

R E V I S T A

EXIBIDOR

ANO VI - Nº 21 | MAIO/2016



WILL SMITH JARED LETO MARGOT ROBBIE JOEL KINNAMAN VIOLA DAVIS

ESQUADRÃO SUICIDA

4 DE AGOSTO NOS CINEMAS

ASSISTA EM 3D
DISPONÍVEL TAMBÉM EM 2D

esquadraosuicidafilme.com.br

#EsquadrãoSuicida

TM & © DC COMICS

WARNER BROS. PICTURES
© 2016 Warner Bros. Ent. All Rights Reserved



Score Album on WaterTower Music
Soundtrack Album on Atlantic Records/WaterTower Music



A PRÓXIMA
HISTÓRIA REAL
DOS ARQUIVOS DE CASOS
ED E LORRAINE WARREN

INVOCACÃO DO MAL 2

9 DE JUNHO NOS CINEMAS

NEW LINE CINEMA

#InvocaçãodoMal2

WARNER BROS. PICTURES
A DC FILMS COMPANY

EXIBIDOR

ANO VI - Nº 21 | MAIO/2016



EM QUAL JANELA?

PROFISSIONAIS COMENTAM SOBRE A DIMINUIÇÃO DO INTERVALO ENTRE AS JANELAS E QUAL O CENÁRIO QUE VISLUMBRAM

INAUGURAÇÃO

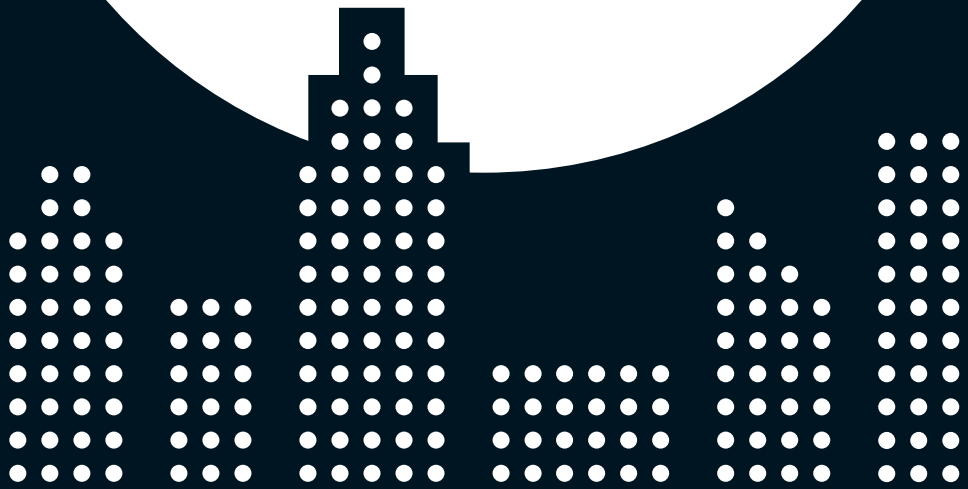
SPCINE CRIA CIRCUITO DE SALAS PÚBLICAS DE CINEMA

BOMBONIÈRE

SOLUÇÕES NA LOGÍSTICA PARA A DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS

ENTREVISTA

PAULO LUI ASSUME PRESIDÊNCIA DO SECESP



DOWNTOWN

F I L M E S

DOWNTOWN FILMES

88 TÍTULOS

MAIS DE 80 MILHÕES DE INGRESSOS VENDIDOS

- CRIME DELICADO
- GATÃO DE MEIA IDADE
- IRMÃ VAP - O RETORNO
- MENINAS
- ANJOS DO SOL
- O CÉU DE SUELY
- WOOD & STOCK - SEXO ORÉGANO E ROCK & ROLL
- ANTÔNIA
- BATISMO DE SANGUE
- CÃO SEM DONO
- HISTÓRIAS DO RIO NEGRO • QUERÔ
- MEU NOME NÃO É JOHNNY
- GAROTO CÓSMICO
- ESTÔMAGO
- OS DESAFINADOS
- UM NOME PRÓPRIO
- ILUMINADOS
- PANAIR DO BRASIL
- DIVÃ
- GARAPA
- SALVE GERAL
- TEMPOS DE PAZ
- NO MEU LUGAR
- DO COMEÇO AO FIM
- CHICO XAVIER
- LULA, O FILHO DO BRASIL
- SÓ 10% É MENTIRA
- HISTÓRIAS DE AMOR DURAM APENAS 90 MINUTOS
- DE PERNAS PRO AR
- DESENROLA
- LIXO EXTRAORDINÁRIO
- MALU DE BICICLETA
- CILADA.COM
- UMA PROFESSORA MUITO MALUQUINHA
- ROCK BRASÍLIA
- TANCREDO - A TRAVESSIA
- SEQUESTRO
- AS AVENTURAS DE AGAMENON O REPÓRTER
- HELENO
- XINGU
- CORAÇÕES SUJOS
- E AÍ...COMEU?
- MARIGHELLA
- TOTALMENTE INOCENTES
- ATÉ QUE A SORTE NOS SEPARE
- GONZAGA - DE PAI PRA FILHO
- DE PERNAS PRO AR 2
- A BUSCA
- TAINÁ 3
- MINHA MÃE É UMA PEÇA
- O CONCURSO
- CINE HOLLIÚDY
- O TEMPO E O VENTO
- MEU PASSADO ME CONDENA
- CRÔ
- ATÉ QUE A SORTE NOS SEPARE 2
- ALEMÃO
- MUITA CALMA NESSA HORA 2
- CONFIA EM MIM
- OS HOMENS SÃO DE MARTE...E É PRÁ LÁ QUE EU VOU!
- O MENINO NO ESPELHO
- ISOLADOS
- A PELADA
- O CANDIDATO HONESTO
- TIM MAIA
- IRMÃ DULCE
- A NOITE DA VIRADA
- LOUCAS PRA CASAR
- MEUS DOIS AMORES
- QUALQUER GATO VIRA-LATA 2
- MUITOS HOMENS NUM SÓ
- MEU PASSADO ME CONDENA 2
- CARROSSEL O FILME
- MULHERES NO PODER
- OPERAÇÕES ESPECIAIS
- PEQUENO DICIONÁRIO AMOROSO 2
- A ESPERANÇA É A ÚLTIMA QUE MORRE
- ATÉ QUE A SORTE NOS SEPARE 3
- OS 10 MANDAMENTOS
- UM SUBURBANO SORTUDO
- MUNDO CÃO

10 ANOS DE HISTÓRIA COM O CINEMA NACIONAL

CRISE? QUE CRISE?

Impeachment, ajuste fiscal, corrupção, polícia federal, triplex, desemprego, sítio, aumento de impostos, Lula, alta do dólar, Aécio, Lava Jato e muitas outras palavras fazem parte cada vez mais do vocabulário de todo brasileiro. Quem lê jornais, revistas e sites de notícias é bombardeado com estas informações diariamente e acompanha cada ação – principalmente na política – como se fosse a novela mais assistida dos últimos tempos.

Porém, do lado de quem trabalha com cinema, parece que estamos vivendo em um mundo paralelo. Enquanto diversas áreas da economia nacional estão sofrendo colapsos ou se segurando a duras penas, o mercado cinematográfico, de um certo modo, ainda não sofreu com a crise política e econômica brasileira. Os cinemas continuam cheios desde o início do ano e com pelo menos um *blockbuster* por mês garantido. E isso se promete repetir até, pelo menos, agosto. É claro que a expansão do parque exibidor nacional está comprometida, mas o mais importante neste período é conseguir ter bons resultados com o parque já existente, além de pensar em como deixá-lo mais atrativo.

Enquanto a crise não alcança os calcanhares dos exibidores, o momento agora é para aproveitar os bons frutos para se organizar e se preparar para uma possível crise sem data marcada, mas que pode chegar em um futuro distante. Quem está nesse mercado há mais de 20 anos sabe que quando há crise econômica, o cinema é sempre o último a cair e, no reaquecimento, é sempre o último a se levantar.

Para esta edição de aniversário de 5 anos da **Revista Exibidor**, preparamos diversas discussões pouco comentadas ultimamente, mas que incomodam boa parte do mercado. A começar pela matéria de capa sobre Janelas. A eterna briga dos exibidores com todas as outras mídias começou a ficar incontrolável após 20 anos de existência da internet e diversos canais de exibição, principalmente o VOD.

Também apresentamos uma entrevista com o novo presidente da SEECESP, analisamos como serão os lançamentos nacionais até o final deste ano e acompanhamos de perto a abertura do primeiro circuito público de exibição do País, um projeto da Prefeitura de São Paulo que ainda preocupa todas as áreas quanto ao seu resultado final.

No operacional, temos um estudo sobre a logística de estoques das bombonieres e também como funcionam os mais diversos tipos de ações comunitárias dos cinemas para atrair um público que necessita de assistência diferenciada.

Para finalizar, temos nossa reportagem especial dos 5 anos da revista e algumas matérias destacadas que fizeram dela o canal mais importante e respeitado do mercado nestes últimos anos.

Todo novo ano é uma nova fase e toda nova fase nos traz muitos desafios, ainda mais em tempos de crise. Estamos aqui para ajudar você leitor a passar por estes tempos difíceis.

Tenha uma boa leitura e nos vemos em agosto. Até lá, não deixe de nos visitar diariamente no portal www.exibidor.com.br.

Forte abraço,

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

EXPEDIENTE

EDIÇÃO E DIREÇÃO
Marcelo J. L. Lima

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

PROJETO GRÁFICO
E DIREÇÃO DE ARTE
Raphael Grizilli

REVISÃO
Vanessa Vieira

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

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

COLABORADORES
Bruno Wainer, Marcos Bitelli,
J. Sperling Reich, Omelete, Espaço/Z

IMPRESSÃO
Vox Editora
www.voxeditora.com.br
Tiragem de 3000 exemplares

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO
04/04/2016

CORRESPONDÊNCIA
Rua Ênio Voss, 78
São Paulo (SP) | 02245-070
Tel: (11) 4040 4705
www.exibidor.com.br

A Revista Exibidor é uma publicação
trimestral da:

tonks
www.tonks.com.br

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

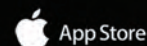
Proibida a reprodução parcial ou total do
conteúdo sem autorização da **Tonks**.

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



primepass™
ENTRETENIMENTO ILIMITADO

DISPONÍVEL EM:



DESCUBRA A NOVA FORMA DE IR AO CINEMA



+Frequência +Receita +Moviegoers

Primepass é o novo passe com cobertura nacional que permite ir ao cinema todos os dias, de forma ilimitada

Conheça a nova ferramenta de vendas que gera maior frequência ao cinema, acrescentando a receita de ingressos e bomboniere todos os dias em todo o Brasil.

Tenha mais clientes todo o dia e receba o valor integral de cada ingresso vendido.

Promova, Personalize, e Impulsione seu conteúdo sem limites.

Contate-nos e descubra a nova forma de ir ao cinema. Ilimitado.



EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

A

AEG
ANCINE

B

BARCO
B2W DIGITAL

C

CANACINE
CANAL BRASIL
CENTAURO
CENTERPLEX
CINE 14 BIS
CAIXA BELAS ARTES
CINEFLIX
CINEMARK
CINEMATERNA
CINEPLEX
CINÉPOLIS
CINEPOP

CINESESC

CINE SHOW
CINESYSTEM
CIRCUITO ESPAÇO
COLLIDER

D

DISNEY
DOLBY
DOWNTOWN FILMES

E

ESPAÇO DE CINEMA
EUROPA FILMES

F

FANDANGO
FENECC
FOX

G

GNC CINEMAS

GRUPO ALMEIDA JUNIOR

H

H2O FILMS

I

IMAGEM FILMES
IMOVISION
INGRESSO.COM

K

KINOPLEX
KINORAMA

L

LANDMARK
LUI CINEMATOGRAFICA
LUMIÈRE CINEMAS

M

MANSBERGER, SCHATZMANN & CIA
MATILHA CULTURAL
MIS-SP

MOVIECOM

MOVIETICKETS.COM

MPA

MPA-MÉXICO

N

NETFLIX

O

OMELETE

P

PANDORA FILMES
PRIMEPASS

R

REGAL
RESERVA CULTURAL
RIOCONTENTMARKET

S

SECRETARIA MUNICIPAL DE
CULTURA

SEECESP

SONY

SPCINE

T

TATURANA
TELECINE

U

UCI
UNIVERSAL

W

WARNER BROS.

EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

BARCO

www.barco.com

BRAVO LUZ

www.bravoluz.com.br

CENTAURO

www.centauro-cinema.com.br

CINECOLOR

www.grupochilefilms.cl/cc_brasil

CINEMARK

www.cinemark.com.br

CONSCIÊNCIA

www.consciencia.com.br

DISNEY

www.disney.com.br

DOLBY

www.dolby.com/br/pt

DOWNTOWN FILMES

www.downtownfilmes.com.br

ESPAÇO/Z

www.espacoze.com.br

FOX

www.foxfilm.com.br

IMAGEM FILMES

www.imagemfilmes.com.br

INDUSTRIAS IDEAL

www.industriasideal.com.br

MARES FILMES

www.maresfilmes.com.br

MASTERIMAGE

www.masterimage3d.com

MAXILLUSION

www.maxillusion.com.br

PARAMOUNT

www.paramountpictures.com.br

PARIS FILMES

www.parisfilmes.com.br

PRIMEPASS

www.primepass.club/br

SEMANA ABC

www.abcine.org.br/semana-abc

TELECINE

www.telecine.globo.com

UNIVERSAL

www.universalpictures.com

USHIO

www.ushio.com/Products/cinema/index.php

WARNER BROS.

www.br.warnerbros.com

TELE CINE



DESLIGUE OS EMOTICONS E SE LIGUE NAS EMOÇÕES DA TELONA.



Nada se compara à magia do cinema.
Conecte-se à maior tela de todas e viva essa experiência emocionante.

VÁ AO CINEMA



NOTÍCIAS | 10

Giro pelo mercado

INFOGRÁFICO | 14

Os novos personagens do próximo filme da franquia X-Men

CLAQUETE.COM | 16

Novidades do cinema

ENTREVISTA | 20

Paulo Lui comenta sua entrada na presidência do SEECESP

DISTRIBUIÇÃO | 24

Desafios e crescimento do cinema brasileiro pela ótica das distribuidoras

BOMBONIÈRE | 30

Modelos de distribuição na logística dos cinemas usados por exibidores e suas diferenças

ARTIGO DISTRIBUIÇÃO | 34

Downtown Filmes completa 10 anos

ARTIGO INTERNACIONAL | 48

O desafio dos ciclos

ANIVERSÁRIO | 52

A influência da Revista Exibidor em seus 5 anos

INAUGURAÇÃO | 64

Spicine cria circuito de salas públicas na capital paulista

AGENDA | 70

Próximos lançamentos

ARTIGO LEGISLAÇÃO | 74

Impacto da acessibilidade aos conteúdos das telas para exibidores

TRAJETÓRIA | 78

80 anos de Centauro

MERCADO
Experiências diferenciadas atraem
novo público aos cinemas

58

PORTAL EXIBIDOR

UM NOVO CONCEITO,
NOVO LAYOUT E NOVA IDENTIDADE.
MAIS COMPLETO E COM
CORRESPONDENTES INTERNACIONAIS.

PORTAL

EXIBIDOR

GRADE DE CONCORRÊNCIA ONLINE

O Portal Exibidor acaba de lançar mais uma ferramenta para facilitar o cotidiano das exibidoras e distribuidoras: a Grade de Concorrência. Disponível online e gratuita, a ferramenta reúne em uma única tela o comparativo dos lançamentos previstos para o mercado nacional organizados por semana, por distribuidora e com atualização diária (exibidor.com.br/lancamentos/grade-de-concorrenca).

RCM 2016

O RioContentMarket 2016, realizado entre 9 e 11 de março no Rio de Janeiro (RJ), recebeu 3,7 mil participantes, um aumento de 16% em relação a edição anterior. O Portal Exibidor esteve lá e trouxe notícias sobre a ANCINE, a Downtown e o cinema sob demanda. Confira em: tonk.es/RCM2016.

CONTEÚDO PARA O MERCADO LATINO

Com vistas para um público também sedento por informações do mercado, o Portal Exibidor ganhou uma versão em espanhol: www.exhibidorlatino.com, pautado pelos mesmos objetivos da versão nacional: munir o mercado de informações necessárias referentes à exibição, distribuição e serviços para o mercado cinematográfico.

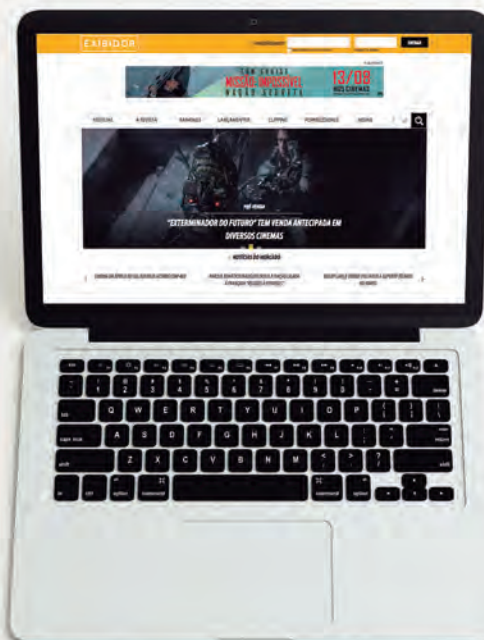


@RevistaExibidor



/RevistaExibidor

WWW.EXIBIDOR.COM.BR



ASSINE JÁ.
APENAS R\$ 15,90/MÊS

EXIBIDOR

WWW.EXIBIDOR.COM.BR

MOVIETICKETS.COM ASSINA ACORDO COM LANDMARK CINEMAS



Depois de firmar um acordo com a Regal Entertainment Group – uma das maiores cadeias exibidoras dos EUA – a MovieTickets.Com anunciou a parceria com a Landmark Cinemas, segunda maior exibidora do Canadá. Embora o contrato não exija exclusividade, ele demonstra a expansão da fornecedora de ingressos no mercado internacional.

A MovieTickets.Com já comercializa as entradas da maior exibidora canadense, a Cineplex, em inglês e francês. Com o novo acordo, adiciona mais 45 cinemas e 312 salas ao seu sistema e passa a oferecer os seus serviços para 29 mil salas globalmente.

Para o CEO da MovieTickets.Com, Joel Cohen, a presença no Canadá é muito vantajosa, uma vez que o mercado é muito parecido com o norte-americano.

CINE 14 BIS INOVA

O Cine 14 Bis (Guaxupé/MG), concluiu recentemente uma reforma para melhorar sua infraestrutura e se adequar às demandas dos espectadores.

Agora o cinema, que conta com uma sala e capacidade para 248 pessoas, tem poltronas numeradas e bombonière mais atrativa em produtos e identificação visual.

O local já é totalmente digital, com 3D e a inovação ficou por conta de caixas com opções de vendas integradas, bombonière e bilheteria juntos. O sistema foi implementado em 2014 e vem causando surpresas ao público.

CINEMA MEXICANO PERDE US\$ 340 MILHÕES PARA PIRATARIA, SEGUNDO MPA

A Motion Picture Association México – MPA-México divulgou que, apenas em 2015, identificou e reportou ao menos dez casos de *camcording* – ato de se filmar a tela do cinema ilegalmente. O prejuízo de todo o mercado mexicano de cinema segundo a entidade chegou a US\$ 340 milhões no ano passado. Isso porque em cada dez filmes comercializados, oito chegaram aos meios ilegais de venda.

Para a Câmara Nacional de la Indústria Cinematográfica – Canacine, a pirataria digital seria o maior inimigo porque, por diversas vezes, filmes que nem tinham estreado nas salas de exibição já estavam disponíveis online.

Em resposta à gravidade da pirataria no país, a MPA-México divulgou parceria firmada com a Procuradoria Geral da República, que resultará na utilização de legenda durante sessão alertando que a reprodução não autorizada de conteúdo em cartaz nos cinemas é um crime que poderá ser punido com até 10 anos de reclusão.

AEG, BARCO E REGAL CRIAM PRIMEIRO NAMING RIGHTS PARA UM COMPLEXO INTEIRO

A Barco anunciou parceria com uma das maiores exibidoras norte-americanas, a Regal, e com a AEG, um dos principais produtores de eventos e esportes no mundo.

De acordo com comunicado oficial, essa parceria criou o primeiro *naming rights* para um complexo inteiro já que o famoso cinema Regal L.A. LIVE, unidade da Regal em Los Angeles, EUA, que recebe cerca de 20 premièeres por ano e passará a se chamar Regal L.A. LIVE: A Barco Innovation Center (Regal L.A. LIVE: Um Centro Barco de Inovação, em tradução livre).

O cinema foi inaugurado em 2009 e, agora, receberá diversas tecnologias como o Barco Lobby Experience, *digital signage* que rendeu medalha de bronze para a Barco durante a DSE 2016. Além disso, o complexo receberá projeção a laser, sistema de som imersivo e uma sala Escape.

EXECUTIVO DA ÍNDIA COMENTA DETALHES DA “BIGCINEEXPO”

Uma convenção inédita, promovida pela revista indiana TheatreWorld, está movimentando o mercado de exibição ao reunir alguns dos principais nomes da indústria cinematográfica na Índia.

A BigCineExpo 2016 será realizada entre os próximos dias 23 e 24 de agosto na cidade de Chennai, famoso destino de compradores de equipamentos de cinema no país asiático, e tem recebido inscrições de todas as partes do planeta.

A demanda por um evento como este, segundo os organizadores, partiu do enorme potencial ainda pouco explorado no mercado indiano pelos exibidores e as empresas que gravitam em torno do cinema. Confira a entrevista com Raghavendra T, editor da TheatreWorld em tonk.es/bigcineexpo2016.

3D PODE IMPULSIONAR BILHETERIAS

©MASTERIMAGE



Após quase 10 anos desde a instalação da primeira sala de exibição digital em 3D no Brasil, na unidade da rede Cinemark do Shopping Eldorado (SP), em dezembro de 2006, o formato sofreu altos e baixos no mundo.

Em 2016, muitos filmes tiveram e terão exibição em 3D indo desde novas animações como *Zootopia*, passando por franquias como *Batman Vs. Superman: A Origem da Justiça* e novas sagas como *Warcraft – O Primeiro Encontro de Dois Mundos*.

Hoje, no Brasil, o parque exibidor conta com uma quantidade superior a 1.170 salas 3D dentro de um total de mais de três mil salas no País. A rede com mais espaços no formato é a Cinemark, seguida pela Cinépolis e a UCI. São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Paraná são os Estados brasileiros com mais salas 3D, enquanto os com menos salas são Tocantins, Acre e Rondônia de acordo com dados do programa TonksProg, que conta com informações de 90% do circuito exibidor nacional.

Leia mais: tonk.es/cinema3d2016.

GNC CINEMAS INAUGURA NOVO COMPLEXO NA CIDADE DE CRICIÚMA (SC)

Atualmente com nove complexos em cinco cidades, sendo quatro no Estados de Santa Catarina e cinco no Rio Grande do Sul, a GNC Cinemas agora se prepara para abrir seu 10º complexo em Criciúma (SC).

São cinco salas convencionais e uma VIP, todas em formato *stadium* no Nações Shopping. O centro de compras é um projeto do Grupo Almeida Junior e tem 90 mil m² de área construída, tendo demandado um investimento total de R\$ 250 milhões.

Das seis salas de exibição, três terão sistema 3D, incluindo a VIP, que terá lugar para 86 espectadores e bombonière exclusiva. O complexo ainda contará com totens de autoatendimento, sistema de som JBL e *video wall*. A capacidade total é de 1.391 pessoas.

CINEFLIX ANUNCIA MUDANÇAS



©DIVULGAÇÃO

A exibidora Cineflix anunciou algumas mudanças em sua rede.

As cinco salas administradas pela exibidora no Shopping Nações, em Limeira (SP), serão fechadas por “questões estratégicas”, segundo informou o departamento de marketing da exibidora à redação do **Portal Exibidor**.

Com o fechamento, a Cineflix permanece com 14 complexos, sendo o mais recente aberto em Várzea Grande (MT). Entretanto, a exibidora também está com inaugurações previstas para esse primeiro semestre. Em abril, começou a funcionar uma nova unidade da rede no Shopping Aurora, em Londrina (PR), e, em maio, é a vez do Cantareira Norte Shopping, em São Paulo (SP).

EXECUTIVO FALA SOBRE AQUISIÇÃO DA INGRESSO.COM PELA FANDANGO

A venda online de ingressos é algo que deixou de ser uma novidade e virou obrigatório para praticamente todo o mercado exibidor mundial. Empresas dedicadas a esse serviço cada vez mais veem seus resultados subirem e algumas, como a norte-americana Fandango, estão expandindo suas atuações para outros países.

Uma das ações da Fandango, inclusive, foi a aquisição da Ingresso.com, empresa brasileira de venda online de ingressos que antes fazia parte da B2W Digital. A compra se deu em setembro de 2015, sob o valor de R\$ 280 milhões e, segundo Mauro Gonzalez, CEO da Ingresso, o processo de aquisição e estabelecimento das novas diretrizes terminou em novembro do mesmo ano. “A equipe da Ingresso.com vai continuar operando a empresa, incorporando a expertise da Fandango”, explica.

Em entrevista ao **Portal Exibidor**, o executivo comentou a aquisição e como ficará o serviço de venda online no Brasil. Veja em: tonk.es/ingressoofandango.



Dolby Atmos® se estabeleceu como
o formato de áudio imersivo
líder da indústria.

Mais de
1600 salas
instaladas ou comissionadas

Mais de
400 títulos
inclusive nas versões dubladas

Mais de
500 parceiros
exibidores no mundo todo

vendas@dolby.com

INFOGRÁFICO

X-MEN ALÉM DE WOLVERINE

Seja nos quadrinhos ou nos filmes, o Wolverine é o mais conhecido dos X-Men. Seu jeito bruto e impaciente de resolver as coisas e as garras de adamantium sempre fizeram a cabeça dos leitores de gibis e o carisma de Hugh Jackman fez o resto nos cinemas. Com a chegada do sexto filme dos mutantes, vamos aproveitar o espaço para falar dos personagens que estão chegando agora à turma - ou retornando.

Texto: [Marcelo Forlani](#)

Ilustração e diagramação: [Thobias Daneluz](#)

ANJO

Warren Worthington III usava sua fachada de milionário para esconder suas asas quando combatia o crime sozinho. Sob o comando de Xavier, ele passa a trabalhar ao lado dos outros X-Men.

APOCALIPSE

O vilão do filme acredita na sobrevivência do mais forte. Com tecnologia avançada e o poder de mudar sua forma, ele não tem problema algum em jogar mutantes lutando contra mutantes e ficar apenas assistindo.



TEMPESTADE

Ela comanda os raios, chuvas e ventos e é, ela mesma, uma força da natureza. Uma das líderes dos X-Men pela sua força de vontade e comando.



NOTURNO

Vindo do circo, onde usava seus poderes mutantes para entreter o público, Noturno se tornou um X-Men e depois fez parte também do grupo mutante Excalibur.



JUBILEU

Quando era apenas uma órfã sem treinamento, Jubileu salvou Wolverine. Depois de relutar ao primeiro convite, ela resolveu se "matricular" na escola do Prof. Xavier e aprender mais sobre seus poderes e como utilizá-los melhor.



PSYLOCKE

Betsy Braddock sofreu nas mãos dos ninjas e acabou se tornando esta mestre de artes marciais capaz de apagar qualquer um com seus chutes, seus poderes telepáticos ou as adagas psíquicas que saem de suas mãos.

omelete

LIVRO DO MESMO AUTOR DE “O LADO BOM DA VIDA” VAI VIRAR FILME



©DIVULGAÇÃO

Em 2013, a adaptação para os cinemas de **O Lado Bom da Vida** (*Silver Linings Playbook*, 2013) rendeu o Oscar de Melhor Atriz para Jennifer Lawrence. Agora, chegou a vez do público ver outra obra de Matthew Quick nas telonas: “Quase uma Rockstar”, do original “*Sorta Like a Rockstar*”.

Dirigido por Miguel Arteta (**Alexandre e o Dia Terrível, Horrível, Espantoso e Horrroso**, *Alexander and the Terrible, Horrible, Not Good, Very Bad Day*, 2014), o longa conta a história de Amber Appleton, uma otimista adolescente que mora com a mãe e um cachorro vira-lata em um ônibus escolar. Quando uma tragédia se abate sobre ela, a jovem passa a ter dificuldades de enxergar a vida com bons olhos.

Ainda sem data de estreia, o filme tem os mesmos produtores de **A Culpa é das Estrelas** (*The Fault in Our Stars*, 2014) e da franquia **Mazze Runner** (2014), Marty Bowen e Wyck Godfrey.

SÉRIE “300” PODE SE TORNAR UMA FRANQUIA DE BATALHAS HISTÓRICAS



©DIVULGAÇÃO

O diretor Zack Snyder está interessado em ampliar a série de filmes **300** (*300*, 2007). Segundo ele, a equipe está discutindo uma maneira de sair da Grécia Antiga e usar o mesmo formato para retratar outras batalhas significativas ao longo da história.

Entre as guerras mencionadas por ele em entrevista ao Collider estão: a Revolução Americana e o Álamo, uma batalha na China. Por enquanto, nada está confirmado.

NOVO FILME DE SPIELBERG DEVE TER PARTICIPAÇÃO DE SIMON PEGG

Steven Spielberg tem novo integrante em vista para o elenco de **Ready Player One** (ainda sem título oficial em português): Simon Pegg.

O ator está em negociação para interpretar Orgen Morrow, o cocriador da realidade virtual Oasis, onde o protagonista Wade Watts acha diversão para sua vida monótona.

Wade será interpretado por Tye Sheridan e, quando o fundador da Oasis morre, tentará encontrar a fortuna do milionário dentro da realidade virtual. O vilão Nolan Sorrento terá a atuação de Ben Mendelsohn e a personagem feminina principal será da atriz Olivia Cooke.

Ready Player One será baseado no livro homônimo de Ernest Cline e deve estrear no início de 2018.

ROMANCE DISTÓPICO “METRO 2033” SERÁ ADAPTADO PARA OS CINEMAS

Escrito pelo russo Dmitry Glukhovsky, o livro “Metro 2033” se tornou um game para PlayStation 3, Xbox 360 e PC em 2010 e agora vai ganhar os cinemas. O autor esperava por um projeto desses há dez anos.

Disponibilizada primeiro gratuitamente na internet em 2002, logo a história se transformou nos livros “It’s Getting Darker” e “Metro 2034”. Depois, diversos autores expandiram o seu universo por meio de novos contos e romances.

A trama se passa após a Terceira Guerra Mundial, quando um grupo de sobreviventes se refugia nos túneis de Moscou criando uma nova sociedade e cultura.

CHEWBACCA ESTARÁ EM FILME SOBRE HAN SOLO

©DIVULGAÇÃO



Um filme retratando a juventude de Han Solo e Chewbacca – e possivelmente a origem da amizade deles – está na agenda dos estúdios Disney. Programado para ser lançado em 2018, o longa ainda não tem título definido, mas será a segunda aventura da série **Star Wars Story**.

Por enquanto, só se sabe que Phil Lord e Chris Miller serão os diretores do longa. Peter Mayhew, intérprete de Chewbacca, está para confirmar sua participação no filme.

O primeiro filme dessa nova vertente da franquia **Star Wars** será lançado em 15 de dezembro desse ano e se chamará **Rogue One**. Na história, os espectadores verão os esforços dos guerreiros rebeldes para roubar os planos de construção da Estrela da Morte. Os fãs têm a expectativa de uma breve aparição do vilão Darth Vader no longa.

“TRAINSPOTTING 2” TERÁ REENCONTRO DE PERSONAGENS E INDÚSTRIA DO VÍCIO

Apesar de não ter data confirmada para início das filmagens ou para lançamento, **Trainspotting 2**, sequência do sucesso de 1996, teve alguns detalhes de enredo revelados pelo autor e roteirista Irvine Welsh.

De acordo com Welsh, os quatro personagens principais se reencontrarão e descobrirão uma maneira nova de se envolver com drogas e prostituição – a chamada indústria do vício. O autor explica que os protagonistas terão pelo menos 20 anos a mais do que no filme original.

O primeiro longa fez sucesso apesar do orçamento pequeno e virou um símbolo cult. A continuação deve ser filmada por Danny Boyle assim como **Trainspotting – Sem Limites**. O diretor, inclusive, já sinalizou seu desejo de que o filme seja seu próximo projeto.

SEQUÊNCIA DE “CREED: NASCIDO PARA LUTAR” TERÁ ADONIS CREED COMO FOCO



©DIVULGAÇÃO

Irwin Winkler, produtor de **Creed 2**, revelou que o filme dará mais ênfase à história do personagem Adonis Creed (Michael B. Jordan) do que em Rocky Balboa (Sylvester Stallone).

Por enquanto, o longa não tem diretor definido. Ryan Coogler, que dirigiu **Creed: Nascido Para Lutar** (*Creed*), deve voltar apenas como produtor, uma vez que assumiu a direção do filme solo do Pantera Negra.

“BAYWATCH” TERÁ ATRIZ LATINO-AMERICANA

Ainda sem previsão de estreia, o remake de **Baywatch**, inspirado em série televisiva dos anos 80, confirmou mais uma presença em seu elenco: a atriz e cantora espanhola Belinda, que será a primeira pessoa no filme a ser salva por grupo de salva-vidas que protagonizam o longa.

Farão parte desse grupo Dwayne Johnson, que interpretará o líder dos salva-vidas; Zac Efron; Alexandra Daddario, que fará uma personagem com carga dramática; e David Hasselhoff. O novo longa será dirigido por Seth Gordon.

A série original foi lançada no Brasil com o título de **S.O.S. Malibu** e ficou conhecida pelos atores e atrizes de corpos esculpturais como Pamela Anderson.

CANTORA JANELLE MONÁE PARTICIPARÁ DE FILME SOBRE CIENTISTAS PIONEIRAS DA NASA

A Fox está em fase de pré-produção com um longa sobre as matemáticas negras Katherine Johnson, Dorothy Vaughan e Mary Jackson – responsáveis pela primeira viagem do homem ao espaço. Elas desempenharam um papel importante na construção da cápsula Friendship 7, meio de transporte usado por John Glenn em 1962 para orbitar em volta da Terra.

A história dessas mulheres está no livro ainda não publicado “Hidden Figures: The Story of the African-American Women Who Helped Win the Space Race”, de Margot Lee Shetterly. No elenco, estão confirmadas as atrizes Taraji P. Henson, Octavia Spencer e agora a cantora Janelle Monáe.

O filme se chamará **Hidden Figures** e ainda não tem data de estreia.

CINEMARK.

VIVA UMA EXPERIÊNCIA QUE VOCÊ NUNCA IMAGINOU.



 cinemark.com.br

     [cinemarkoficial](#)

CINEMARK[®]
É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.

SEECESP SOB NOVA PRESIDÊNCIA

PAULO LUI, O NOVO PRESIDENTE DO SINDICATO, PRETENDE DAR CONTINUIDADE AO TRABALHO QUE JÁ ESTAVA EM ANDAMENTO

POR VERÔNICA DOMINGUES | FOTO DIVULGAÇÃO

O SEECESP (Sindicato das Empresas Exibidoras Cinematográficas do Estado de São Paulo) perdeu recentemente um dos seus grandes líderes: Eli Jorge Lins de Lima, conhecido carinhosamente por todos como “seu” Eli, que trabalhou incansavelmente por melhorias e pelo diálogo aberto e contínuo entre o mercado.

Um líder nato, que trabalhou arduamente pelos direitos e conquistas dos exibidores. Logo, não poderia ser diferente com o seu sucessor à frente de uma entidade tão representativa para a cinematografia.

Assim, na linha de sucessão, quem assumiu a presidência do sindicato foi

Paulo Lui, um exibidor de Indaiatuba (SP), responsável pela exibidora Lui Cinematográfica que administra os cinemas Topázio, um negócio familiar.

“Paulinho”, como é popularmente conhecido no mercado, é também presidente da FENEEC – Federação Nacional das Empresas Exibidoras, outra entidade extremamente importante para os exibidores.

Para conseguir equilibrar tantas responsabilidades, o executivo contou à **Revista Exibidor** que pretende dedicar mais tempo do seu dia-a-dia às questões institucionais do mercado de exibição.

Entre as conquistas alcançadas pelo SEECESP estão a criação do Prêmio ED, evento que contempla as melhores práticas do mercado de exibição e distribuição por meio de prêmios concedidos a profissionais e empresas desde 2008; a derrubada de uma ação da AN-CINE para limitar a taxa de ocupação dos longas-metragens no Estado de São Paulo e a elaboração de uma campanha de marketing para divulgar o Vale-Cultura. O sindicato também se fez presente em momentos delicados para o mercado nacional de cinema como a mudança da data-padrão para estreia de sextas para quintas-feiras, que alterou o modo como se programava o con-



E O MERCADO COMO RECEBEU A NOTÍCIA DE QUE VOCÊ ASSUMIRIA O CARGO?

teúdo em todo o Brasil, e a chegada do recurso do VPF ao País.

Paulo Lui quer continuar o bom trabalho desempenhado por seu antecessor e a **Exibidor** segue acompanhando sua trajetória. Em 2012, ele detalhou os seus projetos para a FENEEC (tonk.es/paulolui-feneec), comentou a chegada do conceito multiplex e colocou como meta trazer mais exibidores para a entidade. Já nesta edição, o executivo conta sobre seus planos para o sindicato.

EXIBIDOR - O ESTATUTO DO SEECSP DEFINE QUE VOCÊ É O SUCESSOR DA LINHA PRESIDENCIAL DO SINDICATO. COMO VOCÊ RECEBEU A NOTÍCIA E QUEM SÃO OS DEMAIS SUCESSORES?

PAULO LUI - Sim, eu era o primeiro vice-presidente. Infelizmente a notícia veio de uma forma muito abrupta e triste com o falecimento do “seu” Eli, o que me deixou muito consternado. O segundo vice-presidente, que passa a ser meu sucessor imediato, é o Marcos Barros, diretor da Cinesystem.

Com naturalidade, pois eu já fazia parte do sindicato e trabalhava em parceria com o “seu” Eli há muitos anos.

VOCÊ CONTINUARÁ À FRENTE DA FENEEC?

Sim, acumularei as duas funções: a presidência da FENEEC e do SEECSP.

COMO PRETENDE SEGUIR COM AS DUAS GERÊNCIAS, SEM DESCUIDAR DE NENHUMA E SEM DEIXAR QUE OS INTERESSES DE CADA UMA SEJAM PREJUDICADOS?

Na verdade, as pautas são praticamente idênticas, com uma ou outra peculiaridade ou assunto exclusivo. Com o acúmulo de funções, com certeza terei de dedicar um pouco mais do meu tempo para as questões institucionais do mercado de exibição.

Mas tenho certeza que todos os interesses serão contemplados satisfatoriamente, inclusive porque, assim como na FENEEC, tenho alguns companheiros que me ajudam muito no trabalho.

QUAIS DIRETRIZES PRETENDE SEGUIR E HAVERÁ ALGUMA MUDANÇA SIGNIFICATIVA?

O “seu” Eli fazia um ótimo trabalho à frente do sindicato, não há porque mudar.

COMO PREVÊ QUE SERÁ A ATUAÇÃO DA ENTIDADE E O CONTATO COM OS EXIBIDORES NOS PRÓXIMOS MESES?

Basicamente daremos continuidade nas demandas e assuntos já em andamento.

E O PRÊMIO ED? CONTINUARÁ A SER REALIZADO? TERÁ MUDANÇAS EM SUA ESTRUTURA?

Sim, esse legado não pode ser descontinuado. Já estamos conversando internamente sobre como vamos proceder daqui para frente.

O SINDICATO JÁ CONQUISTOU MUITOS BENEFÍCIOS PARA O MERCADO, COMO PRETENDE DAR CONTINUIDADE AO LEGADO DEIXADO ATÉ AQUI?

Como o “seu” Eli fazia: trabalhando!

GOSTARIA DE DEIXAR UMA MENSAGEM ESPECIAL AOS EXIBIDORES?

Particularmente, neste caso, me colocar à disposição de todos os exibidores associados do Estado de São Paulo. Qualquer necessidade, é só nos procurar. **E**

MAXILLUSION

TELAS PARA CINEMA DIGITAL 3D

- ❁ Com 13 anos de pesquisas no Brasil a MAXILLUSION se destaca como a única empresa da América Latina a produzir telas Silver e Perolizadas para 3D passivo e 2D Digital com qualidade internacional reconhecida na França*.
- ❁ Garantia da melhor imagem 3D e 2D para sua sala, resultando em uma experiência realmente imersiva!
- ❁ Em constante evolução, a MAXILLUSION lança as telas 2016 com nova tecnologia de pigmentação que está encantando os proprietários de salas de cinema e o público. Emendas invisíveis.
- ❁ Com a capacidade triplicada em 2016, a MAXILLUSION está pronta para receber seu pedido com entrega rápida.
- ❁ Presente em mais de 150 salas de cinema no Brasil.

A tela com o mais alto brilho e as cores mais vívidas!



3D absoluto, perfeito!

www.maxillusion.com.br

contato@maxillusion.com.br

tels.: (51) 4100.8893 | 9806.9028 | Porto Alegre | RS

Produto desenvolvido e fabricado no Brasil 

XPAND^{3D} CINEMA
RECOMMEND MAXILLUSION 3D SILVER SCREENS
for XPAND passive 3D Cinema



centauro - desde 1936 projetando as
melhores soluções para salas de cinema



O cinema é uma das opções de lazer mais queridas no mundo todo e há mais de um século está se reinventando, se adaptando e revolucionando a tecnologia. Tudo para trazer ao expectador novas e incríveis experiências.

Desde 1936 a Centauro vem trabalhando cada vez mais na busca e desenvolvimento de soluções técnicas de integração para projeção e áudio que permitam aos exibidores e suas salas de cinema proporcionar momentos marcantes com sabor de quero mais para todo o público. Do projeto à execução e montagem das salas (compreendendo a implantação de sistemas digitais de informação/TI, projeção e áudio), passando por áreas de suporte técnico e monitoramento de equipamentos 24h, e da comodidade de contar um setor de serviços técnicos com variado estoque de peças de reposição a Centauro inicia a comemoração dos seus 80 anos pronta para transformar os desafios em oportunidades. Fale com a gente e saiba melhor como podemos colaborar e fazer a diferença para o seu negócio.

Ligue (11) 3331-8055 e agende uma apresentação com a nossa equipe comercial.

centauro SIP em parceria com:
DOLBY. CHRISTIE

SISTEMA INTEGRADO DE PROJETOS

Conheça o Centauro SIP - Sistema Integrado de Projetos - um serviço técnico especialmente criado para os exibidores que analisa e indica a melhor configuração para salas de cinema entre áudio, projeção e sistemas de TI, realizado em parceria com as mais importantes marcas do mercado como a Dolby e a Christie.



centauro

www.centauro-cinema.com.br





CINEMA NACIONAL MANTÉM CRESCIMENTO ORGÂNICO

DISTRIBUIDORAS COMENTAM DIFICULDADES DO CONTEÚDO BRASILEIRO NO MERCADO E O AUMENTO DE LANÇAMENTOS NACIONAIS EM 2016

POR VANESSA VIEIRA | FOTOS DIVULGAÇÃO


DESDE SUA RETOMADA EM 1995 com o lançamento de **Carlota Joaquina, a Princesa do Brasil**, o cinema nacional apresenta crescimento constante em seus números. Até o fim da década de 90, não mais de 28 filmes brasileiros eram lançados anualmente nos cinemas. Em 2015, 20 anos depois, mais de 120 estreias comerciais

foram confirmadas. Dessas, três fizeram parte do Top 20 de maiores bilheterias do País e, no Top 10 de títulos nacionais, apenas três produções não cruzaram a marca de 1 milhão de ingressos vendidos, duas tiveram mais de 2 milhões em público e outras duas disputaram a liderança com 3 milhões cada.

Ao todo, foram R\$ 277 milhões arrecadados por longa nacionais, represen-

tando 11,8% da renda total de 2015 e crescimento de 18% em público quando comparado ao período anterior segundo o Informe Preliminar divulgado pela ANCINE (tonk.es/InformeANCINE2015).

Apesar de não serem drásticos, os resultados do cinema brasileiro em 2015 provaram o seu crescimento continuado.



"QUASE MEMÓRIA" E "UMA LOUCURA DE MULHER" SÃO DUAS APOSTAS PARA 2016. JÁ "OS DEZ MANDAMENTOS" SE TORNOU O 2º FILME BRASILEIRO MAIS VISTO DA HISTÓRIA.

Mas se a questão era a surpresa, 2016 parece trazer uma boa dose dela.

Para começar, em janeiro foi registrada a maior pré-venda de um lançamento nacional da história com **Os Dez Mandamentos – O Filme**, longa distribuído pela **Paris Filmes** em parceria com a **Downtown Filmes** que vendeu antecipadamente 3,2 milhões de ingressos. Até o fechamento desta edição, o filme já somava 10,4 milhões de bilhetes, aproximando-se da produção brasileira com maior público até o momento: **Tropa de Elite 2: O Inimigo Agora é Outro** (2010), com mais de 11 milhões.

O mês de janeiro teve um lançamento nacional por semana, assim como acontecerá em maio e outubro, sendo que este último conta com mais de uma estreia por semana. Das 52 cine-semanas deste ano, 18 não contam com lançamentos brasileiros e, dessas, apenas cinco não terão grandes estreias internacionais de acordo com a Grade de Concorrência, lançada no **Portal Exibidor** no início de março.

Com meses que chegam a ter oito novos longas nacionais confirmados, 2016 promete ser um ano e tanto para a cinematografia nacional. Por isso, a **Revista Exibidor** entrevistou executivos de distribuidoras brasileiras que comentaram as conquistas e dificuldades do mercado, bem como o aumento da quantidade de conteúdos nacionais que serão lançados neste ano.

OS DESAFIOS DO CONTEÚDO

Poucas salas. Essa foi uma questão apontada várias vezes pelos entrevistados: o Brasil ainda teria um número

insuficiente de salas de exibição para que filmes nacionais menores realmente possam ter um espaço apropriado, consequentemente, a falta de espaço concentraria o mercado.

Sandro Rodrigues, diretor da H2O Films, comenta que, em 2015, cerca de 10 projetos cinematográficos ficaram com quase 85% do mercado, o que exemplificaria a afirmação de o setor ser “apertado” para produções menores. Rodrigues explica que, dos mais de 120 filmes nacionais levados às salas de exibição em 2015, a maioria vendeu apenas cerca de 10 mil ingressos cada. Ao mesmo tempo, o executivo defende que o mercado de cinema não é difícil para a distribuição de longas nacionais, mas que tem se tornado cada vez mais exigente.

Para ele, outro ponto que dificulta a distribuição de conteúdo brasileiro é a restrição ao uso de um só modelo de projeto, geralmente envolvendo a comédia e um mesmo elenco conhecido. Por isso, uma das soluções seria expandir cada vez mais a produção para outros gêneros para ter outros sucessos como **Tropa de Elite** (2007) e também um aumento entre os filmes médios. Bruno Wainer, diretor da Downtown, tem a mesma opinião sobre faltar títulos à cinematografia brasileira que, para o executivo, precisa de mais projetos com apelo popular para que sejam bem-sucedidos.

Apesar de concordar com Rodrigues quanto à falta de salas de cinema no País, André Sturm, da Pandora Filmes, questiona a necessidade de se lançar uma produção no cinema. “Pensando fora da caixa, um horário nobre na televisão poderia garantir uma audiência muito maior para alguns filmes nacionais, fazendo com que o dinheiro público investido neles seja mais rentável. Alguns longas entram e saem do cinema com menos de mil espectadores e isso é preocupante”. Sturm sugere também a

possibilidade de uma política de preços que permitisse a ida ao cinema a um público maior.

Já no âmbito das estratégias de divulgação de um conteúdo nacional, Wilson Feitosa, diretor da Europa Filmes, afirma que é preciso ter campanhas menos individualizadas. “Trabalha-se apenas em cima de produtos, não temos nenhuma campanha feita em cima do cinema brasileiro”. Já Marcos Scherer, diretor da Imagem Filmes, destaca outra dificuldade em relação à divulgação e aceitação dos longas nacionais. Para ele, a região Sul do País, principalmente, seria um ponto do mercado no qual ainda sente ter mais desafios para distribuir filmes brasileiros.

OTIMISMO E CONQUISTAS

A cinematografia nacional ainda tem dificuldades e obstáculos a superar. No entanto, também tem motivo para comemorar.

“Os resultados que obtemos ano a ano nos fazem acreditar que o filme brasileiro, quando apropriado, é cada vez mais querido pelo público”, defende Bruno Wainer. Já para Marcos Scherer, da Imagem, o crescimento continuado do conteúdo nacional é uma conquista alcançada por um conjunto de fatores como o aumento do investimento da ANCINE tanto em produção quando distribuição, bem como o amadurecimento de projetos.

Wilson Feitosa, por sua vez, destaca como ganho para todo o mercado a redução do tempo levado para captação e produção dos filmes realizados dentro do País. O executivo da Europa Filmes também afirma que o cinema nacional teria melhorado sua qualidade tanto artística quanto comercial. “Se o público

vai ver esses filmes é porque gosta. Então, independentemente de ser de qualidade ou não, pelo menos ele está divertindo as pessoas. Tanto é que temos longas aí fazendo 3, 4 ou 5 milhões de público, um número que é difícil para muitos *blockbusters* alcançarem”, explica.

Para que os conteúdos brasileiros continuem fazendo sucesso, Sandro Rodrigues, da H2O Films, defende que é preciso sair cada vez mais do modelo tradicional na comunicação do filme. O executivo exemplifica com o caso de **Apaixonados – O Filme**, que foi lançado em março deste ano e recebeu uma campanha com foco nas redes sociais e no público feminino. “O mundo online hoje é uma realidade e a dispersão é muito grande, então você tem que ter uma estratégia bem diferenciada”, conta. Apesar

de seu line-up de filmes brasileiros em 2016 ter a possibilidade de dobrar em relação ao ano passado, o que depende da confirmação da entrada de um título do qual não pode ainda falar e que deve ser também a maior aposta da distribuidora, Rodrigues afirma que 2017 será um ano importante para a empresa.

Entre as majors de Hollywood apenas três têm conteúdo brasileiro confirmado em seu line-up de 2016: Fox, Universal e Warner, com um título cada.

MAIS ESTREIAS CHEGANDO

Ao todo, as cinco empresas nacionais entrevistadas pela **Exibidor** apresentam juntas um crescimento de 70% no número de estreias comerciais de produtos brasileiros em relação a 2015, ainda que alguns lançamentos ainda não estejam totalmente confirmados. Algumas como a Europa Filmes, a H2O Films e

a Imagem Filmes cresceram ao menos 50% em número de lançamentos.

Ainda que os números surpreendam, todas as distribuidoras apresentam crescimento de forma orgânica. Na Europa Filmes, por exemplo, Wilson Feitosa explica que a distribuidora estava com muitos filmes em prospecção e que, de repente, eles ficaram prontos e, por isso, teriam duplicado sua oferta de títulos nacionais neste ano. A chegada de novos projetos já teria, inclusive, garantido line-up para 2017 e o primeiro semestre de 2018.

Dessa maneira contínua e confiante, o cinema nacional se impõe no mercado, mantém seu crescimento e deve trazer cada vez mais surpresas nas bilheteria do País. É só uma questão de oportunidade, tempo, qualidade e divulgação. ■

O QUE ESPERAR

DISTRIBUIDORA	TÍTULOS EM 2015	MAIOR SUCESSO DE 2015	FILMES PREVISTOS PARA 2016	APOSTA PARA 2016
DOWNTOWN FILMES	12	LOUCAS PRA CASAR – 3,7 MI	15	OS DEZ MANDAMENTOS ¹
EUROPA FILMES	6	S.O.S. MULHERES AO MAR 2 – 1,5 MI	12	O FILME DA MINHA VIDA
H2O FILMS	3	VAI QUE COLA – 3,3 MI	6	PREFERIU NÃO INFORMAR
IMAGEM FILMES	4	CARAS DE PAU ² – 1,2 MI	11	FADA / UMA LOUCURA DE MULHER
PANDORA FILMES	5	QUE HORAS ELA VOLTA? – 492 MIL	7	QUASE MEMÓRIA

¹ Já lançado em 2016 e com sucesso confirmado

² Lançado em 2014, mas com faturamento em 2015

—A MAIS INCRÍVEL—
EXPERIÊNCIA EM 3D


masterImage
ABSOLUTELY 3D

O seu parceiro digital na América Latina

- O 3D com a mais elevada eficiência de luz e a melhor qualidade de imagens
- Suporte local 24/7
- Mais de 8.200 sistemas instalados em todo o mundo
- Uma empresa global com modelos de negócios sob medida para você

cinema@masterimage3d.com | masterimage3d.com

AQUI A SUA PRO



ESTREIA 12 DE MAIO



ESTREIA 30 DE JUNHO

Peça nossos materiais. Exiba nossos Trailers e Cartazes.
Email: contato@maresfilmes.com.br - Tel.: (11) 41919215

GRAMAÇÃO É VIP

TOM HANKS



**UM
HOLOGRAMA
PARA O REI**

BASEADO NO BESTSELLER INTERNACIONAL

ESTREIA 16 DE JUNHO

EWAN MCGREGOR



**ÚLTIMOS DIAS
NO DESERTO**

ESTREIA 26 DE MAIO

 /maresfilmes

MARES
FILMES



LOGÍSTICA: OS BASTIDORES DA BOMBONIÈRE

DE CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO À REDISTRIBUIÇÃO EM ÂMBITO NACIONAL, EXIBIDORES USAM DIFERENTES SOLUÇÕES PARA GARANTIR A PRÉSENÇA DE SEUS PRODUTOS NAS PRATELEIRAS

POR VANESSA VIEIRA | FOTOS DIVULGAÇÃO



HIGIENIZAÇÃO CORRETA, bons produtos e treinamento eficiente para funcionários são pontos essenciais no cuidado da bombonière. A **Revista Exibidor**, inclusive, já publicou matérias relacionadas a esse serviço como em “Do outro lado do balcão” (tonk.es/doutroladodobalcao), sobre equilíbrio do relacionamento entre exibidor e cliente, ou ainda a capa da 4ª edição: “50 dicas para bombonières” (tonk.es/50dicasbombonieres). No entanto, existem outras questões que também impactam na qualidade do atendimento na bombonière como o controle de estoque, de validade, de variedade e de preços – todos influenciados pelo planejamento logístico.

Pode parecer muito, mas quanto mais cuidado melhor. Afinal, a bombonière é responsável por boa parte da renda do exibidor. E, graças à toda a atenção que esse serviço recebe, o consumidor pode ir ao cinema com a certeza de que encontrará a pipoca, o refrigerante e doces ou mesmo um vinho e até pipoca gourmet em alguns casos.

Pensando nisso, a **Exibidor** entrevistou exibidores com negócios de vários tamanhos e com atuação em diferentes regiões do Brasil para conhecer as soluções de suprimento utilizadas por cada um. Há quem prefira ter um Centro de Distribuição – CD próprio com toda a infraestrutura e pessoal necessários, contar com fornecedores locais, mesclar soluções ou ainda recorrer a fornecedores para todo o País.

Enquanto a ideia de ter um CD administrado pelo exibidor pode trazer agilidade à reposição de produtos e facilidade à negociação de preços junto a fornecedores, ela também pode ser custosa e até ineficiente caso os complexos estejam muito espalhados pelo Brasil. Depender apenas de fornecedores locais, por outro lado, pode facilitar o controle de validades e diminuir o espaço para es-

toque, mas, ao mesmo tempo, reduzir as possibilidades de negociação de preços.

Mesclar essas opções é uma alternativa para equilibrar prós e contras de cada uma. Porém, pode requerer contratações e ser duplamente mais dispendiosa se não tiver uma implantação cuidadosa.

Já a redistribuição por meio de fornecedores nacionais pode ser vantajosa para as grandes redes que estão muito espalhadas pelo País. Mas isso não significa que seja igualmente benéfica àquelas mais concentradas regionalmente.

Cada opção guarda vantagens e desvantagens e, por isso, deve ser escolhida com cautela.

CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO: VIÁVEL PARA QUEM?

Um CD ou Centro de Distribuição é um espaço, geralmente de amplas proporções, no qual se armazena grandes quantidades de produtos para depois encaminhá-los para pontos de vendas ou clientes conforme a demanda. Indústrias e o setor de serviços costumam optar pela implantação de um CD quando necessitam de maior agilidade e precisão em suas entregas. Isso porque, com o produto já “em mãos” e verificado, fica só o trabalho de entregá-lo.

Quando se pensa em um espaço desses, deve-se levar em conta que a implantação exigirá a contratação de profissionais, a compra ou aluguel de um espaço e sua estruturação, bem como a criação de uma frota própria de veículos. Como benefícios, há a diminuição do espaço para estoque dentro dos cinemas, já que o CD poderá supri-los de acordo com a demanda e, além disso, o exibidor ainda poderá melhorar a negociação de produtos porque realizará pedidos maiores.

No entanto, essa opção não significa somente benefícios. “As vantagens de se ter um CD são a possibilidade de parcerias especiais com algumas marcas e, principalmente, a diminuição nos custos por conta da quantidade comprada. A grande desvantagem é a dificuldade de conseguir

distribuir os produtos por este Brasil, onde a infraestrutura rodoviária, por exemplo, é péssima”, comenta Márcio Eli, CEO da Centerplex Cinemas. Portanto, a atual infraestrutura dos meios de transporte brasileiros deve ser levada em conta, já que pode tornar essa solução inviável se os cinemas estiverem muito espalhados, até porque a própria distância poderia diminuir a eficiência que é a característica mais competitiva de um CD.

Dos exibidores entrevistados, nenhum atua apenas com um Centro de Distribuição próprio, embora a Centerplex já esteja em processo de mudar a sua solução atual, que integra um espaço similar a fornecedores locais, para o uso exclusivo do CD. Hoje a rede está em seis Estados brasileiros que podem ser divididos por proximidade em dois núcleos: São Paulo-Minas Gerais e Norte-Nordeste.

FORNECEDORES LOCAIS E SEUS PREÇOS

É preciso levar em conta que administrar um CD próprio pode ser uma tarefa complexa e que demanda certa expertise. Uma solução diferente é contar com fornecedores locais que já estão próximos do cinema.

A Lumière Cinemas foi a única exibidora entrevistada que optou apenas pelos fornecedores locais. A rede está presente em cinco Estados: São Paulo, Goiás, Tocantins, Alagoas e Paraná. Por conta de sua atuação ser espalhada pelo Brasil, os fornecedores locais são mais rápidos na entrega dos produtos. José Augusto Vieira, gerente operacional da empresa, aponta que outra vantagem dessa solução é a possibilidade que tem de efetuar a reposição em dias variados. “O que destacamos como desvantagem é a negociação limitada em relação a valores e certa dificuldade na inserção de produtos novos no mix”, explica.



BOMBONIÈRES DO CENTERPLEX MARACANÁ (CE)
E KINOPLEX ITAIM (SP)

A empresa também trabalha com exclusividade no fornecimento de bebidas, o que garante um melhor atendimento segundo Vieira, para quem o modelo de suprimento da Lumière é satisfatório.

SOLUÇÃO LOGÍSTICA INTEGRADA

A maioria dos exibidores entrevistados utilizam uma solução integrada para o suprimento de suas bombonières, somando o CD e o fornecedor local. Além do caso da Centerplex, a Moviecom e a Cine Show também se valem de um modelo híbrido.

Gustavo Ballarin, diretor de operações e marketing da Moviecom, explica que o CD hoje é visado para produtos como copos e bobinas que vêm de fabricantes que trabalham com prazos maiores. Porém, para ele, não há como centrar a logística só no Centro de Distribuição porque a rede está espalhada por sete Estados.

Na Cine Show, o uso de CD próprio se dá por conta de produtos de alto consumo e baixa perecibilidade como embalagens, milho e óleo.

Em ambas as redes, o uso de fornecedores locais se restringe a produtos de menor consumo ou muito perecíveis. “A principal vantagem de uma solução integrada é reduzir procedimentos internos e ter uma

estrutura enxuta. A desvantagem é pagar mais caro no fornecedor local”, conta Cícero Celes, diretor de marketing da Cine Show, que também aponta o interesse da exibidora em um dia utilizar apenas o CD, mas ainda não há iniciativa prevista nesse sentido. Os dez cinemas da empresa estão no Estado do Rio de Janeiro.

REDISTRIBUIÇÃO NACIONAL E OPERADOR LOGÍSTICO

Outra opção de modelo logístico é a redistribuição nacional por meio de fornecedores utilizada pela Kinoplex. A rede está em dez Estados brasileiros com cerca de trinta cinemas que somam mais de 180 salas.

De acordo com Patrícia Cotta, gerente de marketing da exibidora, a solução permite que a Kinoplex tenha entregas individualizadas por operação. “Os fornecedores não são necessariamente locais, a maioria é parceiro nacional, o que viabiliza um melhor controle de desempenho de nosso mix por operação, maximizando oportunidades sem perder o ganho de escala comercial junto aos fornecedores. A vantagem desse modelo é não ter o custo logístico e operacional de um CD, além de poder dar foco ao que é nossa expertise”, explica.

Patrícia aponta que o modelo exige também alguns cuidados como ter controle diário das performances do mix e evitar um estoque muito alto dentro dos

cinemas. Ela conta também que a solução tem se consolidado cada vez mais com a expansão da Kinoplex.

Outra possibilidade de entrega em âmbito nacional é o uso de um operador logístico, usado, por exemplo, na Cinemark. A função do operador se restringe a consolidar os pedidos da rede e entregar os produtos nos complexos. Dessa maneira, o modelo é como ter um CD que é terceirizado em vez de ser do exibidor, que também fica responsável pela negociação com os fornecedores. “As maiores vantagens de trabalharmos com o operador logístico são: diminuir o número de entregas nos complexos e deixar a carga deles a gestão de estoque e logística”, afirma Bruno Oliveira, diretor de alimentos e bebidas da Cinemark.

NEGÓCIOS DIFERENTES, SOLUÇÕES ADAPTÁVEIS

Não há um consenso para o exibidor sobre qual o modelo logístico mais adequado ao seu negócio, tendo em vista a diversidade do mercado. No entanto, é preciso avaliar e comparar as soluções disponíveis para buscar a mais compatível ao seu cinema. Nem sempre, a solução do “vizinho” é a mais adequada, mas pode iluminar a decisão de outros e fazer com que a escolha seja mais fácil e menos traumática. ■

INDUSTRIAS IDEAL



ANIVERSARIO



LÍDER MUNDIAL
na fabricação de poltronas
desde 1926

ELES CONFIAM EM NÓS

- CINEPOLIS
- CINECOLOMBIA
- SANTILOS
- CINEMARK
- GNC
- HOYTS
- CINEMEX
- CINEPLANET
- CARIBBEAN

WWW.INDUSTRIASIDEAL.COM

00XX525541604018

10 ANOS DE DOWNTOWN

POR: BRUNO WAINER

A **DOWNTOWN FILMES** completa 10 anos de existência.

Única distribuidora dedicada 100% ao filme nacional, até março de 2016 lançamos 86 filmes, 11,2% do total de títulos brasileiros (765) e vendemos nada menos que 80 milhões de ingressos, 46% do total de ingressos vendidos (174 milhões) no período.

Oito dos nossos títulos estão no TOP 15. Somos, em parceria com a Paris Filmes, líderes desde 2011. A partir de 2013 ocupamos mais de 50% do Market Share do cinema brasileiro. Números que obviamente me enchem de orgulho.

Para chegar aqui trilhei um longo caminho.

Trabalho na indústria cinematográfica há 38 anos. Minha escola foi nos sets de cinema. Tive o privilégio de aprender com grandes mestres: Cacá Diegues, Arnaldo Jabor, Joaquim Pedro de Andrade, Ruy Guerra, Walter Lima, Roberto Farias, Walter Salles e Hector Babenco.

Mas, o meu grande professor foi o Luis Carlos Barreto, com quem adquiri o amor pelo cinema brasileiro e a obsessão pela conquista do público.

A experiência na produção foi fundamental para minha carreira de distribuidor.

Vivi o fim da Embrafilme nos anos 90. Enquanto a maioria dos meus colegas migrou para a publicidade e para TV, recebi um convite do Marc Beauchamps para me associar na criação de uma distribuidora. Nem sabia o que era isso, mas resolvi topá-lo. Criamos a Lumière, que foi a aventura de uma vida, onde aprendi tudo sobre distribuição.

Foram 15 anos excepcionais. Devo muito ao Marc, muito talentoso, com um raro tino para os negócios e um trânsito excelente no mercado internacional.

Nos tornamos distribuidores exclusivos da Miramax, na época a mais im-

portante distribuidora independente do mundo. Seu modelo foi uma escola fundamental para mim, um mini estúdio independente que produz, coproduz e distribui. E pensa grande.

Outro momento determinante foi a reaproximação com o cinema nacional. Tive o privilégio de ter distribuído dois dos três maiores ícones do cinema nacional da retomada – **Central do Brasil e Cidade de Deus** (o outro é **Tropa de Elite**), além de alguns outros grandes sucessos como **Olga** e **Os Normais**. Ali, comecei a vivenciar o enorme potencial do cinema brasileiro.

Em 2006, ao fundar a Downtown, minha ideia era reproduzir o modelo da Lumière, distribuir filmes independentes estrangeiros e ficar de olho nas oportunidades do cinema nacional. Mas o mercado independente entrava em uma crise da qual não mais saiu e essa fonte de fornecimento de filmes secou. Essa situação quase quebrou a Downtown logo no seu 1º ano.

Foi então que, percebendo que a AN-CINE resolvera estimular distribuidoras independentes a lançar filmes nacionais, com a criação do PAR, tive um insight e resolvi partir para um caminho ainda não ocupado: a distribuição exclusiva de filmes brasileiros.

Essa decisão foi tomada em 2007. Em 2008, comecei a nova fase lançando em parceria com a Sony o campeão do ano, **Meu Nome Não é Johnny**.

Desde o 1º momento entendi que só sobreviveria com parcerias, pois não tinha musculatura para encarar a empreitada sozinho.

Encontrei o parceiro ideal na Paris Filmes. Tudo começou em 2011 quando propus ao Marcio Fracaroli a co-distribuição dos projetos **De Pernas Pro Ar e Cilada.com**, os maiores sucessos daquele ano. O Marcio, muito inteligente, aprendeu rápido e assegurou a distribuição de dois excelentes projetos para 2012, **Até**

que A Sorte Nos Separe e E Ai, Co-meu?. Em um gesto de visão e generosidade, me ofereceu parceria como retribuição pelo **Pernas e Cilada** – em 2012 eu não tinha projetos relevantes.

No decorrer daquele ano, entendemos que deveríamos nos unir nas operações do cinema nacional. Juntos éramos muito mais fortes, passávamos a ser um fornecedor de respeito e também diluíamos o risco, alto nesse negócio.

Desde então, lançamos juntos 50 filmes e vendemos mais de 70 milhões de ingressos. É uma parceria vitoriosa, que achou o seu funcionamento na prática. Tanto a Downtown como a Paris escolhem livremente seus projetos. A discussão só acontece na hora de determinar a estratégia de lançamento dos filmes e é muito benéfica, pois trazemos a experiência de ambos.

Dez anos após sua criação, a Downtown atingiu o estágio fundamental para o sucesso, que é a capacidade de planejamento. Hoje sei qual será o line-up de 2017 e 2018. Tenho mais de 50 projetos em diversas fases de desenvolvimento: filmes em finalização, filmagem, preparação e roteirização.

Ao longo do tempo vou descobrindo quem são os parceiros com que tenho mais afinidade. Trabalho com profissionais consagrados, mas também novos talentos. O meu olhar está muito afiado e meu foco em busca do resultado é total. Tenho certeza que o melhor ainda está por vir. **E**



BRUNO WAINER | COMEÇOU SUA CARREIRA NO CINEMA EM 1978 COM 17 ANOS COMO ESTAGIÁRIO NO FILME "BYE BYE BRASIL". EM 1991, INICIOU NOVA ETAPA PROFISSIONAL SE ASSOCIANDO À DISTRIBUIDORA LUMIÈRE. EM 2006, FUNDOU A DOWNTOWN FILMES, A 1ª DISTRIBUIDORA PRIVADA DEDICADA EXCLUSIVAMENTE AO CINEMA NACIONAL. ATÉ MARÇO DE 2015 LANÇOU 98 FILMES BRASILEIROS QUE VENDERAM 70 MILHÕES DE INGRESSOS.

APENAS OS FORTES SOBREVIVERÃO



X-MEN APOCALIPSE

TAMBÉM EM 2D, DOLBY.ATMOS[®], REAL D E IMAX



#XMEN
XMENFILMES.COM.BR
@XMENFILMES



© 2015 TWENTIETH CENTURY FOX. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA. PROPRIEDADE DA FOX. SOMENTE PARA USO PROMOCIONAL. VENDA, DUPLICAÇÃO OU QUALQUER OUTRO USO DESTE MATERIAL É ESTRITAMENTE PROIBIDO.

19 DE MAIO NOS CINEMAS EM 3D

TIVEMOS 20 ANOS
PARA NOS PREPARAR.
ELES TAMBÉM.

INDEPENDENCE DAY

O RESSURGIMENTO

#IndependenceDay
IndependenceDay2.com.br

TAMBÉM EM 2D, DOLBY ATMOS, REALD E IMAX

© 2016 TWENTIETH CENTURY FOX. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA. PROPRIEDADE DA FOX. SOMENTE PARA USO PROMOCIONAL. VENDA, DUPLICAÇÃO OU QUALQUER OUTRO USO DESTES MATERIAIS É ESTREITAMENTE PROIBIDO.



23 DE JUNHO NOS CINEMAS EM 3D

É NOZ NO ESPAÇO.




Blue Sky

A ERA DO GELO O BIG BANG

Blue Sky

#AEraDoGelo

TAMBÉM EM 2D,  DOLBY ATMOS E REAL D

 /aeradogelooficial



ICE AGE: COLLISION COURSE TM & © 2016 TWENTIETH CENTURY FOX FILM CORPORATION. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA. PROPRIEDADE DA FOX. SOMENTE PARA USO PROMOCIONAL. VENDA, DUPLICAÇÃO OU QUALQUER OUTRO USO DESTES MATERIAIS É ESTRITAMENTE PROIBIDO.

7 DE JULHO NOS CINEMAS EM 3D

DO MESMO DIRETOR DE EDWARD MÃOS-DE-TESOURA,
A FANTÁSTICA FÁBRICA DE CHOCOLATE
E ALICE NO PAÍS DAS MARAVILHAS



UM FILME DE TIM BURTON

O LAR

DAS CRIANÇAS PECULIARES

MÚSICA MIKE HIGHAM & MATTHEW MARGESON PRODUÇÃO PETER CHERNIN JENNO TOPPING
BASEADO NO ROMANCE RANSOM RIGGS PUBLICADO PELA EDITORA LEYA ROTEIRO JANE GOLDMAN DIREÇÃO TIM BURTON

#OLarDasCriançasPeculiares

©2016 TWENTIETH CENTURY FOX. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA. PROPRIEDADE DA FOX. SOMENTE PARA USO PROMOCIONAL, VENDA, DUPLICAÇÃO OU QUALQUER OUTRO USO DESTES MATERIAIS É ESTRITAMENTE PROIBIDO.

SETEMBRO NOS CINEMAS

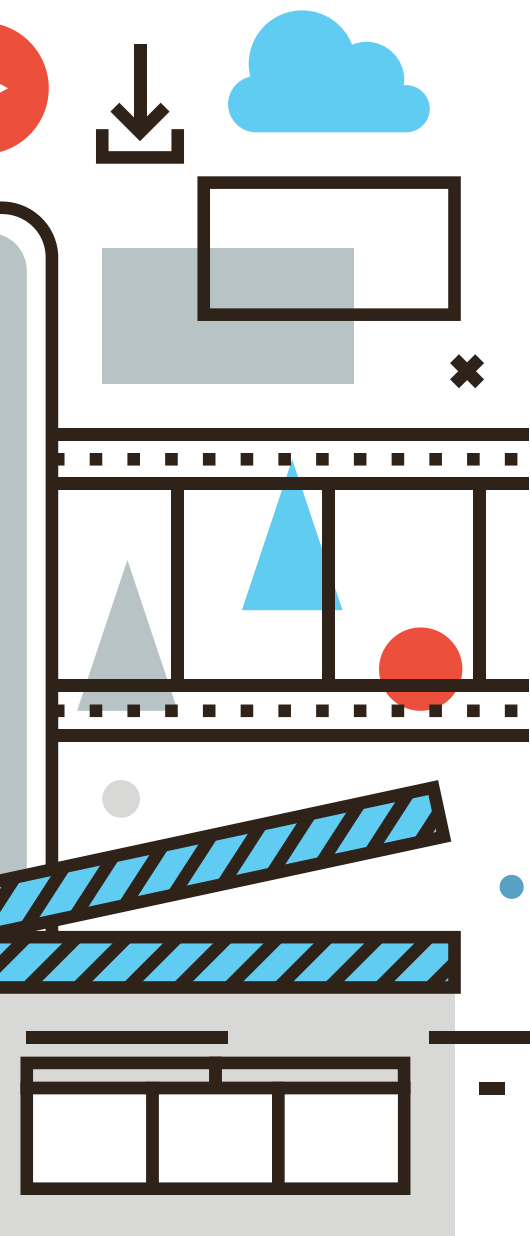
 DREAMWORKS



TAMBÉM EM 2D

OUTUBRO NOS CINEMAS EM 3D





EM QUAL JANELA?

A DINÂMICA DA DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO VEM MUDANDO E TRAZENDO NOVAS POSSIBILIDADES. EXIBIDORES, DISTRIBUIDORES E OUTROS SEGMENTOS COMENTAM A QUESTÃO DAS JANELAS E COMO PREVEEM QUE CONTINUARÁ

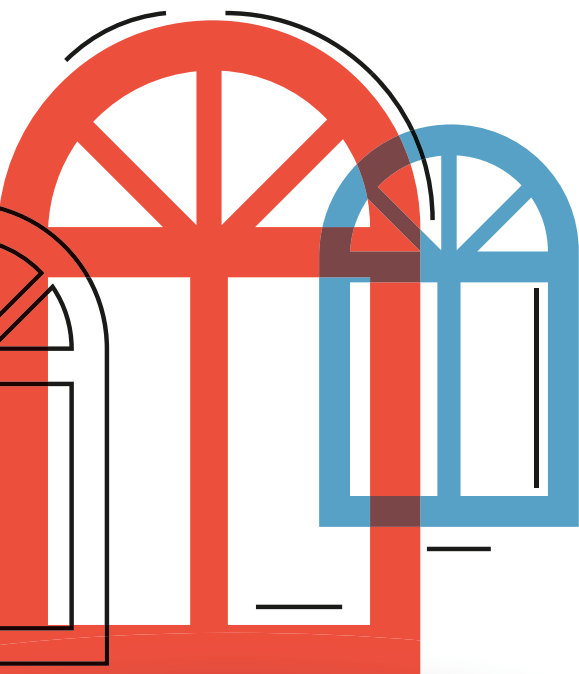
POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

A DIVULGAÇÃO DO SISTEMA *Screening Room* reacendeu um antigo debate no mercado: a questão das janelas. O serviço pretende disponibilizar filmes para o público assistir em casa, no mesmo momento em que as produções estiverem em cartaz. A diferença é que o serviço quer ofertar junto à exibição do filme mais dois ingressos para que o cinéfilo tenha opção de ir também ao cinema (tonk.es/screeningroom). A tentativa agora é convencer os exibidores de que a ideia pode funcionar. Cineastas têm comentado o projeto, uns a favor, inclusive participando como investidores, outros contra, e o debate certamente continuará.

Enquanto a novidade não chega ao Brasil, os executivos discursam sobre como têm percebido a questão das janelas por aqui, as soluções e parcerias que vislumbram e como acreditam que será o futuro.

A **Revista Exibidor** já citou o assunto em três edições e agora retoma o debate em profundidade para saber a opinião dos profissionais e qual o cenário que está se configurando.

Afinal, a existência, diminuição ou a extinção de janelas regulares prejudica o mercado cinematográfico?



A JANELA DO PRESENTE

A sala de exibição sempre foi vista como a porta de entrada para os cinéfilos. Com a era das locadoras, isso se manteve e hoje, com a chegada de novas plataformas VOD (*video on demand*) como o Netflix, as janelas encurtaram, deixaram de existir em alguns projetos e passaram a coexistir em outros, fazendo com que a entrada para o consumo da sétima arte pudesse ocorrer de várias formas.

Antes, os espaços entre as janelas eram bem definidos e isso era claro entre exibidores e distribuidores. Segundo a Europa Filmes, o longa entrava nos cinemas e após quase seis meses ia para o vídeo. Com a queda do DVD e o crescimento do VOD, esse período diminuiu para quatro meses ou até menos.

“Acaba parecendo que é uma coisa simultânea e na verdade não é porque esses quatro meses são contados a partir da data de estreia”, completa Wilson Feitosa, da Europa Filmes.

Do ponto de vista da Imovison, as janelas diminuíram de uma forma geral, mas “ainda não existem regras claras como há 10 anos”, menciona Jean Thomas, diretor da empresa e do Reserva Cultural. O que talvez seja o principal motivo de o mercado não ver com bons olhos. Os acordos parecem “obscuros” e, se cada projeto é um projeto, os exibidores não sabem exatamente o que esperar das janelas.

“Hoje, as janelas variam de 90 a 120 dias e isso é o máximo que podemos chegar sem prejudicar os resultados do mercado de cinema”, comenta a gerente de marketing do Kinoplex, Patrícia Cotta.

Diante do dilema, exibidores lutam por, no mínimo, a manutenção das janelas, mas também estão tendo de conviver com o surgimento de novas plataformas como maneiras de cativar o público para o cinema.

“O estreitamento das janelas é um caminho natural decorrente de fatores como: aumento do número de produções nos últimos anos, do número limitado de salas de exibição, e, principalmente, da entrada de um novo player com grande importância como é o VOD na cadeia produtiva da exibição”, argumenta Paulo Mendonça, diretor-geral do Canal Brasil.

Ele explica que esse fenômeno vem sendo percebido pelo Canal Brasil por conta dos períodos cada vez menores entre o cinema e a plataforma *on demand*.

Adhemar de Oliveira, do Circuito Espaço de Cinema, vê a questão das janelas como “um mal necessário”. Para ele, são as salas de cinema que constroem a visibilidade de um filme e a impossibilidade de ter essa primazia colocaria o atual modelo em risco.

Hormar Castello Jr., diretor do GNC Cinemas, também é a favor da prioridade nas telonas. “Existe uma tentativa de diminuição ou mesmo de retirada dessas janelas, o que deve ser evitado. Acredito que alguns filmes, de menor porte em termos mercadológicos, poderiam ter um tratamento diferenciado, mas com um acordo prévio. Tenho receio que as pressões sejam muito fortes e que os cinemas possam abreviar as janelas. É imprescindível que as salas permaneçam com essa primazia para não perder o público duramente conquistado”, ressalta.

JANELAS INTEGRADAS

Algumas distribuidoras estão trabalhando as janelas simultaneamente ou até mesmo invertendo a ordem delas. A estratégia tem servido como tentativa de criar alternativas criativas para atrair público e trabalhar o produto final, o filme, da melhor maneira possível.

Adhemar vê essas iniciativas como “experimentos, mas que não se adequam a todos os produtos. São para filmes de nicho”. Ele cita um case que aconteceu há cinco anos e que não foi bem-sucedido. O filme saiu em todas as mídias, mas não obteve um resultado favorável. Então o modelo não pode se aplicar a qualquer produção.

Experiência similar ocorreu com **Latitudes** (2013), de Felipe Braga. O filme foi lançado primeiro na internet e depois nos cinemas com um corte diferenciado, sendo bem recebido pelo público das duas formas. O projeto transmídia usou o mesmo conteúdo com edições diferentes para cada janela.

No caso de **A Culpa é das Estrelas** (2014), o longa ficou no serviço do Telecine Premium por 48 horas apenas 78 dias depois de estrear na telona. A bilheteria total não foi afetada e o filme contabilizou mais de 6 milhões de ingressos.

Segundo a Downtown Filmes, convencionou-se a prática de 12 semanas exclusivas até a exploração no VOD, mas o filme **Loucas Pra Casar** foi ofertado em um segmento chamado VOD *premium*, oito semanas após o lançamento, sendo recordista nos cinemas e no vídeo por demanda.

“Os exibidores reclamaram muito e tivemos que recuar. Considerei a reclamação inconsistente, mas respeito o ritmo de mudanças determinado pelo mercado como um todo”, contou Wainer.

Outros cases foram apontados pela Europa Filmes. Um deles foi **Faroeste Caboclo** (2013). Segundo a distribuidora, os resultados foram bem-sucedidos tanto no cinema como nas mídias *Pay-per-view* e VOD. “Ele cumpriu todas as janelas com sucesso”, confirma Wilson Feitosa. Ele cita também **S.O.S. Mulheres ao Mar 2**, que cumpriu a janela entre o cinema e a *Pay-tv* e obteve bons resultados.

“Acho que as distribuidoras estão apenas testando as estratégias. Por enquanto, apenas uma ou outra distribuidora pequena aposta no VOD como janela principal. Ainda não existe uma linha de pensamento adequada e nenhuma estratégia nova mostrou um avanço de fato”, pondera o diretor da Imovision, Jean Thomas.

Outro aspecto, abordado pelo diretor geral da MPA, Ricardo Castanheira,

é que o cinema e a TV não são finitos. “Passamos do status de meros espectadores a um patamar interativo que nos permite ser criadores e distribuidores. Do cinema para a televisão aberta, da televisão aberta para o *home-entertainment* e assim por diante”.

Assim, novas tecnologias chegam para alterar o modelo das vigentes, mas não para exterminá-las.

Independente da janela, as distribuidoras focam no trabalho voltado ao lançamento do produto, com ferramentas de marketing, assessoria de imprensa e trabalho nas redes sociais. “Temos sempre que procurar o máximo de oportunidades para a divulgação. Tem que mostrar o porquê aquele filme merece ser visto e por quem”, afirma Wilson Feitosa, da Europa Filmes.

“LATITUDES” FOI LANÇADO PRIMEIRO NA INTERNET E “A CULPA É DAS ESTRELAS” FICOU NO TELECINE PREMIUM POR 48 HS APÓS 78 DIAS DA ESTREIA



JANELA INDISCRETA

UM DOS AGRAVANTES PARA A MANUTENÇÃO DE ESPAÇOS MUITO LONGOS ENTRE AS JANELAS É A PIRATARIA.

“A MEDIDA QUE OS FILMES ESTÃO DISPONIBILIZADOS EM CINEMA, A PIRATARIA JÁ TEM ACESSO. O DISTRIBUIDOR E O PRODUTOR TÊM DE SE PROTEGER E FAZER COM QUE O SEU CONTEÚDO CUMPRE AS JANELAS ANTES QUE A PIRATARIA CHEGUE AO MERCADO”, RELATA WILSON FEITOSA, DA EUROPA FILMES.

PATRICIA COTTA, DO KINOPLEX, TAMBÉM CITA ESSA QUESTÃO. “O FILME ACABA DE SER LANÇADO E JÁ É POSSÍVEL BAIXÁ-LO NA INTERNET, INCLUSIVE COM LEGENDAS SINCRONIZADAS. ISTO É UM ABSURDO E PREJUDICA TODA A INDÚSTRIA. O FOCO NESSE PROCESSO DEVE SER TOTAL”.

A MPA COMENTA QUE, POR ESSE PONTO DE VISTA, A MAIOR DISPONIBILIZAÇÃO DE CONTEÚDO CRIA MECANISMOS DE COMBATE EFETIVO À PIRATARIA E QUE, POR ESSE MOTIVO, SERIA VIÁVEL. “QUANTO MAIOR A DISPONIBILIDADE LEGAL DE CONTEÚDO, MAIORES AS CHANCES DE UM CONSUMIDOR ESCOLHER UM SERVIÇO LEGÍTIMO AO CONSUMO DE PIRATARIA. A SITUAÇÃO ATUAL É MUITO FAVORÁVEL PARA ISSO NA MEDIDA EM QUE PROLIFERAM OS SERVIÇOS LICENCIADOS DE *STREAMING*”, PONDERA CASTANHEIRA.

A SPCINE ESTÁ ABRINDO NA CAPITAL PAULISTA UM CIRCUITO DE EXIBIÇÃO PARA QUE LOCAIS MAIS REMOTOS DA CIDADE TENHAM CINEMA. NO INÍCIO, A INICIATIVA PREOCUPOU OS EXIBIDORES, POIS TALVEZ CONFLITASSE COM A PROGRAMAÇÃO DE OUTROS CINEMAS, ESPECIALMENTE OS LOCALIZADOS EM SHOPPINGS. NO ENTANTO, ALFREDO MANEVY, DA SPCINE, INFORMOU QUE A LOCALIZAÇÃO TERRITORIAL E A CLASSE SOCIAL ATINGIDA NÃO ABRANGEM O MESMO PÚBLICO E QUE O PRINCIPAL OBJETIVO DO PROJETO É FORMAR PÚBLICO CONSUMIDOR DE CINEMA E, ASSIM, DIMINUIR TAMBÉM A PIRATARIA. (VEJA MAIS NA PÁGINA 64).

QUANTAS JANELAS CABEM NA MINHA CASA?

Os exibidores defendem a manutenção das janelas. A experiência de ir a um cinema ainda é algo único e eles têm investido nos complexos e em novas tecnologias para que isso continue, mas também contam com a preservação, ainda que mínima, da sala de cinema enquanto primeira experiência.

“Obedecer a janela de exibição neste momento ajudaria ainda mais os cinemas e as distribuidoras a pensar como poderíamos mudar e melhorar a relação da exibição nos cinemas, VOD e TV”, fala o CEO da Centerplex, Marcio Eli.

Ele sugere que as distribuidoras discutam mais o assunto junto aos exibidores para que possam buscar alternativas, assim todos ganham e o cinema continua sendo a primeira opção de lazer.

Partilha do mesmo pensamento o gerente de programação da Lumière Cinemas. “É muito bom quando as distribuidoras pensam estrategicamente nos lançamentos, pois ajuda diretamente nas rendas do cinema e em nossa programação”, cita Oyama Cruz.

Bruno Wainer, diretor da Downtown, defende um período de exclusividade para cada janela, porém adequado à

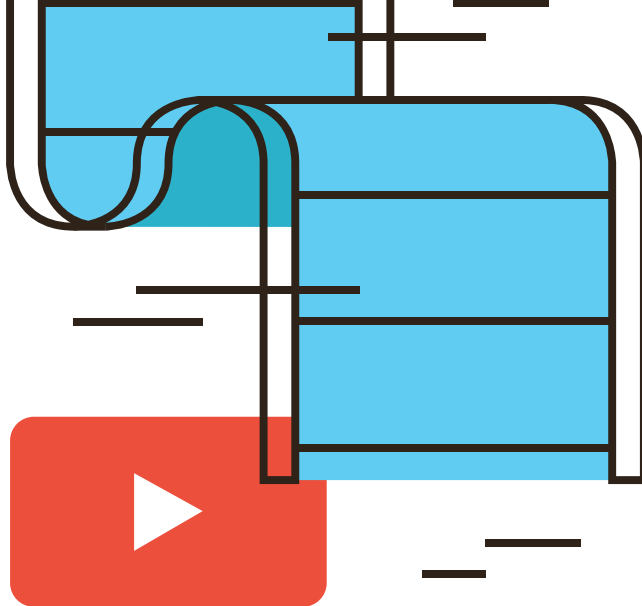
realidade do mercado. “Segundo os levantamentos que fiz, mais de 90% dos ingressos são vendidos nas primeiras quatro semanas de exibição. Portanto, considero oito semanas de exclusividade mais do que suficientes para a exploração do filme na janela seguinte”. Para ele, o cinema ainda é o maior responsável pelo sucesso do filme em outras janelas.

Concorda com ele, Wilson Feitosa, da Europa Filmes. “Tem que preservar o mercado, senão acaba virando produto de uma mídia só”.

O Telecine também concorda que as janelas continuem sendo respeitadas e existindo da mesma forma, apenas um pouco mais curtas. “Hoje, os espectadores podem escolher como e quando assistir aos conteúdos que os interessam. No entanto, assistir ao filme em uma sala com um telão enorme e um som de última tecnologia continua sendo uma experiência única, um programa incomparável”, fala Flávia Hecksher, diretora de marketing. Assim, a empresa procura ser a primeira marca que o espectador busca após assistir um filme na telona.

A Netflix foi procurada pela **Revista Exibidor**, mas preferiu não se pronunciar sobre o assunto.





A JANELA DO FUTURO

Uma das sugestões é continuar apostando no potencial dos cinemas para fortalecer os locais como diferenciais e únicos na experiência de assistir a um filme. “É incrementar não só a digitalização, mas toda a estrutura do cinema”, completa Adhemar, do Circuito Espaço de Cinema.

Marcos Scherer, da Imagem Filmes, retoma a máxima de que um filme é feito para cinema e as demais janelas dão continuidade ao processo. “A curto prazo não vejo necessidade de mexer nisso. A médio prazo deve reduzir um pouco, mas acabar nunca. Não adianta sacrificar uma janela para rentabilizar outra”.

Ricardo Castanheira exemplifica citando que a experiência de estar na telona é algo único. “O nosso CEO, Chris Dodd, costuma dizer que, apesar de todos termos cozinhas nas nossas casas, não deixamos de ir a restaurantes. É, sobretudo, uma experiência social diferente. O mesmo sucede – e vai continuar – com a ida ao cinema”.

Ainda assim, a redução das janelas, embora contrariada por muitos agentes do mercado, desponta como tendência. Já o seu término está fora de cogitação.

“Se isso acontecer, ainda que tenhamos certeza de que a experiência de assistir a um filme no cinema é totalmente diferente de outros canais, pode impactar muito nos resultados da exibição”, sinaliza Patrícia Cotta, da Kinoplex.

Já na visão de Castanheira, não há uma competição acirrada, mas sim formas complementares que acabam por se adaptar ao gosto, disponibilidade e condição de cada audiência. “A inovação de processos e conteúdos, sedimentada pela internet, trouxe uma sensação peculiar de aproveitar uma obra audiovisual pelo que creio que pode haver aprimoramentos infinitos, mas não exaurimento total de uma janela ou outra”.

O debate está longe de terminar. O fato é que a magia do cinema continuará única e o que vale mesmo é o conteúdo, independentemente do meio em que é disponibilizado.

“A consolidação do *streaming* é a única certeza que temos, mas acho que as janelas não devem mudar muito. Não tem muita importância se o VOD sai junto, logo em seguida ou alguns meses depois. A magia do cinema tem que perpetuar e somente a tela grande permite isso. Priorizem os bons filmes, o seu frequentador agradece e a arrecadação também”, finaliza o diretor da Imovision, Jean Thomas. **E**



JANELA FECHADA

COM O FIM DAS LOCADORAS, OS CINÉFILOS FICARAM SEM OPÇÃO PARA ENCONTRAR FILMES DE MENOR PORTE QUE FICAM POUCO TEMPO NAS SALAS DE CINEMA. ATUALMENTE, O CUSTO PARA PRODUÇÃO DE UM DVD DISPENDE MUITO E ALGUNS FILMES SIMPLEMENTE SE PERDEM.

“É UM CUSTO MUITO GRANDE LANÇAR EM DVD, PRINCIPALMENTE SE FOR UMA QUANTIDADE MÍNIMA E, EM ALGUNS CASOS, MESMO QUE VOCÊ FAÇA, NÃO VAI VENDER A QUANTIDADE DE CÓPIAS POR UM PREÇO QUE JUSTIFIQUE. PROVAVELMENTE, O FILME SERÁ DISPONIBILIZADO EM OUTRAS PLATAFORMAS COMO O YOUTUBE”, CONTA WILSON, DA EUROPA.

BRUNO WAINER, DA DOWNTOWN FILMES, REFORÇA TAMBÉM QUE ESSE É AINDA UM PROBLEMA SEM SOLUÇÃO, MAS QUE LOGO “HAVERÁ SERVIÇOS DE VOD ESPECIALIZADOS, ONDE ESTES FILMES FICARÃO BEM ACOMODADOS E À DISPOSIÇÃO DO SEU PÚBLICO”.

SEGUNDO MARCOS SCHERER, DA IMAGEM, O FILME MÉDIO ESTÁ EM UM PROCESSO DIFÍCIL E O VOD PODE SER UMA OPÇÃO. “ESSE TIPO DE CONTEÚDO NÃO TEM ESPAÇO NO CINEMA PELO TAMANHO DOS COMPLEXOS, QUE MANTÉM LONGAS EM CARTAZ POR UM PERÍODO MAIOR, E, SE O FILME MÉDIO SAIR DO CINEMA, NÃO TEM UMA PLATAFORMA QUE DÊ EXPOSIÇÃO A ELE”.

ALÉM DO VOD, OUTRO CONCEITO QUE ESTÁ GANHANDO ESPAÇO É O DE “CINEMA SOB DEMANDA”. AS EMPRESAS TATURANA E KINORAMA, EM PARCERIA COM O CIRCUITO ESPAÇO, APRESENTARAM NA RIOCONTENTMARKET, EM MARÇO ÚLTIMO, DUAS FERRAMENTAS ONLINE PARA POTENCIALIZAR A EXIBIÇÃO DESSES TÍTULOS, DE ACORDO COM A DEMANDA DO PÚBLICO (tonk.es/cinemasobdemandarcm).



DOIS MUNDOS. UM TERRITÓRIO.

WARCRAFT

O PRIMEIRO ENCONTRO DE DOIS MUNDOS



2 DE JUNHO NOS CINEMAS

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA



CICLOS QUE SE REPETEM

POR: J. SPERLING REICH

A RESPOSTA para o mais frustrante desafio que atualmente enfrentam as indústrias de exibição e distribuição pode ser resumida em uma palavra: ciclos. O desafio em si pode ser descrito com uma única palavra: China.

Não é difícil observar por que os principais investidores do mercado acreditam que a região apresenta as melhores oportunidades de crescimento econômico. Em 2015, a arrecadação de bilheteria na China aumentou 48,7%, chegando a um recorde de US\$ 6,78 bi. Os exibidores chineses estão atingindo este crescimento devido à abertura de uma média de 15 salas de cinema todos os dias. O número total é agora estimado em 32.000, em comparação às 40.000 na América do Norte.

Com números como esses e uma população de 1,35 bilhão de pessoas, é inevitável que a China ultrapasse a arrecadação de bilheteria de US\$ 11 bilhões da América do Norte e se torne o maior mercado do mundo.

Embora a comunidade internacional de cinema e os estúdios de Hollywood tentem capturar uma parte desse mercado lucrativo, a China tem imposto barreiras comerciais restritivas que favorecem as produções e empresas locais. A quota para filmes importados, a manipulação dos cronogramas de lançamento e as baixas taxas de aluguel de filmes estão bem documentados. E, apesar do combate do governo, as fraudes nas bilheterias seguem como um problema.

Com a China pressionando, estúdios e produtoras internacionais estão preocupados com o desenvolvimento do mercado chinês. E isso nos leva à previsão de uma palavra: ciclos.

A história de todo mercado forte de cinema, ao longo das últimas quatro décadas, é a rápida expansão seguida por ondas de contração, forçando a consolidação de um punhado de grandes cadeias de cinema. O último ciclo norte-

americano viu o número de salas subir de 14.000 a mais de 35.000 entre 1978 e 1998. No início da década de 2000, o mercado amadureceu ao ponto em que vários grandes exibidores começaram a dominá-lo por meio de fusões e aquisições de cadeias de cinema menores ou financeiramente instáveis.

A Regal Entertainment e a AMC Entertainment são dois exemplos proeminentes. A Regal foi constituída em 2001 a partir do que sobrou de três exibidores falidos: Regal, Edwards e United Artists. A AMC começou a absorver concorrentes em 1998, com a Cineplex Odeon e depois a falida General Cinema Corporation, antes de adquirir a Loews Cineplex em 2005. No início desse ano, a AMC anunciou planos de se tornar a maior exibidora do mundo, adquirindo a Carmike Cinemas, que recentemente absorveu a Sundance Cinemas e a Muvico.

Paralelamente, a União Europeia tem 30.000 salas, dominadas por algumas multinacionais. A Pathé e a Gaumont se fundiram em 2001. A CineWorld ganhou 1.852 salas após a aquisição da Cinema City. A Vue Entertainment hoje opera 1.859 salas em 10 países, depois de comprar a Apollo Cinemas, a Cinemaxx e a Multikino. A maior empreendedora da região, a Odeon & UCI, também é uma fusão e está à venda para um novo proprietário.

A Índia passou pelo seu próprio ciclo de mercado de cinema para formar um oligopólio em tempo recorde, com multiplex surgindo a partir de 2000 e cadeias de exibição se consolidando imediatamente. A Inox Leisure, segunda maior do país, adquiriu a Calcutta Cine e a Fame India. Ela agora administra 313 salas em 44 cidades. Para não ficar atrás, a PVR comprou a Cinemas India e agora tem 444 salas em 50 cidades. A Carnival Cinemas tornou-se o terceiro maior circuito após adquirir a Big Cinemas.

Se você está começando a enxergar um padrão, não está enganado. Embora as regras do mercado aberto dificilmente sejam aplicáveis na China, onde a maioria das indústrias é controlada pelo Estado, este ciclo oligopolista ocorre na maioria das indústrias emergentes, muitas vezes a despeito do controle dos governos. Os exibidores chineses têm feito um bom trabalho, construindo multiplex nas maiores cidades do país, e tendem a obter uma boa receita em cidades de segundo, terceiro e quarto níveis com a incorporação de concorrentes menores e daqueles que construíram demais ou encontram-se em dificuldades financeiras.

Enquanto aumenta o número de salas na China, o ciclo terá um impacto direto sobre estúdios e produtoras, tanto estrangeiros como domésticos. Os operadores de cinema exigirão uma oferta cada vez maior de filmes para exibir em seus cinemas. A maioria desses filmes será produzida internamente, porém o governo terá que relaxar sua quota para títulos importados, de modo que o mercado de exibição chinês não sofra com a falta de conteúdo. Na verdade, já há evidências de que as maiores corporações e donos de cinema da China tenham identificado isso como uma oportunidade, investindo pesadamente na produção cinematográfica, tanto em seu país como no exterior.



J. SPERLING REICH É SÓCIO DA COVERGENT, UMA EMPRESA QUE PRESTA CONSULTORIA, ORIENTAÇÃO E APOIO ÀS INDÚSTRIAS DE MÍDIA E ENTRETENIMENTO. É TAMBÉM EDITOR-EXECUTIVO DA CELLULOID JUNKIE, UMA BASE ONLINE LÍDER NO SETOR DEDICADO AO MERCADO GLOBAL DE FILMES E CINEMA. É ESPECIALISTA E CONSULTOR RENOMADO EM TECNOLOGIA DE CINEMA TRADICIONAL E DIGITAL.

DOS SERES HUMANOS QUE CRIARAM **MEU MALVADO FAVORITO**

Já imaginou o que seus bichinhos fazem quando você não está em casa?



ILLUMINATION APRESENTA

A VIDA SECRETA
DOS BICHOS

PETS

25 DE AGOSTO NOS CINEMAS

ILLUMINATION
ANIMATION

PetsFilme.com.br | #PetsFilme #AVidaSecretaDosBichos

UNIVERSAL
PICTURES

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA

NÓS EVOLUÍMOS COM O MERCADO

2001

Criação da ANCINE, que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil.

2006



Nascimento da Tonks, a princípio como provedora de soluções de websites e sistemas para o mercado de cinema.

2007

Chega ao Brasil o primeiro projetor digital de padrão DCI para exibir a animação da Disney A Família do Futuro em 3D.

2008



Tonks é escolhida para realizar e organizar a votação do Prêmio ED. No mesmo ano o Portal Claquete.com é relançado com a programação de 90% das salas de todo o País e informações sobre todos os lançamentos nos cinemas.

2009

Avatar, de James Cameron, chega aos cinemas do mundo quebrando todos os recordes e revoluciona a exibição do filme em formato 3D.

2011

E

Publicação da 1ª edição da Revista Exibidor. Veículo trata dos principais temas que permeiam o cotidiano dos exibidores e distribuidores. Em 2013 lançou o Portal e boletim com atualização diária e uma série de serviços para atualização do mercado.

2012 **tonks** host

Lançamento da Tonks Host, primeiro serviço de hospedagem web com atenção dedicada às necessidades do mercado de entretenimento.

2014



Realização da 1ª Expocine, verdadeiro marco no mercado como o único evento que reúne num mesmo local todos os profissionais do setor.

2016



Solidificação dos serviços e soluções para o mercado de cinema com atendimento a todas as pontas da cadeia (exibidores, distribuidores e fornecedores) por meio das mais diversas soluções, sejam elas em soluções web, consultoria, eventos e informação.

2013

Processo de digitalização e início do VPF. Após muitos acordos, o VPF inicia a assinatura dos contratos rumo à digitalização do parque exibidor nacional.

2015

Um dos anos mais produtivos para o mercado cinematográfico. Do Top 10 global, cinco filmes foram lançados neste ano.

tonks

HÁ 10 ANOS CONTRIBUINDO COM NOVAS SOLUÇÕES PARA A EVOLUÇÃO DO MERCADO CINEMATOGRAFICO

RELAÇÃO DE CUMPLICIDADE E PARCERIA

CINCO ANOS DE REVISTA EXIBIDOR, UM MARCO PARA O MERCADO
TOMADOR DE DECISÃO

POR NATALÍ ALENCAR

AO LER UMA REVISTA ESPECIALIZADA em aviação em um voo doméstico, Marcelo J. L. Lima, CEO da Tonks e diretor-editor da **Revista e Portal Exibidor**, percebeu que havia uma lacuna no mercado cinematográfico: a falta de um veículo especializado que abordasse em profundidade todos os assuntos pertinentes ao exibidor.

Assim nascia a trajetória do veículo, que hoje é o mais consolidado e relevante para empresários e profissionais que lidam diariamente com o mercado de cinema brasileiro.

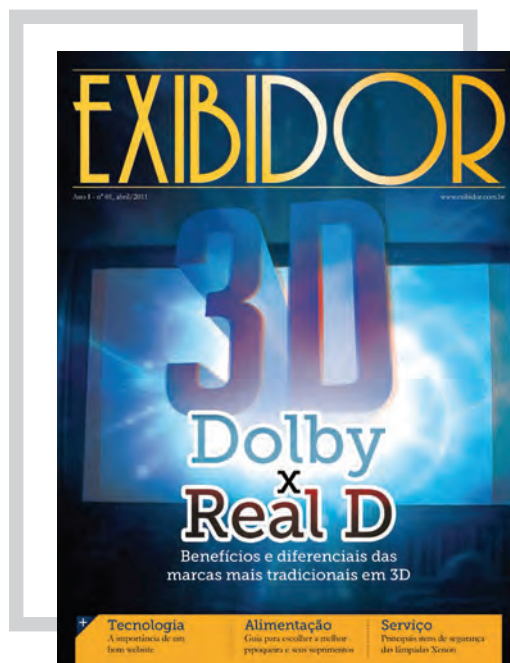
Com apenas 44 páginas, três matérias e uma reportagem especial, a 1ª edição da **Revista Exibidor** chegou ao público em abril de 2011. Em cinco anos, ela amadureceu, acrescentou novas editorias e mais que dobrou em quantidade de páginas e conteúdo. A edição que você lê agora conta com quase 90 páginas, uma reportagem especial, cinco matérias e conteúdos fixos (artigos, infográficos e encartes especiais).

“Ao longo das edições, percebemos que o mercado era carente de informação e que era possível trabalhar inúmeros assuntos para além das estatísticas. Hoje, a Revista se tornou referência e está presente, inclusive, em várias reuniões de pautas das empresas. Sabemos que o conteúdo é lido, aproveitado e temos muitos *feedbacks*”, diz Lima.

Mais do que crescer, o veículo foi se moldando às necessidades do mercado. Em 2013, o **Portal Exibidor** surgiu para dar mais amplitude à cobertura e agilidade na divulgação de informações. Hoje, o Portal possui mil acessos diários e uma média de 15 notícias por dia, além da cobertura dos principais encontros do setor como a CinemaCon, o Show de Inverno e a Expocine. O Boletim online também virou sucesso, são mais de 450 edições já enviadas a um seleto grupo de profissionais da área.

O seu crescimento também foi tema de estudo em dois artigos acadêmicos, um apresentado em curso de pós-graduação (Gestão da Comunicação) da Metodista e outro em graduação da USP (Gestão Pública).

E para escrever mais um capítulo nessa história, o **Portal Exibidor** agora



lança sua versão para o mercado latino: **Exibidor** (exibidorlatino.com), expandindo suas fronteiras e dialogando com exibidoras, empresas e distribuidoras da América Latina.

VER, JULGAR E AGIR

Além do diálogo, a **Revista Exibidor** sempre prezou por mostrar tendências internacionais e levantar os assuntos mais polêmicos, que por vezes foram tabu, mas que agora são colocados em pauta. “É com a **Revista Exibidor** que nos guiamos sobre as tendências do mercado, vemos o que as distribuidoras estão planejando, conhecemos outras redes e o que elas estão fazendo”, cita o gerente de marketing da Lumière Cinemas, Renato Carvalho.

Outro gancho da publicação é fazer com que os exibidores reavaliem suas operações e se inspirem com novas alternativas. “A Revista ajuda a manter todos informados sobre o que está acontecendo no mercado e, muitas vezes, faz repensar processos a partir das ideias que lemos nas matérias”, acrescenta Patrícia Cotta, gerente de marketing da Kinoplex.

Há ainda relatos de empresas que utilizaram as matérias em suas reuniões internas e ou de negócios, mudaram o rumo de negociações por conta de algum esclarecimento e ainda tiveram conhecimento sobre determinado tema pela primeira vez ao vê-lo explicado nas matérias da Exibidor. “A Exibidor virou

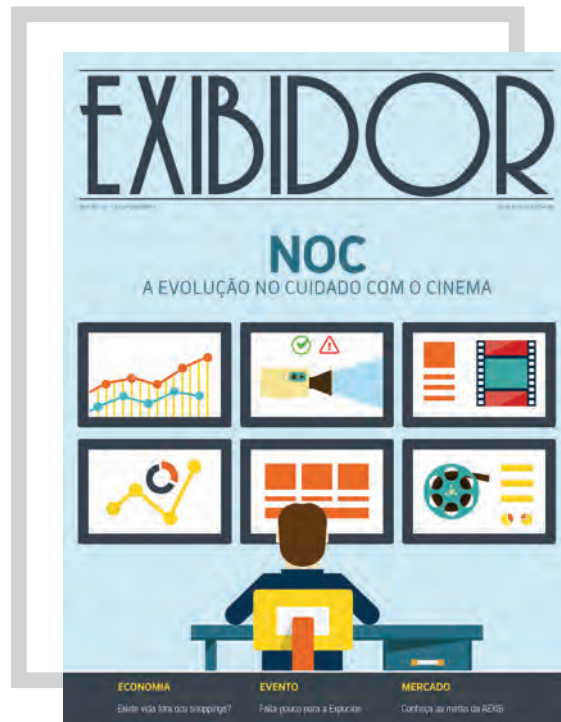
referência e hoje qualquer matéria, seja online ou impressa, é comentada entre os grupos do mercado. Ter uma revista especializada no mercado cinematográfico é fundamental”, afirma Marcio Eli, CEO da Centerplex.

Partilha o mesmo ponto de vista a diretora de marketing da Cinemark. “Suas páginas abordam temas de extrema relevância para o meio – como dicas de negócios, exemplos de ações, tendências e novidades. A Exibidor é uma parceira de longa data e suas edições têm acompanhado e ajudado o desenvolvimento e crescimento da Cinemark e do mercado cinematográfico como um todo”, fala Bettina Boklis.

Veja algumas matérias destacadas pelos profissionais.

Salas VIP – Já em sua 2ª edição, a **Revista Exibidor** trouxe uma reportagem sobre as salas de cinema VIP, mostrando as experiências que o Brasil já possuía, outras internacionais e dicas para orientar o exibidor a abrir o seu cinema VIP.

“A Rede Lumière sempre teve interesse em expandir suas salas e trazer para Goiânia o conceito de Cinema VIP. Após lermos a matéria de capa da **Revista Exibidor** de julho de 2011, esta ideia foi colocada em prática e, em 2016, a Rede inaugurará o Lumière OSS, o primeiro cinema VIP de Goiânia com um conceito nunca antes visto na capital. Isso nos proporcionou a oportunidade de transformar um projeto e sonho antigo em realidade”, comenta o gerente de marketing da rede, Renato Carvalho.



NOC – Em outubro de 2014, já com a certeza de que o parque exibidor corria a passos apressados para concluir a digitalização das salas de cinema, a Exibidor nº 15 trouxe uma reportagem especial sobre o NOC (*Network Operation Center*). O intuito era esclarecer como funcionava o sistema, quais empresas o ofertavam – e de qual maneira – e quais exibidoras já contavam com a tecnologia.

“A matéria sobre o NOC me ajudou muito a entender o funcionamento dessa facilidade e sua importância na gestão remota das salas de cinema. Usei essa matéria em nossa ambientação para explicar aos novos colaboradores como podemos evitar falhas que prejudicam a nossa receita”, revela Patrícia Cotta, da Kinoplex.

Cotas de Tela e VPF – Estes foram alguns dos assuntos mais polêmicos abordados pela **Revista Exibidor**. A matéria da Cota de Tela (edição 7) abordou a relação do cinema nacional seja por obrigação ou pela qualidade, questionando se a exigência era benéfica ao mercado ou deixava os exibidores reféns. Já sobre o VPF (edições 9 e 20), foram levantados pontos importantes sobre a digitalização no Brasil como o quão atrasado o País estava na época em relação ao resto do mundo e os perigos reais em ter cinemas fechados por não poder participar do programa de digitalização.



crescimento econômico, social, principalmente em uma área como o cinema que extrapola seu diálogo para além das salas de exibição”, finaliza Marcelo J. L. Lima. **E**

ASSUNTOS ABORDADOS EM FUTURAS EDIÇÕES

CONTINUE AJUDANDO A ESCREVER ESSA HISTÓRIA. SE INSPIRE EM ALGUNS ASSUNTOS QUE SERÃO ABORDADOS NAS PRÓXIMAS REVISTAS E ENVIE VOCÊ TAMBÉM UMA SUGESTÃO.

- REDES DE CINEMA 100% BRASILEIRAS.
- DESEMPENHO DO MERCADO DE CINEMA EM ÉPOCAS DE CRISE.
- LIMITAÇÃO DE SALAS PARA FILMES ESTRANGEIROS.
- CUSTOS ELEVADOS PARA CINEMAS DO INTERIOR.
- VENDAS INTEGRADAS ENTRE A BOMBONIÈRE E A BILHETERIA.

“A matéria sobre VPF impactou a nossa decisão sobre qual caminho seguir. Foram opiniões de executivos e pessoas muito importantes no mercado. Não houve uma decisão tomada por conta do conteúdo, mas a Revista nos deu uma visão importante para saber o que o mercado pensava e ajudou a entender se estávamos trilhando os mesmos caminhos”, reflete Marcio Eli, CEO da Centerplex.

A IMPORTÂNCIA DO ONLINE

Dentre os cases de sucesso envolvendo matérias publicadas pelo **Portal Exibidor**, destaca-se o da PrimePass. O serviço não era conhecido pelo mercado e gerou diversos desdobramentos (tonk.es/entendaoprimepass).

Outro case interessante foi a mudança das estreias dos filmes de sexta para quinta-feira. A notícia foi dada em primeira mão pelo **Portal Exibidor** em 2014 que, em parceria com o Sindicato das Empresas Exibidoras de São Paulo (SEECESP), levantou as possíveis dúvidas acerca do lançamento. O conteúdo foi replicado em grandes veículos de contato com o consumidor final como o CinePop e o Omelete (tonk.es/estreiasquinta).

“A maior contribuição da Exibidor é fomentar o crescimento dos segmentos e dos agentes que estão nessa cadeia. Hoje, o mercado está informado e sabe o que acontece. Mais do que isso, eles também têm a chance de falar sobre os assuntos e se posicionar sobre as polêmicas. Com o mercado informado e buscando sempre unidade, os ganhos são da sociedade, com



JOHNNY DEPP ANNE HATHAWAY MIA WASIKOWSKA COM HELENA BONHAM CARTER E SACHA BARON COHEN

Disney
ALICE
ATRAVÉS DO
ESPELHO

DISNEY APRESENTA ROTH FILMS/TEAM TODD/TIM BURTON JOHNNY DEPP "ALICE THROUGH THE LOOKING GLASS" UMA PRODUÇÃO JAMES BOBIN FILME ANNE HATHAWAY MIA WASIKOWSKA RHYS IFANS
COM HELENA BONHAM CARTER E SACHA BARON COHEN COM AS VOZES DE ALAN RICKMAN STEPHEN FRY MICHAEL SHEEN TIMOTHY SPALL MÚSICA DE DANNY ELFMAN EDITADO POR ANDREW WEISBLUM ACE PRODUÇÃO DE DAN HENNAH FOTOGRAFIA DE STUART DRYBURGH ASC DIRETOR DE ARTE JONATHAN HYMAN PRODUTORES EXECUTIVOS JOHN G. SCOTTI
SUPERVISOR DE EFEITOS VISUAIS KEN RALSTON E JAY REDD DESIGNER DE FIGURAS COLLEEN ATWOOD EDITADO POR ANDREW WEISBLUM ACE PRODUÇÃO DE DAN HENNAH FOTOGRAFIA DE STUART DRYBURGH ASC DIRETOR DE ARTE JONATHAN HYMAN PRODUTORES EXECUTIVOS JOHN G. SCOTTI
TRILHA SONORA Disney Music Group DISPONÍVEL POR BASEADO NOS PERSONAGENS CRIADOS POR LEWIS CARROLL EXECUTIVO PRODUTORES LINDA WOOLVERTON PRODUTORES JOE ROTH SUZANNE TODD P. G. E. JENNIFER TODD P. G. E. TIM BURTON DIRETOR DE ARTE JONATHAN HYMAN PRODUTORES EXECUTIVOS JOHN G. SCOTTI

PREPARE-SE PARA MAIS LOUCURAS
26 DE MAIO NOS CINEMAS

f/WaltDisneyStudios

Disney.com.br/Filmes

Uma aventura inesquecível.
Que ela provavelmente vai esquecer.



Disney · PIXAR
**PROCURANDO
DORY**

30 De Junho Nos Cinemas

EM 3D E REAL D 3D

f WaltDisneyStudios ▶ WaltDisneyStudiosBR Disney.com.br/Filmes #OiEuSouADory



AS VÁRIAS FACES DO CINEMA

PROGRAMAÇÕES TEMÁTICAS VOLTADAS A PÚBLICOS ESPECÍFICOS AJUDAM A MOVIMENTAR AS SALAS DE CINEMA E REVELAM UM ENORME POTENCIAL A SER EXPLORADO PELOS EXIBIDORES

POR FÁBIO GUEDES | FOTOS DIVULGAÇÃO

CENA 1: MÃES COM SEUS BEBÊS a tiracolo interagem e discutem os desafios da maternidade.

Cena 2: crianças vítimas do crack se reúnem para se divertir e vivenciar, mesmo que por alguns momentos, a infância que lhes foi roubada.

Cena 3: jovens e adultos passam a madrugada juntos, conversando e se divertindo enquanto assistem aos seus filmes prediletos.

Todas essas cenas têm em comum o fato de serem vivenciadas dentro de cinemas espalhados pelo País.

São sessões criadas por ONGs, instituições e exibidores

que se apropriam da magia inerente à sala de exibição para viver experiências sociais com objetivos diferentes, mas que mostram como o cinema é capaz de ir muito além do mero entretenimento.

Algumas dessas iniciativas ajudam também a realizar o sonho de consumo de qualquer exibidor: movimentar as salas em horários tradicionalmente mortos ao grande público.

A **Revista Exibidor** foi atrás dos responsáveis por essas experiências para inspirar os exibidores a inovar na utilização de seus espaços.

PROJETO CINEMATERNA
JÁ ESTÁ ESPALHADO POR
40 CIDADES



MÃES DE CINEMA

Era para ser apenas uma singela reunião de mães que enfrentavam os dilemas do pós-parto quando dez mulheres marcaram uma ida ao cinema para refrescar a cabeça e trocar experiências, enquanto cuidavam de seus filhos.

O sucesso dessa primeira iniciativa, realizada em 2008, incentivou as amigas Irene Nagashima e Taís Viana a criarem o CineMaterna, ONG que reúne mães de bebês de até 18 meses para ir ao cinema se divertir e discutir os desafios da maternidade.

As sessões ocorrem, normalmente, em horários de pouco movimento e contam com uma estrutura especialmente pensada para a mãe amamentar e trocar a fralda do bebê sem se preocupar em ser inconveniente com o restante do público.

Os ajustes passam também pelos próprios efeitos sonoros, com um volume menor. Além disso, a sala ganha mais iluminação e um clima ameno, com o ar condicionado programado em temperaturas consideradas ideais para a saúde do bebê.

Nenhuma dessas exigências foi um impeditivo para o projeto se espalhar por 40 cidades do País, gerenciando mensalmente

90 sessões em 11 exibidoras.

“Recentemente, fizemos um lançamento em Macapá (AP) e tivemos uma sessão com 88 mães. Enchemos duas salas VIPs com dois filmes diferentes”, conta Irene.

A escolha da programação é feita pelas próprias mães por meio de uma enquete. Toda a infraestrutura – trocadores, banners, fraldas e outras utilidades – necessária para essas exibições especiais fica guardada nos cinemas parceiros da ONG.

As mães que desejam participar da sessão devem consultar o site do CineMaterna e seguir regras específicas: se o bebê estiver agitado, é preciso sair da sala e voltar quando ele se acalmar; guardar o carrinho no lugar indicado previamente; não levar brinquedos que acendam luzes ou emitam sons; tirar fotos somente sem flash e, claro, desligar o celular.

“Temos percebido que para o exibidor organizar tudo isso sozinho é bastante complicado porque são muitos cuidados específicos. Por isso, optamos por fazer em horários sem muito movimento e auxiliá-lo em tudo o que for necessário”, explica Irene.

BALADA CINematográfica

Uma sexta-feira por mês o Caixa Belas Artes abre suas portas de madrugada para jovens e adultos de várias idades as-

sistirem a uma sequência de três filmes selecionados pela sua curadoria.

São, geralmente, salas com programações diferentes, mas conectadas pelo mesmo tema. Neste ano, por exemplo, já foram realizados os especiais “Tim Burton”, “Charlie Kaufman” e “Os Oito Odiados”.

“Já chegamos a ter diversas edições com cinco salas lotadas”, assinala André Sturm, diretor do Caixa Belas Artes. Há ainda sorteio de prêmios e um café para quem concluir a maratona. Os ingressos, segundo ele, costumam esgotar em poucas horas.

A fama do Noitão alcançou um patamar tão elevado, que o fez transformar-se em palco de pré-estreias como a do filme **Anomalisa**, de Charlie Kaufman, realizada no início deste ano.

Para Sturm, o fato de o público dessas sessões ser altamente engajado e formador de opinião foi fundamental para a divulgação deste longa Brasil afora.

“O filme ganhou visibilidade na imprensa e redes sociais. O Noitão ajudou a criar o tão desejado *buzz* em torno do lançamento”, argumenta.

Além dessa iniciativa, o Belas Artes tem investido em outros projetos



INGRESSOS PARA O NOITÃO BELAS ARTES COSTUMAM ESGOTAR EM POUCAS HORAS



CINE MATILHA PERMITE A ENTRADA DE CÃES

igualmente bem-sucedidos. Neste ano, a aposta será o "Papo de Fã", em que lançamentos de grandes diretores internacionais servem de gancho para os cineastas brasileiros consagrados mostrarem seu lado cinéfilo. "Após a sessão, um diretor nacional conversa com o público, de fã para fã", explica Sturm.

"Vivemos da venda dos ingressos, então é fundamental que possamos dedicar tempo à criação de iniciativas como essas".

UMA EXPERIÊNCIA SOCIOCULTURAL

No Cine Matilha, da Matilha Cultural, a ordem é usar o cinema como fonte de discussões em torno de questões ambientais e direitos humanos. Com uma sala de apenas 68 lugares e

exibições gratuitas, o coletivo cultural tem conquistado grandes feitos, a ponto de se tornar o palco da pré-estreia do documentário "Affliction", do Médicos Sem Fronteiras, em março deste ano.

Às 14h das quintas-feiras, o espaço localizado no centro de São Paulo oferece sessões especiais para crianças vítimas do crack. Já aos domingos, no mesmo horário, é a vez de os moradores de rua ocuparem a sala para participarem do Cine Dingo.

Outro diferencial do Cine Matilha é o fato de ser a única sala de cinema da capital paulista a permitir a entrada de cães.

A programação é composta 80% por filmes nacionais e documentários. A curadoria do cinema pode relacionar-se tam-

bém com os temas das exposições realizadas periodicamente no espaço cultural.

"Neste ano, por exemplo, teremos uma exibição para falar de Mariana e as atrocidades feitas por empresas de mineração no País. Estamos em busca de filmes que abordem esse tema", afirma Patrícia Rabello, do Cine Matilha.

APOSTA NOS CLÁSSICOS

O "Clássicos Cinemark" é um dos exemplos de como as grandes redes podem explorar melhor o seu potencial e atrair públicos variados, em dias e horários alternativos.

O projeto surgiu há dois anos em sua matriz, nos Estados Unidos, e o suces-

so instantâneo fez a rede logo lançá-lo no Brasil, exibindo filmes consagrados como **Forrest Gump: O Contador de Histórias** (*Forrest Gump*, 1994), **Pulp Fiction: Tempo de Violência** (*Pulp Fiction*, 1994) e **Os Caça-Fantasmas** (*Ghostbusters*, 1984).

Já foram mais de 60 longas exibidos. Cada um fica, normalmente, dez dias em cartaz.

“Temos apostado agora em temáticas específicas. Tivemos neste ano os filmes que já ganharam o Oscar e em maio faremos o Circuito Máfia”, exemplifica Bettina Boklis, diretora de marketing do Cinemagrapho.

“É um projeto que se não desse retorno de público não estaríamos fazendo. Hoje, mais de 60% dos nossos cinemas oferecem essa programação”.

A RESSURREIÇÃO DO CINEMA MUDO

Uma completa imersão na experiência de assistir a filmes na época do cinema mudo é o que oferece o Cinemagrapho,

realizado mensalmente pelo MIS (Museu de Imagem e Som), na capital paulista.

O projeto se baseia nas primeiras sessões de exibição, quando músicos e orquestras eram contratados para acompanhar ao vivo as imagens projetadas e produzir os efeitos sonoros.

“O retorno tem sido incrível. Acredito que, após quase quatro anos de projeto, conseguimos criar e cativar um público para esta atividade. A compreensão e receptividade é tanta, que conseguimos um ótimo público em filmes do Chaplin e em filmes mais experimentais como **Anticipation Of The Night** do Stan Brakhage, por exemplo”, relata Marcelo Ramalho, programador de cinema do MIS.

O cinema é, realmente, uma arena repleta de possibilidades. Pensar a atividade de exibição fora do padrão consiste em encontrar maneiras de atrair públicos diversos, rentabilizar a sala e oferecer a possibilidade de a magia da telona chegar a cada vez mais pessoas. Afinal, não são apenas os ativos de uma sala que conquistam o espectador, mas também a maneira como, o exibidor a disponibiliza para o público. ■



ALTERNATIVAS BROTANDO

SESSÃO AZUL – A SESSÃO AZUL É UMA AÇÃO NOVA DIRECIONADA EXCLUSIVAMENTE ÀS CRIANÇAS AUTISTAS. AS SESSÕES TÊM OCORRIDO EM CINEMAS DA KINOPLEX EM SÃO PAULO E RIO DE JANEIRO, COM AMBIENTE ESPECIALMENTE PREPARADO PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DESSAS CRIANÇAS E PROPORCIONAR, ASSIM, UMA ATIVIDADE DE EXTENSÃO AO TRABALHO TERAPÊUTICO.

CINECLUBINHO – PROGRAMAÇÃO DO CINESESC (SP) VOLTADA EXCLUSIVAMENTE AO PÚBLICO INFANTIL, REALIZADA NAS MANHÃS DE DOMINGO. SÃO PROPOSTAS TAMBÉM ATIVIDADES INTERATIVAS COM PERSONAGENS E BRINCADEIRAS, SEMPRE VOLTADAS AO TEMA DO FILME.

CLUBE DO PROFESSOR – OS PROFISSIONAIS CADASTRADOS NO CLUBE DO PROFESSOR PODEM ASSISTIR A FILMES GRATUITAMENTE NO CIRCUITO ESPAÇO DE CINEMA. OS ACOMPANHANTES TAMBÉM NÃO PAGAM INGRESSO.

PROJETO ESCOLA – A CINÉPOLIS OFERECE INGRESSOS MAIS BARATOS PARA UM GRUPO A PARTIR DE 100 CRIANÇAS ASSISTIREM A FILMES QUE JÁ SAÍRAM DE CARTAZ, MAS FIZERAM SUCESSO.

“FANTASIA” FOI EXIBIDO NO MIS-SP NA SESSÃO CINEMATOGRAFO

MARIANA XIMENES

BRUNO GARCIA MIÁ MELLO SERGIO GUIZÉ GUIDA VIANNA

uma Loucura de Mulher

UM FILME DE MARCUS LIGOCKI JR

Ela seria perfeita,

se não fosse tão louca.








VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME











2 DE JUNHO NOS CINEMAS

Ingrid
Guimarães

Fábio
Assunção

Alice
Braga

Rosanne
Mulholland

Caroline
Abrás



CHEGANDO JUNTO

UM FILME DE JOSÉ EDUARDO BELMONTE

AMIGOS, AMOR E O QUE
MAIS COUBER NA BAGAGEM.



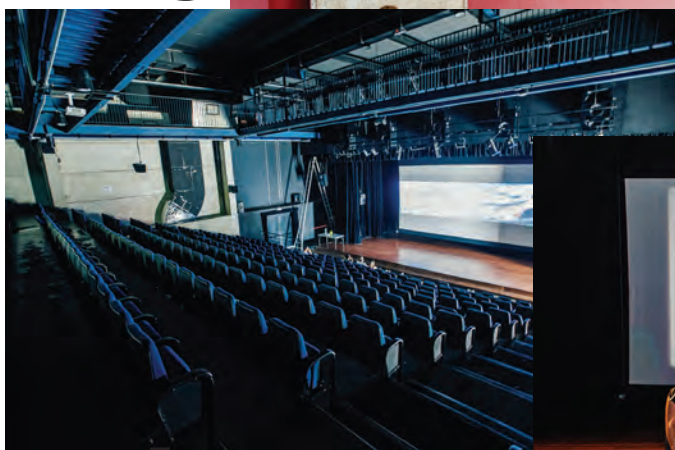
VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME

21 DE JULHO NOS CINEMAS





SALAS



PÚBLICAS

DE CINEMA

SPCINE APRESENTA PROJETO DE IMPLANTAÇÃO DE SALAS DE EXIBIÇÃO
EM CEUS E CENTROS CULTURAIS DA CAPITAL PAULISTA

POR FÁBIO GUEDES | FOTOS LEON RODRIGUES/SECOM

AMPLIAR O NÚMERO DE TELAS disponíveis no País e integrar uma importante parcela da população à programação exibida nos cinemas são alguns dos objetivos do Circuito Spcine. A meta do projeto é implantar salas com equipamento DCP em CEUs – Centro Educacional Unificado, centros culturais, teatros e bibliotecas de São Paulo.

As primeiras inaugurações foram realizadas no último mês de março nos CEUs Butantã e Meninos. Nessa etapa inicial, serão criadas 20 salas, em um total de 6.477 lugares, com a perspectiva de atender mais de 60 mil pessoas por semana.

Com isso, a Spcine – Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo promete dar espaço para exibições nacionais, latino-americanas e os chamados *blockbusters*.

“A ideia é espalhar salas pela cidade porque vemos que o circuito comercial é muito prisioneiro de uma lógica que acaba restringindo demais o número de títulos, de filmes que são exibidos. Queremos romper essa lógica”, destaca o prefeito de São Paulo, Fernando Haddad (PT).

Curtas-metragens, filmes experimentais, mostras e festivais de audiovisuais também deverão ter espaço nessas salas.

Todos os projetores são digitais da marca Christie e servidores Dolby, adquiridos via licitação.

Nos CEUs a entrada será gratuita. Já nos centros culturais varia entre R\$ 4 e R\$ 8, com direito à meia-entrada.

O Circuito é composto por espaços já disponíveis em prédios públicos municipais, cujo uso será feito de forma compartilhada, de modo a conciliar as sessões de cinema com outras atividades culturais.

Os CEUs, por exemplo, oferecerão uma programação de cinema de três dias por semana inicialmente – quarta, quinta e domingo. Já os centros culturais deverão exibir filmes entre quatro e seis dias por semana, divididos em três sessões diárias.

Dessa forma, pretende-se alcançar uma parcela importante da população paulistana que ainda não tem o hábito de ir ao cinema.

“Vivemos em uma cidade em que 40% da população não foi ao cinema no ano passado”, pontua Alfredo Manevy, diretor-presidente da Spcine.

“Estamos muito otimistas com o desempenho que o Circuito poderá ter como política pública, que visa formar público em um momento em que o audiovisual é consumido por vários meios e temos toda uma geração se relacionando com outras telas, muitas vezes sem conhecer a experiência de ir ao cinema”.

Na sua avaliação, as salas a preços populares não concorrerão diretamente com o mercado exibidor já estabelecido, à medida que alcançam um público distante – territorial e socioeconomicamente – dos grandes centros e shoppings onde os cinemas estão instalados.

“Formaremos futuros consumidores para as salas privadas. Nosso desejo, portanto, é que o mercado seja parceiro do projeto, vendo nele exatamente uma política de formação de plateia e consumidores que permitirão a ampliação do segmento”, argumenta Manevy.

COSTURANDO O PROJETO

O movimento pela implantação e modernização dessas salas ganhou força após encontro realizado com representantes de diversas entidades culturais – especialmente os gestores dos CEUs – a fim de discutir os detalhes do Circuito.

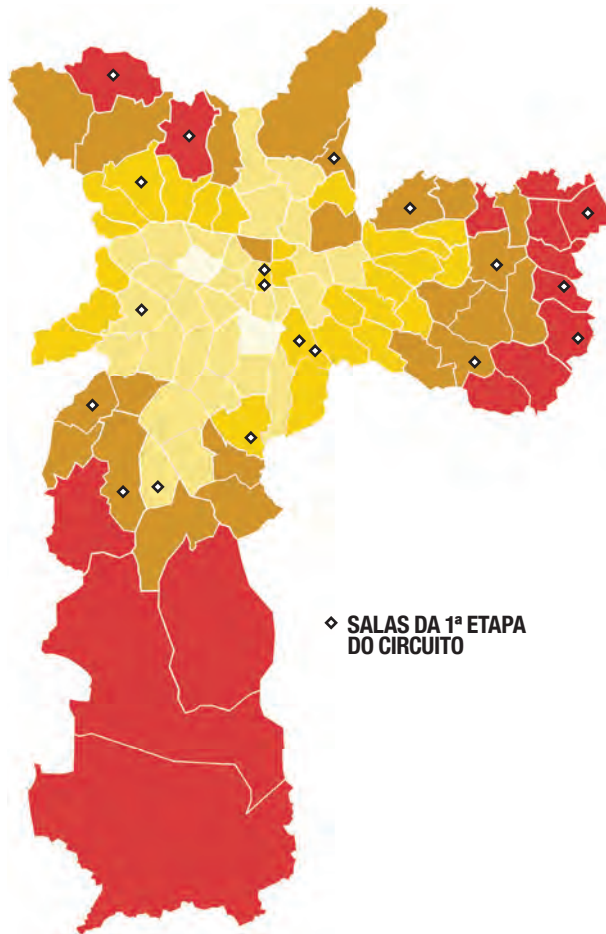
Assim, foi possível estreitar as relações com os gestores das salas e iniciar o diálogo com os movimentos locais, o que é considerado fundamental pela Spcine para o sucesso do projeto.

Essa é a primeira grande ação da Spcine voltada à área de exibição. Inaugurada oficialmente em janeiro de 2015, a Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo tem funcionado como um escritório de desenvolvimento, financiamento e implantação de programas e políticas públicas para o setor de audiovisual da capital paulista, em uma iniciativa da Secretaria Municipal de Cultura.

Em seu primeiro ano de atuação, a empresa pública aportou mais de R\$ 20 milhões, o que gerou 46 produções audiovisuais e o apoio a diversos eventos do setor.

Está entre os objetivos da Spcine atuar no desenvolvimento econômico do setor, estimular as coproduções, atrair as produções estrangeiras e exportar o conteúdo audiovisual paulista. ■

IMPACTO NA POPULAÇÃO DE BAIXA RENDA



DOMICÍLIOS COM RENDA TOTAL DE ATÉ 2 SALÁRIOS MÍNIMOS (%)



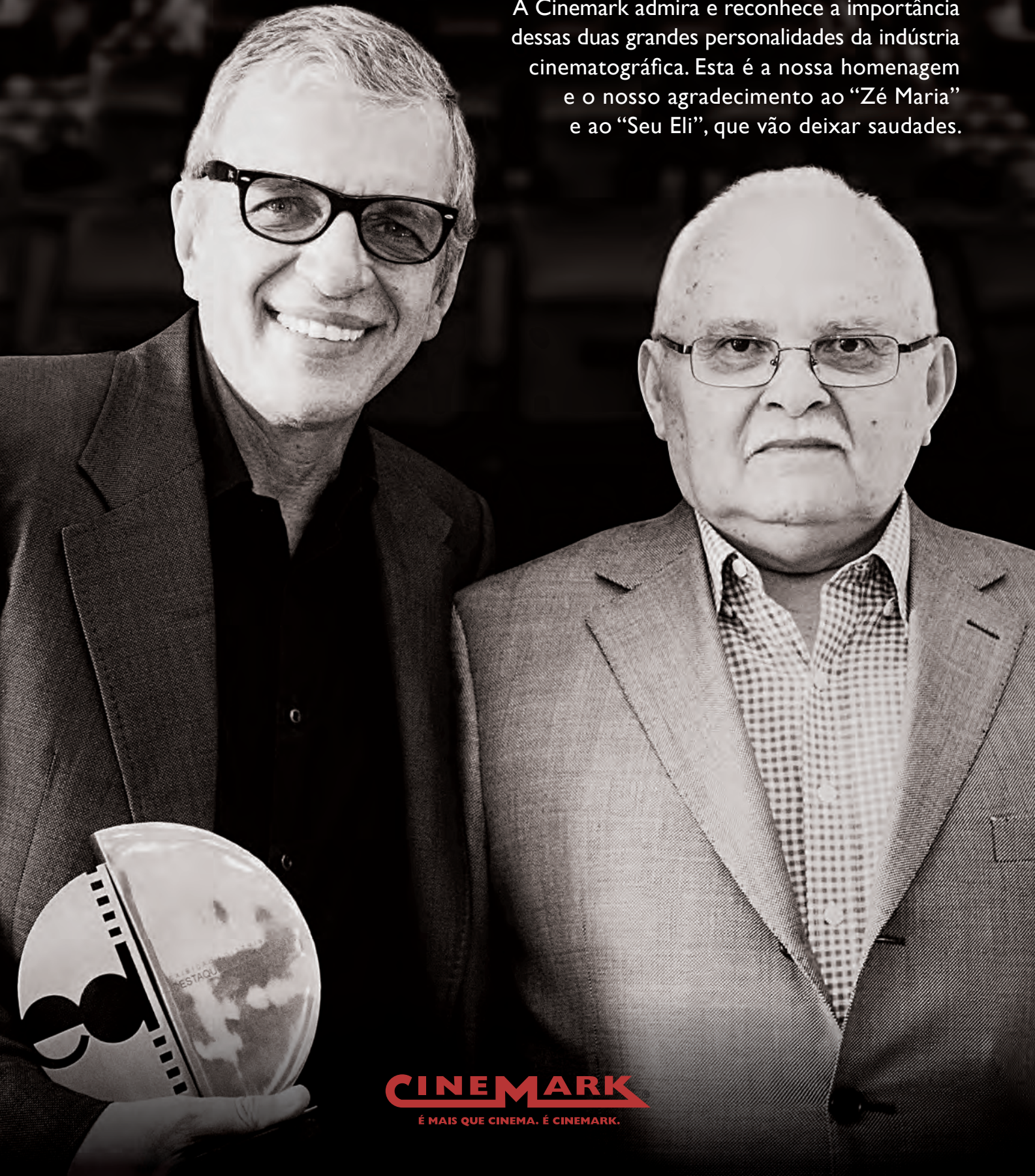
AS 20 SALAS CONTEMPLADAS NESTA FASE INICIAL DO CIRCUITO SPCINE:

LOCAL	ENDEREÇO
CEU ARICANDUVA – PROFESSORA IRENE GALVÃO DE SOUZA	RUA OLGA FADEL ABARCA, S/N – JARDIM SANTA TEREZINHA – ITAQUERA
CEU BUTANTÃ – PROFESSORA ELISABETH GASPAR TUNALA	RUA ENGENHEIRO HEITOR ANTÔNIO GARCIA, 1700/1870 – JARDIM ESMERALDA / BUTANTÃ
CEU CAMINHO DO MAR – PROFESSORA DULCE SALLES CUNHA BRAGA	RUA ENGENHEIRO ARMANDO DE ARRUDA PEREIRA, 5241 – JABAQUARA
CEU FEITIÇO DA VILA – DEPUTADO PROF. JOSÉ FREITAS NOBRE	RUA FEITIÇO DA VILA, 399 – CHÁCARA SANTA MARIA / CAMPO LIMPO
CEU JAÇANÃ	AVENIDA ANTONIO CÉSAR NETO, 105 / JARDIM GUAPIRA
CEU JAMBEIRO – JOSÉ GUILHERME GIANETTI	AVENIDA JOSÉ PINHEIRO, 60 – GUAIANASES
CEU MENINOS PROF. PR. ARTUR ALBERTO DE MOTA GONÇALVES	RUA BARBINOS111 – SÃO JOÃO CLÍMACO / IPIRANGA
CEU PARQUE VEREDAS – JOÃO ANTÔNIO SILVA	RUA DANIEL MULLER, 347 – ITAIM PAULISTA / SÃO MIGUEL PAULISTA
CEU PAZ	RUA DANIEL CERRI, 1549 – JARDIM PARANÁ / BRASILÂNDIA
CEU PERUS	RUA BERNARDO JOSÉ DE LORENA, S/N – PIRITUBA
CEU QUINTA DO SOL	AVENIDA LUÍS IMPARATO, 564 – CANGAÍBA
CEU SÃO RAFAEL	RUA CINIRA POLÔNIO, 100 – CONJUNTO PROMORAR RIO CLARO / SÃO MATEUS
CEU TRÊS LAGOS	ESTRADA DO BARRO BRANCO, S/N – JARDIM TRÊS CORAÇÕES / CAPELA DO SOCORRO
CEU VILA ATLÂNTICA – PROFESSOR JOÃO SOARES FILHO	RUA JOSÉ VENÂNCIO DIAS, 840 – JARDIM NARDINI / PIRITUBA
CEU VILA DO SOL	AVENIDA DOS FUNCIONÁRIOS PUBLICOS, 369 – JARDIM CAPELA / CAMPO LIMPO
GALERIA OLIDO	AVENIDA SÃO JOÃO, 473 – CENTRO
CENTRO CULTURAL SÃO PAULO (CCSP) - I SALA LIMA BARRETO	RUA VERGUEIRO, 1000 – PARAÍSO
CENTRO CULTURAL SÃO PAULO (CCSP) - I SALA PAULO EMÍLIO	RUA VERGUEIRO, 1000 – PARAÍSO
CENTRO DE FORMAÇÃO CULTURAL DE CIDADE TIRADENTES (CCTIRADENTES)	AVENIDA INÁCIO MONTEIRO, 6900 – CIDADE TIRADENTES
BIBLIOTECA ROBERTO SANTOS – TEMÁTICA DE CINEMA	RUA CISPLATINA, 550 – IPIRANGA

FONTE: SMDU/ DEPTO. DE ESTATÍSTICA E PRODUÇÃO DE INFORMAÇÃO – DIPRO, 2010.

O LEGADO DE ALGUNS FICA PRA SEMPRE.

A Cinemark admira e reconhece a importância dessas duas grandes personalidades da indústria cinematográfica. Esta é a nossa homenagem e o nosso agradecimento ao “Zé Maria” e ao “Seu Eli”, que vão deixar saudades.



CINEMARK
É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.



EXPOCINE16

16 - 18 NOV 2016

EXPOCINE.COM.BR

NÃO DEIXE DE PARTICIPAR DO **SEGUNDO**
MAIOR ENCONTRO DE NEGÓCIOS DO MUNDO
PARA EXIBIDORES E DISTRIBUIDORES

FEIRA | PALESTRAS | APRESENTAÇÕES | MESAS-REDONDAS

PATROCÍNIO



APOIO

EXIBIDOR

omelete



CINE LIVE

FENECC

BOXOFFICE



THEATREWORLD

APOIO TÉCNICO



OP. DE VIAGEM



REALIZAÇÃO

tonks



FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
05/05/2016			
VIZINHOS 2 (NEIGHBORS 2: SOBRORITY RISING)	Nicholas Stoller	Zac Efron, Seth Rogen, Rose Byrne, Chloë Grace Moretz	Universal
13 MINUTOS (13 MINUTES)	Oliver Hirschbiegel	Christian Friedel, Katharina Schüttler, Burghart Klaußner	Mares
HERÓIS DA GALÁXIA: RATCHET & CLANK (RATCHET & CLANK)	Jericca Cleland, Kevin Munroe	Vozes de: James Arnold Taylor, David Kaye, Jim Ward, Armin Shimerman, Sylvester Stallone, Bella Thorne, Rosario Dawson, Paul Giamatti	PlayArte
MARAVILHOSO BOCCACCIO (MARAVILIOSO BOCCACCIO)	Paolo Taviani, Vittorio Taviani	Lello Arena, Paola Cortellesi, Carolina Crescentini, Flavio Parenti, Vittoria Puccini, Michele Riondino, Kim Rossi Stuart	California
MARTYRS (MARTYRS)	Kevin Goetz, Michael Goetz	Troian Bellisario, Caitlin Carmichael, Kate Burton, Toby Huss, Bailey Noble, Diana Hopper, Peter Michael Goetz	California
O VALOR DE UM HOMEM (LA LOI DU MARCHÉ)	Stéphane Brizé	Vincent Lindon, Karine de Mirbeck, Matthieu Schaller, Francoise Anselmi	Imovision
12/05/2016			
ANGRY BIRDS - O FILME (The Angry Birds Movie)	Fergal Reilly, Clay Kaytis	Vozes de: Jason Sudeikis, Josh Gad, Danny McBride, Maya Rudolph, Kate McKinnon, Bill Hader, Peter Dinklage, Keegan-Michael Key	Sony
THE FREE STATE OF JONES (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Gary Ross	Matthew McConaughey, Keri Russel	Paris
O VALE DO AMOR (VALLEY OF LOVE)	Guillaume Nicloux	Gérard Depardieu, Isabelle Huppert, Dan Warner, Dionne Houle	Imovision
PROVA DE CORAGEM	Roberto Gervitz	Mariana Ximenes, Armando Babaioff, César Troncoso	Europa
19/05/2016			
X-MEN: APOCALIPSE (X-MEN: APOCALYPSE)	Bryan Singer	Jennifer Lawrence, Oscar Isaac, Olivia Munn, Michael Fassbender, Evan Peters, Sophie Turner, Nicholas Hoult, Rose Byrne, James McAvoy, Tye Sheridan, Monique Ganderton	Fox
A VINGANÇA ESTÁ NA MODA (THE DRESSMAKER)	Jocelyn Moorhouse	Kate Winslet, Liam Hemsworth, Hugo Weaving, Sarah Snook, Judy Davis, Caroline Goodall, Kerry Fox, Shane Bourne, Rebecca Gibney	Imagem
ATRAVÉS DA SOMBRA	Walter Lima Jr.	Virginia Cavendish, Domingos Montagner, Ana Lucia Torre, Mel Maia, Xande Valois	Europa
CAPRICE (CAPRICE)	Emmanuel Mouret	Virginie Efira, Anaïs Demoustier, Laurent Stocker, Emmanuel Mouret, Thomas Blanchard	Mares
INCOMPREENDIDA (L'INCOMPRISE)	Asia Argento	Giulia Salerno, Charlotte Gainsbourg, Gabriel Garko	Imovision
OS ANARQUISTAS (LES ANARCHISTES)	Elie Wajeman	Tahar Rahim, Adele Exarchopoulos	Imovision
PAIS E FILHAS (FATHERS AND DAUGHTERS)	Gabriele Muccino	Amanda Seyfried, Russell Crowe, Aaron Paul, Diane Kruger, Jane Fonda, Ryan Eggold, Ouzenzhane Wallis, Bruce Greenwood	California
26/05/2016			
ALICE ATRAVÉS DO ESPELHO (ALICE THROUGH THE LOOKING GLASS)	James Bobin	Johnny Depp, Mia Wasikowska, Helena Bonham Carter, Anne Hathaway	Disney
JOGO DO DINHEIRO (MONEY MONSTER)	Jodie Foster	Julia Roberts, George Clooney, Jack O'Connell, Caitriona Balfe, Dominic West, Giancarlo Esposito, Olivia Luccardi, Emily Meade	Sony
A ÚLTIMA PREMONIÇÃO (VISIONS)	Kevin Greutert	Isla Fisher, Anson Mount, Gillian Jacobs, Joanna Cassidy, Eva Longoria, Jim Parsons, Michael Villar, Bryce Johnson, John de Lancie	PlayArte
A ASSASSINA (NIE YINLIANG)	Hsiao-Hsien Hou	Qi Shu, Chen Chang, Satoshi Tsumabuki, Shao-Huai Chang, Nikki Hsin-Ying Hsieh, Ethan Juan, Zhen Yu Lei, Fang Mei	Imovision
ÚLTIMOS DIAS NO DESERTO (LAST DAYS IN THE DESERT)	Rodrigo García	Ewan McGregor, Susan Gray, Ciarán Hinds, Tye Sheridan, Ayelet Zurer	Mares
VIDAS PARTIDAS	Marcos Schetchman	Naura Schneider, Domingos Montagner, Milton Gonçalves, José de Abreu	Europa

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
AS TARTARUGAS NINJA: FORA DAS SOMBRAS (Teenage Mutant Ninja Turtles 2)	Dave Green	Megan Fox, Stephen Amell, Laura Linney, William Fichtner, Alessandra Ambrósio, Johnny Knoxville, Will Arnett	Paramount
A CHEFA (The Boss)	Ben Falcone	Melissa McCarthy, Peter Dinklage, Kristen Bell, Kristen Schaal, Kathy Bates, Cecily Strong, Margo Martindale	Universal
WARCRAFT - O PRIMEIRO ENCONTRO DE DOIS MUNDOS (WARCRAFT)	Duncan Jones	Paula Patton, Travis Fimmel, Toby Kebbell, Robert Kazinsky, Ben Foster, Dominic Cooper, Clancy Brown, Ryan Robbins	Universal
HELLO, MY NAME IS DORIS (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Michael Showalter	Sally Field, Max Greenfield, Beth Behrs, Wendi McLendon-Covey, Stephen Root, Elizabeth Reaser, Isabella Acres	Sony
A LA VIE (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Jean-Jacques Zillbermann	Julie Depardieu, Johanna ter Steege, Suzanne Clément	Imovision
DOIS CARAS LEGAIS (The Nice Guys)	Shane Black	Matt Bomer, Ty Simpkins, Ryan Gosling, Russel Crowe	Diamond
TINI - DEPOIS DE VIOLETTA (TINI: EL GRAN CAMBIO DE VIOLETTA)	Juan Pablo Buscarini	Martina Stoessel, Adrián Salzedo, Jorge Blanco	Disney
UMA LOUCURA DE MULHER	Marcus Ligocki	Mariana Ximenes, Bruno Garcia, Mia Melo, Sérgio Guizé	Imagem
TRUQUE DE MESTRE: O SEGUNDO ATO (Now You See Me 2)	Jon M. Chu	Lizzy Caplan, Daniel Radcliffe, Jesse Eisenberg, Mark Ruffalo, Morgan Freeman, Sanaa Lathan, Michael Caine, Woody Harrelson, Dave Franco	Paris
INVOCAÇÃO DO MAL 2 (THE CONJURING 2: THE ENFIELD POLTERGEIST)	Carey Hayes, Chad Hayes	Vera Farmiga, Patrick Wilson	Warner
CAMPO GRANDE	Sandra Kogut	Carla Ribas, Ygor Manoel, Rayane do Amal, Julia Bernat	Imovision
THE MEDDLER (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Lorene Scafaria	Rose Byrne, Billy Magnussen, Susan Sarandon, J.K. Simmons, Lucy Punch, Cecily Strong, Michael McKean, Amy Landecker, Harry Hamlin	Sony
MAIS FORTE QUE O MUNDO - A HISTÓRIA DE JOSÉ ALDO	Afonso Poyart	José Loreto, Cleo Pires, Thayla Ayala	Downtown/Paris
CANTANDO DE GALO (UN GALLO CON MUCHOS HUEVOS)	Gabriel Riva Palacio Alatríste, Rodolfo Riva-Palacio Alatríste	Voices de: Bruno Bichir, Carlos Espejel, Angélica Vale, Omar Chaparro, Maite Perroni, Sergio Sendel, Ninel Conde	Paris
COMO EU ERA ANTES DE VOCÊ (Me Before You)	Thea Sharrock	Emilia Clarke, Sam Claflin, Jenna Coleman, Charles Dance, Matthew Lewis, Brendan Coyle, Janet McTeer, Vanessa Kirby, Ben Lloyd-Hughes, Lily Travers	Warner
MA MA (Ma Ma)	Julio Medem	Silvia Abascal, Alex Brendemühl, Elena Carranza, Penélope Cruz, Nicolás De Vicente, Asier Etxeandia, Anna Jiménez, Javier Martos	California
PEQUENO SEGREDO	David Schürmann	Júlia Lemmert, Marcello Antony, Maria Flor	Diamond
PORTA DOS FUNDOS - CONTRATO VITALÍCIO	Ian SBF	Fabio Porchat, Gregório Duvivier, Luis Lobianco, Clarice Falcão, Julia Rabelo, Antônio Tabet, João Vicente, Rafael Infante, Gabriel Totoro	Downtown/Paris
PROCURANDO DORY (FINDING DORY)	Andrew Stanton	Voices de: Ellen DeGeneres, Albert Brooks, Idris Elba, Dominic West, Diane Keaton, Ed O'Neill, Ty Burrell, Kaitlin Olson	Disney

02/06/2016



09/06/2016



16/06/2016



30/06/2016



cinecolor sat

Desde 2012 distribuindo conteúdo via satélite aos cinemas



- Mais de 170 filmes já transmitidos
- Garantia de recebimento
- Monitoramento e suporte local
- Flexibilidade e agilidade na programação
- Economia imediata em custos de transporte

+55 (11) 2078-3600

cinecolorsat@cinecolor.com.br

Alameda Amazonas, 798 Alphaville, Barueri /SP - Brasil

QUER DIMINUIR FILAS E VENDER MAIS?

Oferecemos Soluções com Qualidade!



Totens de Auto Atendimento

- Automação do processo de venda e retirada de bilhetes
- Design moderno e plotagem personalizada
- Variedade de modelos
- Em utilização nas principais redes do mercado

Venda online no seu site

- Integração completa no Portal do Exibidor
- Aplicativos para IOS e Android personalizáveis
- Venda via Portal Velox e outros parceiros
- Menor taxa de conveniência do mercado



VELOX
TICKETS

Para conhecer a solução
completa acesse

www.consciencia.com.br


CONSCIÊNCIA
soluções e tecnologia

A ACESSIBILIDADE AOS CONTEÚDOS DAS TELAS

POR: MARCOS ALBERTO SANT ANNA BITELLI

O TEMA DE ACESSIBILIDADE aos conteúdos vem ganhando relevo com a edição em 06 de julho de 2015 do Estatuto da Pessoa com Deficiência, a Lei 12.146 destinada a assegurar e a promover, em condições de igualdade, o exercício dos direitos e das liberdades fundamentais por pessoa com deficiência.

Acessibilidade é a possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias. Os cinemas já são obrigados a cumprir nas suas edificações as regras da norma técnica da ABNT NBR 9050 que estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

A questão agora é o acesso aos conteúdos da comunicação. Os canais de televisão aberta devem permitir o uso de I - subtítuloção por meio de legenda oculta; II - janela com intérprete da Libras; III - audiodescrição.

A ABNT já editou regra técnica para estas capacidades relativas aos conteúdos da televisão aberta, que é a 15290/2005. As diretrizes desta Norma são aplicáveis a todas as emissoras e programadoras de UHF, VHF, a cabo, por satélite, por meio de protocolo IP, bem como dos protocolos e frequências específicos da TV digital.

Aplicam-se também ao DVD e fitas VHS, bem como aos novos formatos de mídia e de transmissão que venham a ser implementados. Não se aplicam, contudo, à exibição cinematográfica que ainda depende de uma normatização técnica sobre o assunto. O novo Estatuto traz novidades no campo de sites de internet e publicidade comercial.

Os sites da internet mantidos por empresas com sede ou representação comercial no País ou por órgãos de governo, para uso da pessoa com deficiência, garantindo-lhe acesso às informações disponíveis, conforme as melhores práticas e diretrizes de acessibilidade adotadas internacionalmente. Para os sites ainda há uma indefinição de qual norma técnica seria aplicável.

Para os cinemas também falta regulamentação. O Estatuto estabeleceu um período de carência de 48 meses a contar de julho de 2015, ou seja, a norma valeria a partir de junho de 2019. Recentemente, o Ministério Público Federal ajuizou uma ação civil pública contra a ANCINE incluindo distribuidores como réus, alegando que essa carência seria inconstitucional.

Os exibidores não foram incluídos nesta ação. O Procurador Federal pede uma liminar para que em 60 (sessenta) dias os distribuidores tenham que incluir os recursos de acessibilidade nos

filmes e que a ANCINE tenha que fiscalizar essa ordem. O pedido ignora não apenas a vacância de 48 meses, mas também que os exibidores não têm condições de cumprir à acessibilidade enquanto não for definida a norma técnica, bem como qual tecnologia será utilizada e a forma de realização dessa acessibilidade com o público. Além disso, tal providência exige investimentos na compra de equipamentos, normalmente importados, e adaptação das salas, tudo a justificar o prazo de quatro anos originalmente previsto de forma cautelosa pela Lei. Os exibidores precisam ficar atentos e desenvolver atividades junto ao poder público e aos órgãos de normas técnicas para que se possa no prazo legal cumprir às novas regras. ■



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

VEJA O QUE VEM POR AÍ...

PARIS
PRODUÇÕES



JOSÉ LORETO CLEO PIRES

**MAIS FORTE
QUE O MUNDO**

A HISTÓRIA DE JOSÉ ALDO

16 DE JUNHO
NOS CINEMAS



CARROSSEL 2
UMA AVENTURA
NA CIDADE

14 DE JULHO
NOS CINEMAS



**UM
NAMORADO
PARA MINHA
MULHER**

01 DE SETEMBRO
NOS CINEMAS



**BATEAU
MOUCHE**

DIRIGIDO POR AFONSO POYART

EM 2017



mais 2

DIRIGIDO POR ROBERTO SANTUCCI

EM 2017

ADAPTADO DO GRANDE SUCESSO INFANTO-JUVENIL DA TV



D.P.A.

DETETIVES DO PRÉDIO AZUL

EM 2017






Melhor qualidade, Mais detalhes.

A mais completa gama de lâmpadas e LEDs especiais.

Na Bravoluz Lâmpadas Especiais você encontra lâmpadas xenon, filtros de ar e refletores para projetores digitais Barco, Christie e Nec.

Temos um grande estoque para atender todas as marcas de projetores do mercado.

 (41) 3076.4588 / (41) 3072.0368  (41) 3076.7321  contato@bravoluz.com.br

Porquê a Bravoluz:

- Qualidade dos produtos;
- Agilidade na logística;
- Garantia e Reposição;
- Atendimento Personalizado;
- Entrega imediata e programada;
- Frete pago para todo o Brasil.



YOU DO NOT HAVE TO BE AN EXPERT TO RECOGNIZE A GREAT PERFORMANCE.

USHIO lamps offer great performance with an extremely long lifetime. The superior quality in brightness, contrast, color and sharpness on your cinema screen will constantly impress your audience. Our consistent performance and reliability are unmatched. That's why huge majority of movie theaters around the globe already trust the USHIO products. **Additionally: Only USHIO lamps are tested, approved and certified by all projector manufacturers including Barco, NEC and Sony.**

USHIO

Ushio America, Inc. +1.800.838.7446 | www.ushio.com

USHIO is an Exclusive Distributor of

 **KOOPTECH™**

Washer & Dryer System
for 3-D Glasses.





CENTAURO, ACOMPANHANDO DE PERTO AS INOVAÇÕES DO MERCADO CINEMATOGRAFICO

INTEGRADORA ESTEVE PRESENTE EM TODAS AS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS DO CINEMA

POR: NATALÍ ALENCAR E VERÔNICA DOMINGUES | FOTO: REVISTA EXIBIDOR

EM 1908 O BRASIL contava com um pequeno parque exibidor de cerca de 50 salas, porém ao longo dos 30 anos seguintes, começou a se desenhar uma indústria cinematográfica nacional e, nesse cenário, surgia o embrião da Centauro Cinema, que não imaginava as mudanças que acompanharia e o quão responsável seria por muitas delas. Do projetor 35 mm ao digital, a empresa é uma das poucas que passou por tantas transformações tecnológicas, mantendo-se em destaque.

Mas, antes de receber o nome que leva hoje, contou com a colaboração de outros profissionais. Parte dessa trajetória começa em 29 de maio de 1936, quando os amigos Christiano Wiffler, Luiz Schatzmann e Rodolfo Mansberger fundaram Mansberger, Schatzmann & Cia – uma fábrica de projetores, reparos e consertos de aparelhos elétricos, especialmente os utilizados no mercado cinematográfico.

Os desafios apareceram cedo para os sócios. Em 1939, Wiffler saía da sociedade. Foi também o ano que deflagrou a 2ª Guerra Mundial, gerando uma escassez de matérias-primas e peças de reposição. Mas os amigos não se abateram. Mansberger e Schatzmann enxergaram uma oportunidade: oferecer projetores e peças de reposição por meio da produção local e do condicionamento.

A partir daí começa a se desenhar o futuro da Centauro. Em 1952, Abram Ciocler se tornava o novo sócio, adquirindo as cotas de Luiz Schatzmann. Entretanto, apenas em 1968 a companhia ganharia seu nome definitivo – Centauro – passando a ser administrada apenas por Ciocler. “Meu pai sempre foi uma pessoa pioneira. Tudo era muito mais difícil naquela época”, comenta Miriam Ciocler.

Neste contexto, a Centauro estreitou relações comerciais com os principais fornecedores internacionais de equipamentos cinematográficos enquanto produzia seu projetor próprio. Abram Ciocler acreditava em inovações, não tendo receio de errar e investia em pesquisa e desenvolvimento para criar um produto diferenciado.

Com o crescimento da indústria cinematográfica, a Centauro se tornou referência como fabricante de projetores atuando também na área de manutenções preventivas para as exibidoras. Até que, em 1980, o mercado entrou em retração. Diversas salas de cinema foram fechadas e o investimento em novos equipamentos teve uma brusca redução. Dessa maneira, a organização precisou expandir os seus negócios, criando uma divisão voltada às necessidades dos teatros.

A empresa crescia, evoluía, acompanhava o parque exibidor, sempre de olho nas oportunidades e nas demandas dos exibidores.

Com a retomada do cinema nacional nos anos 1990, a Centauro ganhou reconhecimento nacional e internacional. No Brasil, o mercado iniciou um processo de rápida expansão. “A entrada da Cinemark, em 1997, foi emblemática para a transformação do parque exibidor. Hoje, os exibidores brasileiros reconhecem quão importante é ofertar aos seus clientes um diferencial. Eles estão dispostos a investir porque sabem que terão retorno. Antes, isso não acontecia”, conta Luís Ciocler, CEO da Centauro Cinema, que hoje dá continuidade ao legado deixado pelo pai. Luís acompanhou a empresa desde muito pequeno e ao ver a atuação do pai aprendeu na prática e agregou com o passar dos anos sua experiência acadêmica como engenheiro mecânico e eletrônico.

Ao longo desses anos, a empresa desenvolveu uma série de soluções próprias para os exibidores. Em 2011, por exemplo, colocou em funcionamento o NOC (*Network Operation Center*), plataforma de gestão de equipamentos que permite o monitoramento em tempo real de todas as ocorrências técnicas de uma sala de cinema.


Na digitalização do parque exibidor, a empresa também teve um papel de destaque. “Em 2014, trabalhamos na transição dos equipamentos que utilizavam película para o digital muito antes dos brasileiros porque fizemos a digitalização das salas da Cinemark e da Cinépolis na América Latina. Com isso, validamos os conhecimentos da nossa equipe técnica e nos preparamos para a digitalização do parque exibidor nacional”, lembra Ciocler.

Hoje, a Centauro conta com uma estrutura que disponibiliza ao exibidor produtos e serviços técnicos que começam com o projeto de execução e montagem das salas (Sistema de Projetos Integrados – SIP), seguem com o monitoramento delas (Centauro NOC) e continuam com a manutenção e reposição de peças (Centauro PRÓ), fechando assim praticamente todo o ciclo de funcionamento de uma sala de cinema.

Para quem vivenciou tantas mudanças tecnológicas, das quais contribuiu com muitas delas, transformando-as em oportunidades, o futuro seguirá a mesma linha. “A Centauro foi a única empresa que se manteve em atividade desde o cinema mudo. É um marco porque as outras empresas que atuavam no mesmo segmento fecharam. Podemos dizer que somos a única empresa que esteve presente em todas essas mudanças tecnológicas de nosso mercado e continuaremos nos empenhando para dar continuidade a este trabalho, seja com projeções 3D sem óculos, salas de exibição equipadas com telas tipo OLED sem projetores ou até com a realidade virtual”, orgulha-se Ciocler.

Atualmente, a Centauro monitora centenas de salas de cinema. A empresa recentemente teve suas caixas acústicas homologadas pela Dolby para uso em salas equipadas com som imersivo Dolby ATMOS.

Com a celebração dos 80 anos de trajetória agora em 2016, a Centauro renovou a identidade visual de sua marca adotando um formato mais integrado. ■

A person is holding a large, vibrant bouquet of flowers in a woven basket. The bouquet includes yellow, white, and red chrysanthemums. Two identification tags are attached to the basket: a white one with 'PR - CURITIBA' and '41-3024-2251', and a yellow one with 'BA - SALVA' and '71-3263-'. The background is a blurred street scene with a motorcycle and buildings.

ESTAR PRESENTE
EM TODO BRASIL
NÃO É BRINCADEIRA.
PRA GENTE,
É UM CASE SÉRIO.



RJ - RIO DE JANEIRO
2484-4515

PE - RECIFE
81-3326-4422

DF - BRASÍLIA
61-3965-9315

SP - SÃO PAULO
11-5506-3530

0785

RS - PORTO ALEGRE
51-3029-8541

MG - BELO HORIZONTE
31-3225-9071

ESPAÇO/Z

UMA AGÊNCIA. VÁRIOS SOTAQUES.

SEMANA ABC 2016

DE 11 A 13 DE MAIO

NA CINEMATECA BRASILEIRA

VEJA A PROGRAMAÇÃO NO SITE WWW.ABCINE.ORG.BR

REALIZAÇÃO



CORREALIZAÇÃO



cinemateca brasileira



SEE MORE

BARCO

Visibly yours

FLAGSHIP
LASER
PROJECTION

Sensational image quality for a mind-blowing experience

Barco's flagship laser projectors offer unprecedented image quality with record-breaking brightness levels, significantly increased contrast ratio, and vivid colors for a radically improved movie experience that's unmatched in the industry. Fully REC2020-ready, they are the only projectors capable of displaying 4K 60fps and 4K 3D, thanks to the unique built-in Barco Alchemy server.

Why wait? Discover our laser products on:
www.barco.com/digitalcinemaprojectors

BARCO

Visibly yours



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



Website
padrão



Venda de
ingressos



Navegação
simplificada



Hospedagem
inclusa



www.tonks.com.br

emilia clarke
sam claflin

BASEADO NO LIVRO DE SUCESSO DE JOJO MOYES

como eu era antes de você

NEW LINE CINEMA E METRO-GOLDWYN-MAYER PICTURES APRESENTAM UMA PRODUÇÃO SUNSWEEP ENTERTAINMENT "ME BEFORE YOU" EMILIA CLARKE SAM CLAFLIN
JANET McTEER CHARLES DANCE BRENDAN COYLE FIGURINO JILL TAYLOR MÚSICA DE CRAIG ARMSTRONG EDITOR JOHN WILSON, ACE DESENHISTA DE ANDREW McALPINE DIRETOR DE FOTOGRAFIA NEMI ADEFARASIN, BSC
PRODUTOR EXECUTIVO SUE BADEN-POWELL PRODUZIDO POR KAREN ROSENFELT, p.g.a. ALISON OWEN, p.g.a. BASEADO NO ROMANCE DE JOJO MOYES ROTEIRO DE JOJO MOYES DIRIGIDO POR THEA SHARROCK



16 de junho nos cinemas

#vivaintensamente

© 2015 Warner Bros. Entertainment Inc. All Rights Reserved.



DO MUNDO BRUXO DE J. K. ROWLING

ANIMAIS
FANTÁSTICOS
E ONDE HABITAM

17 DE NOVEMBRO NOS CINEMAS

© 2016 WARNER BROS. ENTERTAINMENT INC. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. J. K. ROWLING É MARCA REGISTRADA DE J. K. Rowling e Warner Bros. Entertainment Inc.

DISPONÍVEL EM 2D E 3D

Classe de classificação: Family Friendly (J. K. R.)

WARNER BROS. ENTERTAINMENT INC. 