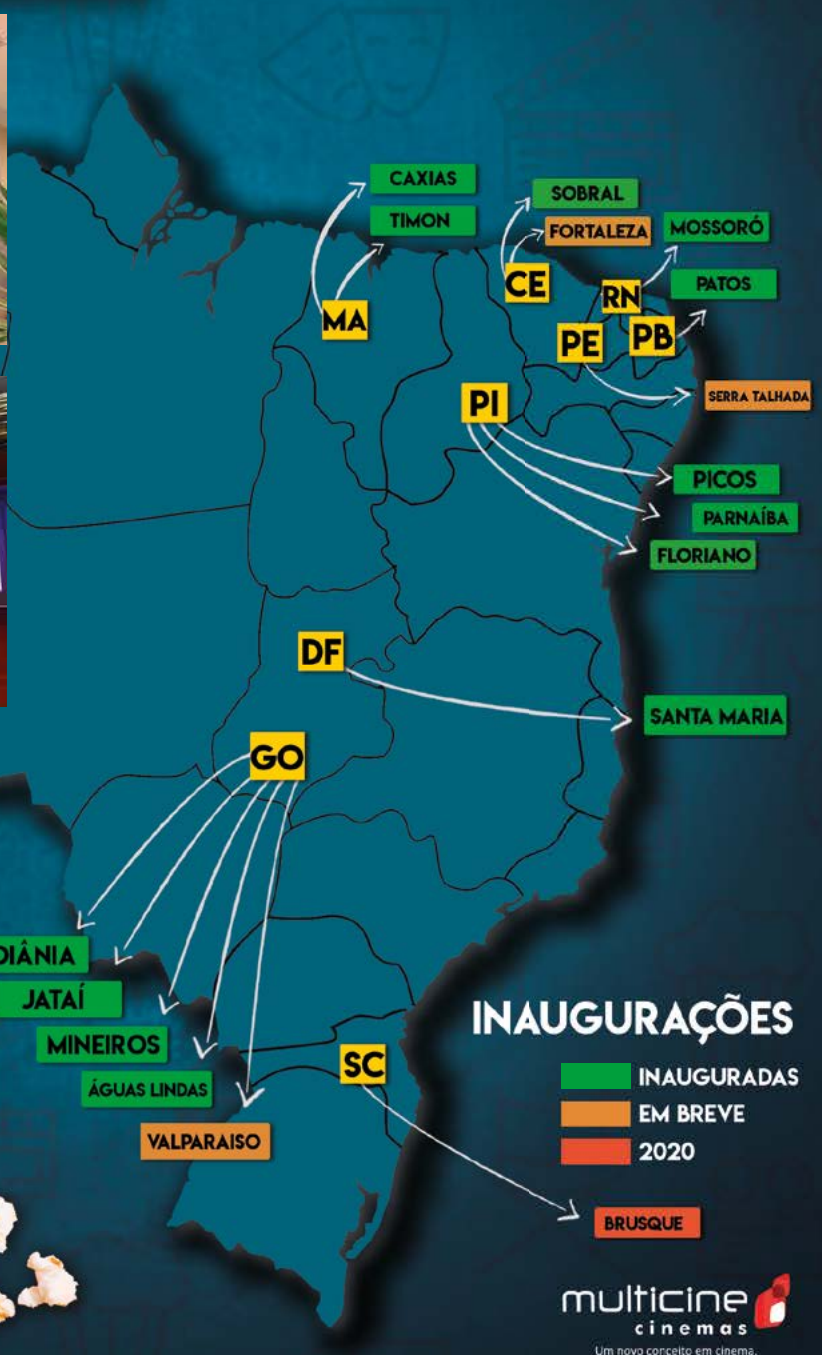
# MULTICINE EM EXPANSÃO!

MULTICINE VAI INAUGURAR  
AINDA MAIS!

COM AS INAUGURAÇÕES JÁ FEITAS ESTE ANO,  
O MULTICINE FARÁ MAIS...  
TOTALIZANDO 66 SALAS EM 2019!



+ EXIBIÇÕES,  
+ DIVERSÃO  
E MUITO +



multicine  
cinemas

Um novo conceito em cinema.



MULTICINECINEMAS.COM.BR



# CAPACITAÇÃO PARA TODOS OS SETORES DO MERCADO

— POR RENATA VOMERO. FOTOS DIVULGAÇÃO

*EXPOCINE19 TEM PARCERIA COM FGV  
E FAAP PARA CURSOS DE MARKETING  
E NEGÓCIOS DO AUDIOVISUAL*

**A EXPOCINE19 CHEGA AO MERCADO EM SUA SEXTA EDIÇÃO** trazendo pela primeira vez o setor de produção para dentro do evento, maior do tipo na América Latina, e agora único do segmento a abraçar todas as cadeias do audiovisual. Tendo como tema “O Hub da Tela Grande”, o evento, claro, não poderia deixar de contemplar essa novidade no que se trata da capacitação dos profissionais dos diversos setores do mercado.

Pensando que um dos maiores desafios dos *players* da indústria atualmente é conseguir alcançar o público e levá-lo a consumir seu produto no cinema, o *marketing* é, sem dúvida alguma, um dos pilares estratégicos para a con-



DA ESQUERDA PARA A DIREITA: ANDRÉIA DE PAIVA E DEBORA IVANOV, QUE MINISTRAM O CURSO DE NEGÓCIOS NO AUDIOVISUAL

EMBAIXO: THIAGO COSTA, QUE MINISTRA O CURSO DE MARKETING DIGITAL

—  
solidação deste objetivo. A Expocine19, então, oferece ao público o curso voltado para a área, “Marketing Digital: atingindo o cliente em todas as telas”, ministrado por Thiago Costa, professor da FAAP nos cursos de Publicidade



ALESSANDRA MELEIRO, QUE TAMBÉM MINISTRA O CURSO DE NEGÓCIOS NO AUDIOVISUAL



e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas. Além disso, é coordenador do curso de pós-graduação em Comunicação e Marketing Digital na faculdade, apoiadora do curso.

A capacitação tem como ponto crucial entender o consumidor e as formas mais eficazes de impactá-lo com o conteúdo. O curso entende que esse indivíduo é uma pessoa que está conectada o tempo inteiro, por isso, tem como foco compreender e desmistificar alguns conceitos já estabelecidos do *Marketing Digital*.

Para tal, os participantes são apresentados a um material que visa explicar a importância do *Marketing Digital* nos negócios, as ferramentas do Google que podem auxiliar os profissionais a criarem e analisarem o efeito de suas estratégias. O curso também apresenta como um conteúdo bem feito pode ser eficiente em termos de impacto de marca, trazendo assim a definição de *Marketing de Conteúdo*. Além disso, Thiago Costa explica aos alunos detalhes importantes do Facebook e Instagram, plataformas fundamentais para a divulgação e alcance do público nas redes. Alguns dos tópicos ensinados são: métricas, algoritmos e anúncios.

A área de produção também é contemplada pelo curso “Negócios do Audiovisual: Planejamento, Gestão e Estratégia”, oferecido pela FGV e ministrado por renomadas profissionais do mercado, como Andréa de Paiva, consultora na FGV Projetos e professora de neuroarquitetura, *soft skills* e *design thinking*; Debora Ivanov, diretora da Ancine, Alessandra Meleiro, pós-doutorada junto à *University of London (Media and Film Studies)*, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP e mestre em Múltiplos pelo Instituto de Artes/Unicamp; e Adriana

Durand, consultora da FGV Projetos para as áreas de políticas públicas, transparência, comunicação e cultura.

A capacitação tem como objetivo agregar conhecimento aos produtores presentes ao apresentá-los a mais informações sobre pontos importantes no setor, para ampliar a visão destes sobre os modelos de negócio dentro do audiovisual. As aulas devem abordar um histórico de como o mercado se consolidou no Brasil, além de trazer questões que agreguem ao negócio a longo prazo, como fomento, planejamento, tomada de decisões e, claro, visando a prevenção e preparo para possíveis riscos.

O curso é dividido em duas frentes: Mercado e Financiamento e Estratégia e Comunicação. A primeira aborda as questões de regulação e mecanismos de fomento, assim como a participação do audiovisual no mercado internacional. Esse módulo trata também da evolução e desafios da produção audiovisual, além do papel do setor na construção de políticas públicas. O módulo voltado a Estratégia e Comunicação foca em temas como transparência, gestão de projetos, planejamento e tomada de decisão, e, claro, comunicação, ponto crucial do negócio.

Sempre preocupada em agregar conhecimento ao negócio do audiovisual e, agora, em conectar todos os elos do setor, a Expocine19 oferece, nesta edição, um total de 13 horas de capacitação oferecidas por algumas das mais conceituadas instituições de ensino do Brasil, que trazem ao público presente o conhecimento dos profissionais mais indicados para cada área abordada nos cursos. As aulas serão realizadas nos auditórios do 5º piso do Centro de Convenções do Shopping Frei Caneca. **E**

# MAXILLUSION

cinema em sua máxima ilusão



## A MAIS AVANÇADA TECNOLOGIA EM TELAS 3D E 2D DE ALTÍSSIMO BRILHO.

- altíssimo brilho (ganho 3.1)
- cores vívidas
- alto contraste

Fone (51) 4100-8893    (51) 99806-9028  
contato@maxillusion.com.br • [maxillusion.com.br](http://maxillusion.com.br)  
Porto Alegre - RS - Brasil

**eco**  
screen

Reforma de telas  
usadas com mesma  
imagem e garantia  
de uma nova.



# PARA TODOS OS SETORES DO AUDIOVISUAL

POR: THAÍS LEMOS. FOTOS DIVULGAÇÃO

PALESTRAS REÚNEM TEMAS IMPORTANTES DO MERCADO

**A EXPOCINE**, além de promover o encontro entre distribuidores, exibidores, produtores e fornecedores do mercado de cinema, também serve como palco para importantes debates e discussões sobre os principais assuntos que estão em alta no setor.

## 02/10

O primeiro dia de palestras reúne temas que abrangem desde o panorama da América Latina, passando por *marketing*, regulamentação e desenvolvimento do audiovisual, até novas tecnologias para o cinema, como o XR.

Marcelo Bertini, Marcio Fraccaroli e Fabiano Gullane, representantes, respectivamente, de exibição, distribuição e produção, se reúnem para apresentar os pontos de vista de cada segmento, com o objetivo de estreitar os laços de cooperação entre as três pontas. Para entender o cenário da bilheteria da América Latina, a Comscore apresenta o panorama geral da situação, além de realizar uma previsão para o futuro próximo. Para falar sobre estratégias digitais para cinemas, Juan José Duffoo, diretor comercial e digital da exibidora peruana Cineplanet, tem presença confirmada no evento.

Sérgio Sá Leitão, secretário de cultura e economia criativa do Estado de São Paulo, apresenta as diretrizes da gestão atual, que investe no segmento cinematográfico como um todo. Investimento para o setor e editais devem ser anunciados com exclusividade durante o painel. Já em relação a regulamentações, o advogado Gilberto Toscano mostra aspectos jurídicos e negociais de normas atuais que limitam o crescimento do audiovisual no Brasil.

As mudanças de consumo do audiovisual e a maneira que os *players* do mercado podem adaptar seu modelo de negócio para acompanhar essa evolução são debatidos por representantes da área de produção e distribuição. A diversidade, um assunto cada vez mais pautado no mercado de cinema, é colocado em pauta por Débora Ivanov, diretora da Ancine, e Barbara Sturm, diretora de conteúdo da Elo Company e do Selo Elas. O *marke-*



SÉRGIO SÁ LEITÃO E GILBERTO TOSCANO PARTICIPAM DO DIA 02/10

*ting*, essencial no setor cinematográfico, principalmente quando integrado entre produtor, distribuidor e exibidor, também será uma das questões discutidas na Expocine.

Outro tema que vem ganhando cada vez mais visibilidade, são os conteúdos XR. Pensando nisso, três painéis da Expocine abordam o assunto. O panorama do mercado de cinema XR na América do Sul em comparação com outros continentes é apresentado, bem como o panorama de financiamentos e distribuição de XR. O ecossistema do XR no Brasil é mapeado em outro painel, que identifica o perfil dos participantes e os principais gargalos do setor, fomentando o desenvolvimento de uma rede colaborativa entre profissionais e empresas do ramo.

## 03/10

Uma tendência para a exibição nacional é o crescimento dos conteúdos ao vivo para os cinemas. Esse assunto é abordado por James Dobbin, diretor de cinema evento da National Amusements. Laís Bodanzky, presidente da Spicine, debate a economia audiovisual na cidade de São Paulo de acordo com as novas diretrizes de atuação da Prefeitura da São Paulo Film Commission.

A tecnologia é um assunto constante no mercado de cinema. O futuro da tela grande é discutido no painel sobre os diferentes tipos de projeção, como *laser*, LED e Xênon. Outro assunto pautado neste dia é o *blockchain* e a transparência na distribuição de cinema. Em relação a acessibilidade, tema que ganha cada vez mais espaço no mercado exibidor, há, nesta edição, um ponto de vista diferente, agora pensando em proporcionar uma experiência agradável para pessoas com deficiência nos cinemas.

No cenário atual do audiovisual, é importante buscar novas maneiras de continuar crescendo. Ricardo Rihan, Secretário do Audiovisual do Ministério da Cidadania, ao lado de Mauro Garcia, presidente executivo da BRAVI, batem um papo sobre desafios da formulação de políticas públicas. A captação de recursos para o mercado de entretenimento é apresentada por Flávio Helder.

Hernán Viviano, gerente geral da Warner Bros. no Brasil, falará sobre os desafios de distribuição na América Latina, mercado emergente no cenário global. Uma mesa redonda para falar sobre as novas demandas no cenário da difusão reúne Bruno Beauchamps, da Pagu Pictures; Igor Kupstas, da O2Play; Gracie P., da Supo Mungam Films, e mediado por Humberto Neiva. Há, também, um painel coordenado pela Luciana Rodrigues, coordenadora



DE CIMA PARA BAIXO: LAÍS BODANZKY, HERNÁN VIVIANO, JAMES DOBBIN E IGOR KUPSTAS SE APRESENTAM NO TERCEIRO DIA DA EXPOCINE

da pós-graduação em gestão de produção e negócios audiovisuais da FAAP, sobre o cenário atual do mercado de trabalho na indústria cinematográfica com representantes da O2Filmes, Supo Mungam Films e Oxalá Produções.

## 04/10

O último dia da Expocine é marcado por uma manhã de palestras. As perspectivas para a expansão de sala de cinema são apresentadas por Alex Braga, diretor da Ancine, enquanto a comunicação acessível disruptiva no audiovisual é discutida por Danielle Franco e Leonardo Edde, CEOs da Acensia Brasil. Além disso, teremos um case exclusivo com a presença do diretor, do roteirista, da pesquisadora e da produtora do projeto sobre o polêmico caso do assassinato de Celso Daniel, prefeito de Santo André (SP), e que será lançado como filme, série e livro pela produtora Escarlate Conteúdo Audiovisual e Experiências Criativas.

LEONARDO EDDE, CEO DA ACENSIA, FALARÁ SOBRE COMUNICAÇÃO ACESSÍVEL





# DIVERSIDADE DE PATROCÍNIOS E APOIOS

POR THAIS LEMOS.

CONHEÇA AS EMPRESAS QUE PATROCINAM A EDIÇÃO DE 2019 DA EXPOCINE



## CENTERPLEX CINEMAS

A Centerplex Cinemas é uma das 10 maiores redes de cinema do Brasil em número de salas. A empresa conta com mais de 84 salas espalhadas pelo País.

## CETH

A Ceth Engenharia trouxe para o Brasil o melhor em soluções de higienização, além de oferecer soluções completas de *facilities* para o mercado.

## CHRISTIE

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

## CINIONIC

Anunciada em 2018 como a *joint-venture* da Barco, Appotronics e CFG, a Cinionic apresenta soluções tecnológicas de entretenimento para exibidores.

## D-BOX

A D-Box Technologies fabrica e comercializa

assentos móveis destinados aos mercados de entretenimento e simulação industrial.

## DOLBY

A Dolby oferece soluções de áudio para cinema. Tem como destaques o sistema de som imersivo Dolby Atmos e as salas Dolby Cinema, que unem as melhores tecnologias de som e projeção.

## ESCARLATE

Plataforma de gestão de conteúdo que conecta os *players* do mercado audiovisual, investidores e realizadores.

## GDC

Fabrica e vende sistema de automação de cinema escalável, TMS (“Theater Management System”), software empresarial de cinema e servidores de cinema digital, que atendem aos requisitos de desempenho, segurança e confiabilidade estabelecidos pelos estúdios de Hollywood.

## HARKNESS SCREENS

Atuando há mais de 90 anos no setor, a Harkness

Screens fornece telas de cinema e eventos.

## INGRESSO.COM

A Ingresso.com é uma empresa Fandango, parte do grupo Comcast, está presente em mais de 130 cidades no Brasil e conta com mais de 10 milhões de usuários cadastrados no site.

## KELONIK

A Kelonik oferece projetores e caixas de som, além de implementar projetos e coordenar serviços em sala de cinema.

## KINOPLEX

A Kinoplex é uma rede de cinema nacional que conta com presença em 19 cidades do Brasil, equipadas com tecnologia e conforto.

## NEC CORPORATION

Oferece soluções de rede e tecnologia da informação para empresas, provedores de serviços em telecomunicações e governos.

## OSRAM

Com sede em Munique, na Alemanha, a Osram

foi fundada em 1919 e é uma multinacional do setor de iluminação.

## RIOLE

A Riolo é uma empresa nacional que desenvolve sistemas exclusivos de acessibilidade visual e auditiva.

## SOLUPLEX

A Soluplex atua há 14 anos no mercado de embalagens para diversas áreas do entretenimento.

## SPCINE

A Spcine é uma iniciativa da Prefeitura de São Paulo e atua como um escritório de desenvolvimento, financiamento e implementação de programas e políticas para o audiovisual.

## TELECINE

A Telecine é uma *joint-venture* entre a GloboSat e quatro estúdios de Hollywood: MGM, Paramount, Fox e Universal. Além disso, a empresa exhibe também as produções da Disney.

## APOIADORES

EXIBIDOR



THEATRE WORLD



comscore



eventbrite

CesnikQuintino&Salinas



EQUINOX  
DIGITAL  
SERVICES

cinépolis

REAL D

KELONIK

### EXIBIDOR

A Revista Exibidor é um periódico impresso trimestral e também um Portal Web com a finalidade de divulgar e reportar informações e serviços voltados ao mercado cinematográfico.

### CELLULOID JUNKIE

Portal online dedicado aos negócios globais de cinema, reunindo notícias, *insights*, estatísticas, análises, entrevistas e pesquisas sobre a indústria cinematográfica.

### CINÉPOLIS

A Cinépolis é a quarta maior operadora de cinemas do mundo e a maior da América Latina, atualmente com mais de 2200 salas em 8 países.

### FILME B

Portal especializado no mercado de cinema no Brasil, que reúne estatísticas e análises de comportamento da indústria cinematográfica, e também conta com o Database Brasil, banco de dados anual com os resultados do setor cinematográfico.

### THEATRE WORLD

Revista para o mercado de cinema e mídia B2B, distribuída trimestralmente na Índia, com notícias do país e internacionais.

### REAL D

Licenciadora de 3D e outras tecnologias visuais para uso no cinema e em dispositivos eletrônicos de consumo. A empresa conta com mais de 26,5 mil telas em 72 países.

### RG PRODUÇÕES E EVENTOS

A RG Produções e Eventos oferece serviços de planejamento, execução e acompanhamento para eventos sociais e culturais.

### BRAVI

A BRAVI – Brasil Audiovisual Independente é uma entidade sem fins lucrativos que tem o objetivo de reunir e fortalecer as empresas voltadas à produção de conteúdo para televisão e mídias digitais no mercado nacional e internacional.

### COMSCORE

Empresa de análise de mídia que utiliza ciência de dados para for-

necer *insights* sobre o comportamento de várias telas e ajudar os negócios a crescerem.

### CESNIK, QUINTINO & SALINAS

O CQS Advogados possui expertise em consultoria jurídica para planejamento, estruturação e viabilização de negócios de tecnologia, mídia, entretenimento e investimentos no terceiro setor.

### EVENTBRITE

A Eventbrite é uma plataforma de tecnologia para eventos no mundo inteiro, e está presente em mais de 180 países e territórios.

### FAAP

A Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP) é reconhecida pela sua tradição ligada às artes e pelo padrão de qualidade de ensino. É, tradicionalmente, reconhecida como uma das melhores instituições nos cursos de Comunicação.

### FGV

A Fundação Getúlio Vargas (FGV) nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimen-

to socioeconômico do Brasil por meio da formação de administradores qualificados, nas áreas pública e privada.

### LABRFF

O Los Angeles Brazilian Film Festival (LABRFF) é reconhecido como o festival de cinema nacional de maior prestígio fora do Brasil.

### CTC

A Comunidade de Tecnologia de Cinema é uma organização independente, sem fins lucrativos, que visa promover o uso da tecnologia para melhorar todos os aspectos de experiência dos espectadores.

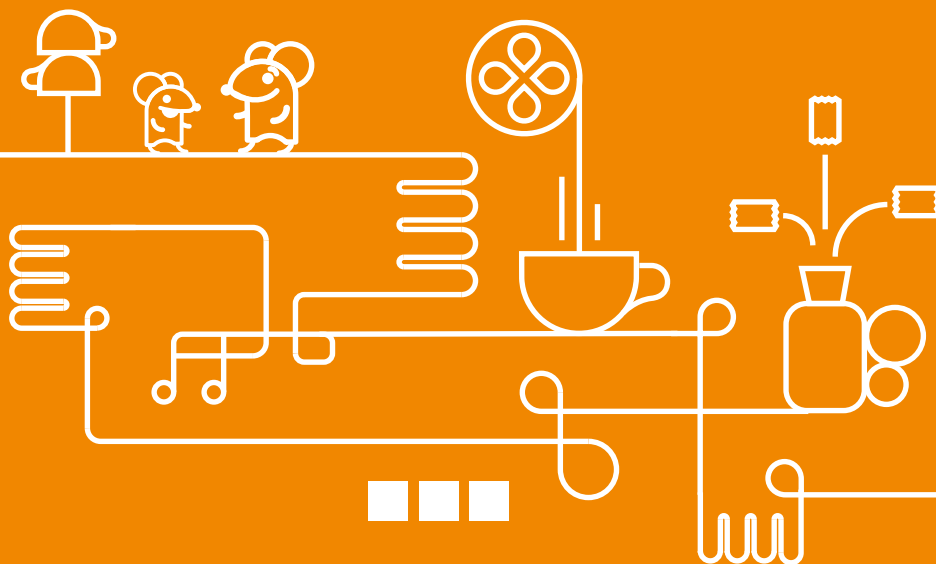
### EQUINOX

Por meio de criação, animação e 3D, atendem os segmentos de Internet, TV, cinema digital, digital *signage*, varejo e produções institucionais.

### KELONIK

A Kelonik oferece projetores e caixas de som, além de implementar projetos e coordenar serviços em salas de cinemas.





# Seu conteúdo para todos!

**Muito prazer! Nós somos a Little Brown Mouse, uma empresa de tradução audiovisual com muita história.**

Há mais de 40 anos, desenvolvemos projetos com carinho e entregamos excelência.

como podemos te ajudar



legendagem



tradução & versão



dublagem & locução



acessibilidade



pós-produção



**Little Brown**

**Mouse** AUDIOVISUAL PARA TODOS

**deixe o seu projeto incrível**

acesse: [littlebrownmouse.com.br](http://littlebrownmouse.com.br)

fale com a gente: [hey@littlebrownmouse.com.br](mailto:hey@littlebrownmouse.com.br)



POR THAIS LEMOS

## MARCAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS GARANTEM ESTANDES NA EXPOCINE19

**A FEIRA DE NEGÓCIOS DA EXPOCINE** é o local ideal para conhecer as novidades de tecnologia, serviços e produtos; reforçar e começar parcerias; e reencontrar clientes e fortalecer os elos do mercado. Marcas nacionais e internacionais estão reunidas na maior convenção de cinema da América Latina para exporem seus negócios. Confira os destaques:

### ACTION SPECIAL

O Grupo Action atua na produção e distribuição de embalagens e insumos para cinemas de forma personalizada para as necessidades de cada exibidor.

#### DESTAQUES

Os visitantes podem degustar as pipocas doces e salgadas do Grupo Action em seu estande, além de conhecerem melhor todos os produtos.

### AUWE

A Auwe presta serviços a estúdios, produtoras e distribuidoras de conteúdo para cinema e TV.

#### DESTAQUES

A empresa apresenta os serviços de DCPs, masterização e nacionalização de filmes e *trailers*, acessibilidade, emissão e gestão de KDM, *encoding* e conversão de arquivos, e legendagem.

### BARDAN

Mais de 40 anos fornecendo equipamentos e serviços para cinemas em toda a América Latina e EUA.

#### DESTAQUES

Este ano a Bardan traz as soluções de seus parceiros DCinemanoc, Klipsch, Philips e Severtson.

### BNDES

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) apresenta as linhas de crédito disponíveis para o mercado exibidor.

#### DESTAQUES

O BNDES oferece linhas de financiamento de longo prazo com custos competitivos



ALGODÃO DOCE DA BIG POC

### BIG POC

A Big Poc oferece insumos para *bombonières*. A empresa distribui os produtos para todo o Brasil.

#### DESTAQUES

A empresa trabalha com produtos de alta qualidade e preza pelo atendimento ao cliente. Além disso, lança novos produtos durante a feira.



**BRAVOLUZ**

A Bravoluz representa e distribui, no Brasil, as lâmpadas de Xênon da marca Ushio, fabricante japonês.

**DESTAQUES**

A linha de produtos exclusiva pode ser conferida no estande da empresa.

**CENTAURO**

A empresa apresenta suas soluções de dublagem para longas, seriados, inclusão de serviços de acessibilidade e legendagem.

**DESTAQUES**

A empresa trabalha com idiomas em português, espanhol e inglês e conta com estúdios próprios em São Paulo, Bogotá, México e Miami.

**CETH**

A Ceth apresenta a limpeza de tela e higienização de salas por meio do uso da nanotecnologia.

**DESTAQUES**

Os visitantes poderão ver de perto as novidades da empresa em parceria com as empresas Dör, do México, e Lars, da Polônia.

**CHRISTIE**

A Christie apresenta os projetores Series 3 com a tecnologia de iluminação RealLaser™ RGB e a nova eletrônica CineLife® aliados ao poder dos *speakers* de *driver* de fita Christie VIVE Audio.

**DESTAQUES**

O modelo de tecnologia exposto é idêntico aos que os exibidores podem ter em suas salas, podendo ser aplicados a telas pequenas e grandes.

**CINIONIC**

A *joint-venture* traz o que há de mais moderno e inovador em relação a projetores de cinema com tecnologia Smart Laser.

**DESTAQUES**

O conceito de LaaS (*Laser as a Service*) será apresentado, que substitui o Lamp House com Xênon do projetor por um bloco de luz à laser.



AMPLIFICADOR CHRISTIE VIVE AUDIO  
LA3 MOUNT LOW LEFT HERO



PROJETOR BARCO SERIES 4

## CONSCIÊNCIA

A Consciência foca na captura de cadastro para ações de fidelização e aumento de *share* no mercado exibidor, além de apresentar a aplicação de inteligência artificial no cinema.

### DESTAQUES

O estande apresenta mais de 20 produtos novos que estão sendo inseridos este ano no mercado.

## DBSERIES

A DB Series produz amplificadores que se destacam em timbre, eficiência e competitividade.

### DESTAQUES

No estande da DB Series, os visitantes podem conferir os produtos, que contam com pós-venda e eficiência em consumo energético.

## DOLBY

A Dolby foca em dois produtos: o CineAssista, e o processador de som CP950. A empresa abriu um escritório no Brasil recentemente, o que facilita o atendimento ao mercado local.

## DESTAQUES

Os visitantes podem experimentar os produtos da Dolby no estande da empresa.

## ELETRO TERRÍVEL

A Eletro Terrível apresenta lâmpadas Xênon para projeção e luminárias em tecnologia LED para a parte comercial e/ou comum das salas de cinema.

### DESTAQUES

A empresa apresenta produtos com eficiência energética, modernos e exclusivos.

## EQUINOX

A Equinox é uma empresa especializada em comunicação digital no ponto de venda.

### DESTAQUE

A empresa oferece produção de conteúdo digital para ponto de venda, institucional, treinamento, *endomarketing*, entre outros.



## EQUIPOSHOP

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

### DESTAQUES

A empresa leva para o evento a Pipoqueira Mach 5, que produz 18 kg de pipoca por hora, além da estação Hop Snacks, com comodato de equipamentos para venda de insumos.

## ESCARLATE

A Escarlata apresenta um banco de dados digital, portfólio amplo para comercialização de produtos audiovisuais e equipe para articulação global.

### DESTAQUES

Os participantes podem conhecer um modelo inovador e disruptivo de negócio.



ESTAÇÃO HOP SNACKS DA EQUIPOSHOP

## FAAP

A FAAP conta com cursos de graduação, pós-graduação, extensão e livres nas áreas de cinema e audiovisual, bem como soluções educacionais customizadas para o mercado corporativo.

### DESTAQUES

O estande da FAAP conta com coordenadores e professores dos cursos, além de consultores de negócios disponíveis para conversas detalhadas sobre os diferenciais dos programas.

## FGV

A Fundação Getúlio Vargas (FGV) será responsável pelo curso de Gestão de Negócios Audiovisuais, que aprofunda ou complementa os conhecimentos necessários a gestores de empresas.

### DESTAQUES

A FGV conta com mais de 200 parcerias internacionais e é a única brasileira entre as instituições de ensino superior mais influentes do mundo no LinkedIn.

## HOTSOUND

A HotSound oferece solução completa em sonorização de cinemas, incluindo amplificadores e caixas de som para todos os tipos e tamanhos de sala.

### DESTAQUES

Todos os produtos são desenvolvidos e fabricados pela empresa no Brasil.

## INGRESSO.COM

A Ingresso.com apresenta o atual ecossistema integrado de produtos com foco nos novos módulos do Arena e funcionalidades das plataformas *online*.

### DESTAQUES

A Ingresso.com é uma empresa da Fandango e investe cada vez mais no trabalho com os estúdios, unindo forças para potencializar os resultados do mercado.



# ESTAMOS CHEGANDO!

## PRÓXIMAS UNIDADES

NOVEMBRO 2019

S U M A R É - S P

SHOPPING PARKCITY SUMARÉ

NOVEMBRO 2019

S A N T O S - S P

SHOPPING MIRAMAR

ABRIL 2020

G U A N H ã E S - M G

SHOPPING ACRÓPOLE



cineflix



**INORCA**

Nesta edição, a Inorca apresenta poltronas VIPs e Semi VIPs, que permitem espaços generosos para alimentação nos cinemas.

**DESTAQUES**

O portfólio completo da empresa, que vai desde poltronas tradicionais até as VIPs, estarão disponíveis no estande da Inorca.

**LEADCOM SEATING**

Provedora de soluções de assentos prontos para uso, que oferece uma ampla seleção de poltronas de cinema.

**DESTAQUES**

A poltrona VIP, chamada de Maestro Plus Premium, é apresentada na feira. O produto conta com diversos recursos tecnológicos.

**LUMMA**

A Lumma conta com o sistema 4D E-Motion, poltronas equipadas com tecnologia capaz de criar efeitos especiais sincronizados com a ação na tela.

**DESTAQUES**

A empresa trabalha em conjunto com os estúdios de Hollywood para programar os títulos.

**MAXILLUSION**

A Maxillusion, apresenta as telas QUASAR 3D/2S, telas com mini perfuração e as telas SoundMax-One.

**DESTAQUES**

A empresa reforma telas de cinema usadas, transformando em uma nova tela com mesma qualidade de imagem, além de realizar o tratamento antimoho.

**OSRAM**

A Osram leva as lâmpadas de Xênon para projeção. A empresa também oferece um clube de vantagens para seus parceiros, que contam com diversos benefícios.

**DESTAQUES**

Os visitantes podem elaborar uma proposta comercial personalizada para a necessidade do cinema, que ajudará a melhorar a produtividade diária.

**PINGSOLUTION**

A empresa mexicana que fornece soluções para as campanhas de *marketing* e publicidade com o objetivo de entregar uma solução criativa que atenda a necessidade dos projetos dos clientes.

**DESTAQUES**

A empresa desenvolve produtos promocionais para cinemas da América Latina. No Brasil, a PingSolution está presente com escritório comercial e fábrica homologada para atender o mercado nacional e sul-americano.

**PRESHOW**

A Preshow é uma empresa especialista em negociação de mídia para cinemas e produção de vídeos, incluindo DCP, comerciais e filmes.

**DESTAQUES**

A empresa realiza representação comercial para venda de publicidade em cinema, produção de vinhetas institucionais para exibidores e vídeos comerciais para anunciantes locais, além de pós-produção, *encoding* DCP, produção de teasers e cartazes digitais.



LÂMPADA XBO DA OSRAM



SERIES

# AIM™ para novos horizontes

Entrega uma impressionante  
experiencia visual com os  
projetores Barco Series 4.



Cores nítidas, alta uniformidade,  
através da patente da Barco, o Active  
Image Management™ (AIM™).  
Tudo em resolução 4K, está aqui.  
Pronto para o seu público desfrutar.

Descubra como levar sua apresentação a  
um novo nível em [www.cinionic.com/Series4](http://www.cinionic.com/Series4)

**BARCO**



**CINIONIC**  
EXPERIENCES. DELIVERED.



.....

### PRIMEPASS

A empresa apresenta o Primepass Whitelabel, solução para gerenciamento de assinaturas, que permite disponibilizar mais uma via de arrecadação ao exibidor.

#### DESTAQUES

Na feira, os visitantes podem conferir como essa nova ferramenta pode trazer mais visibilidade, agilidade e praticidade para sua rede.

.....

### PROJETELAS

A Projetelas apresentará telas de projeção com películas 2D e 3D com significativo ganho de profundidade nos efeitos da projeção e elevador especial para projetor.

#### DESTAQUES

No estande da Projetelas, os participantes da feira podem conhecer os produtos e conferir a qualidade dos mesmos.

.....

### QSC

A QSC projeta e fabrica alto-falantes, mixers digitais, amplificadores, processadores de áudio, soluções de cinema digital e Q-SYS™, plataforma de áudio, vídeo e controle baseada em *software*.

#### DESTAQUES

Os visitantes podem conferir os produtos, incluindo o novo servidor de mídia de cinema, o CMS-5000.

.....

### QUANTA DGT

O Grupo Quanta conta com soluções imersivas para toda a cadeia do entretenimento, desde plataforma de distribuição de conteúdo, arenas de VR *gaming*, *art designer*, pós-produção, infraestrutura de estúdios e equipamento para produções audiovisuais.

#### DESTAQUES

Os visitantes podem encontrar novos caminhos e soluções para a geração de audiência e renda complementar na infraestrutura atual de seus complexos de cinema.

.....

### RIOLE

A Rirole leva o ProAccess, sistema de acessibilidade para cinemas 100% brasileiro.

### DESTAQUES

O sistema conta com exibição em tempo real e captura instantânea.

.....

### SANTA CLARA POLTRONAS

A empresa atua desde o projeto da sala, passando por revestimento, iluminação, sonorização, projeção, acessórios e serviços de monitoramento. A empresa completa 40 anos e escolheu comemorar no evento junto aos amigos e clientes, mostrando que caminham juntos no mercado cinematográfico.

#### DESTAQUES

A Santa Clara leva as poltronas VIP e Semi-VIP: confortáveis, com *design* inovador e alta tecnologia.

.....

### SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

O programa SP ProAudiovisual será apresentado com exclusividade na Expocine. A iniciativa do Governo de São Paulo tem o objetivo de promover o desenvolvimento do conjunto do setor audiovisual em todas as regiões do estado.

#### DESTAQUES

O programa combina linhas de crédito e linhas de investimento, com um total de R\$ 200 milhões em 2019.

.....

### SOLUPLEX

A Soluplex opera no ramo de embalagens para consumo de alimentos e bebidas em toda América Latina.

#### DESTAQUES

A empresa apresenta sua nova linha de produtos biodegradáveis, que contém copos para refrigerantes e baldes de pipoca.

.....

### SPCINE

A Spcine é uma empresa ligada à Prefeitura de São Paulo, responsável pelo estímulo ao setor. O objetivo é reconhecer e estimular o potencial econômico e criativo do audiovisual paulista, transformando a cidade em polo audiovisual internacional.

## DESTAQUES

A Spcine apresenta os principais programas da empresa voltados ao público da Expocine, como o Circuito Spcine, os Editais e São Paulo Film Commission.

## TONKS

A Tonks é um grupo com diversas soluções para a indústria cinematográfica. A empresa participa dos maiores eventos globais e está conectada com os principais *players* do setor, mostrando que é possível unir estratégia, conteúdo e relacionamento em todas suas entregas.

## DESTAQUES

A Tonks é a cabeça por trás da Expocine, que se tornou o maior evento da América Latina para a indústria cinematográfica de exibição, distribuição e produção.

## VISTA

A Vista oferece *softwares* dedicados para a cadeia de cinema. Uma nova filial será estruturada no Brasil para dar continuidade no atendimento e suporte no País.

## DESTAQUES

O destaque será o Software Vista Entertainment Solutions – VES, que conta com mais de 20 módulos relacionados à cadeia de cinemas.

## VIVA POP

A Viva Pop conta com produção de milho de pipoca com alta expansão, preços competitivos e distribuição nacional.

## DESTAQUES

Os visitantes podem conhecer a linha de produtos e obter mais uma opção de compra dos insumos para a produção de pipoca.

## WARM

A empresa é fabricante nacional de pipoqueiras, estufas e carrinhos para cinemas.

## DESTAQUES

A Warm está presente na Expocine para mostrar que pode melhorar ainda mais a relação de custo-benefício da pipoca.

## YUMEX

A Yumex é uma empresa japonesa que apresenta lâmpadas de Xênon para o cinema digital.

## DESTAQUES

As lâmpadas da empresa são usadas no mundo inteiro e estão presentes no evento para oferecer aos exibidores da América do Sul uma nova opção de lâmpadas de alta qualidade.

► A **AMERICAN AIRLINES** também está presente na Expocine19.

PRODUTOS DA VIVA POP







**EXIBIDOR**

EXIBIDOR.COM.ES

© 2019 EXIBIDOR.COM.ES



---

# O RAIO-X SOBRE O MERCADO DE CINEMA

Coberturas em tempo real, conteúdos exclusivos,  
grade de concorrência e muito mais.

**Assine e ganhe os primeiros 30 dias gratuitos.**





# EXPOCINE19

O HUB DA TELA GRANDE 01-04 OCT 2019

A **MAIOR CONVENÇÃO** DA INDÚSTRIA  
DO CINEMA NA AMÉRICA LATINA

**EXIBIÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E PRODUÇÃO**  
EM UM SÓ LUGAR

[f /EXPOCINEBRA](#) [@ /EXPOCINE](#) [in /EXPOCINE](#)  
E X P O C I N E . C O M . B R

## PATROCÍNIO SPONSOR | PATROCINIO



## APOIO SUPPORT | APOYO



**PROJEÇÃO**  
PROJECTION | PROYECCIÓN

**APOIO TÉCNICO**  
TECHNICAL SUPPORT | SOPORTE TÉCNICO

**OP. DE VIAGENS**  
TOUR OPERATOR | OP. TURÍSTICO

**REALIZAÇÃO**  
ORGANIZATION | REALIZACIÓN

