

R E V I S T A

# EXIBIDOR

ANO V - Nº 19 | NOVEMBRO/2015



## O CINEMA ALÉM DE SUAS FRONTEIRAS

FORMATOS PARA O EXIBIDOR AUMENTAR SUA COMPETITIVIDADE

### MARKETING

ARTIFÍCIOS DA MÍDIA EM TELA  
PARA ATRAIR O PÚBLICO

### OPORTUNIDADES

POTENCIAL DOS NEGÓCIOS  
AGREGADOS PARA OS CINEMAS

### ENTREVISTA

EXECUTIVOS DA MPA EXPLICAM  
PAPEL DA ENTIDADE

# 2016 está chegando e a diversão já está garantida.

Vejam os grandes lançamentos da Paramount Pictures para a próxima temporada.



***A Grande Aposta***  
Estreia 14 de Janeiro



***Anomalisa***  
Estreia 28 de Janeiro

***The Cellar***  
Estreia 10 de Março

***13 Horas: Os Soldados Secretos de Bengazhi***  
Estreia 04 de Fevereiro

***Pai Em Dose Dupla***  
Estreia 21 de Janeiro



***Zoolander 2***  
Estreia 03 de Março





***No Mundo Da Lua (3D)***  
Estreia 21 de Abril



***Star Trek Beyond (3D)***  
Estreia 21 de Julho

***Ben-Hur (3D)***  
Estreia 11 de Agosto

***As Tartarugas Ninja 2 (3D)***  
Estreia 16 de Junho

***Jack Reacher 2***  
Estreia 27 de Outubro

***Chamados***  
Estreia 07 de Abril

Baixe os trailers DCP no:  
[ParamountExibidor.com.br](http://ParamountExibidor.com.br)

# UM FIM DE ANO DE SUCESSOS, APESAR DA CRISE

O **TÉRMINO DE 2015** se aproxima e neste ano o mercado tem muito que comemorar, apesar da crise. O parque exibidor nacional expandiu, a digitalização está literalmente finalizada e o exibidor mira outros horizontes. Embora a crise econômica e política assuste todos os setores, o cinema ainda está bem graças aos sucessos que comprovam isso.

E para sedimentar ainda mais as conversas, a capa deste mês abre uma discussão sobre as experiências além do cinema: o laser, o som imersivo e as telas gigantes. Na parte de bombonière, o relacionamento com o consumidor. Também falamos sobre como encontrar outras maneiras de lucrar com o seu cinema e tocamos em dois assuntos distintos. Primeiro, entrevistamos as principais empresas de mídia em tela do País. As propagandas crescem cada dia mais e, com a digitalização, ficou ainda mais rápido e simples de utilizar essa lucrativa ferramenta. Porém, mostramos que a publicidade deve ser empregada com cuidado para não incomodar o espectador.

Fomos atrás de cinemas que contam com negócios agregados como cafeterias, livrarias e outras opções de consumo para o público. Entenda como os cinemas se utilizam dessa estratégia para tornar a experiência de ir ao cinema um passeio completo para o espectador.

Entrevistamos também os principais nomes da MPA no Brasil e na América Latina para conhecer a atuação da entidade, o trabalho junto aos exibidores e como as políticas nacionais podem ajudar a potencializar o mercado e evitar a pirataria.

Na sessão *Trajatória* trouxemos a história de um dos cinemas mais importantes de São Paulo, o Cinesala. Não bastando, ainda contamos com artigos sobre variados temas que vão desde o potencial de filmes baseados em games até o crescimento do *Premium Large Format* (PLF) e as políticas de exibição. Contamos ainda com um infográfico especial criado pelo Omelete sobre a saga **Star Wars**, que estreia seu novo filme em dezembro.

A Expocine está à sua porta e esta revista é a chave para tornar a sua experiência ainda mais completa durante o evento. Por isso, a edição deste mês é mais do que especial, pois nela está o guia contendo tudo o que você precisa saber sobre a Expocine, a maior convenção da América Latina para o mercado cinematográfico.

Aproveite!

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

## EXPEDIENTE

EDIÇÃO E DIREÇÃO  
Marcelo J. L. Lima

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

PROJETO GRÁFICO  
E DIREÇÃO DE ARTE  
Raphael Grizilli

REVISÃO  
Vanessa Vieira

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

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

COLABORADORES  
Igor Kupstas, Marcos Tavorali,  
Phil Contrino, Omelete, Espaço/Z

IMPRESSÃO  
Vox Editora  
[www.voxeditora.com.br](http://www.voxeditora.com.br)  
Tiragem de 3000 exemplares

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO  
23/10/2015

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

A Revista Exibidor é uma publicação  
trimestral da:

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

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

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

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

SUA SALA PREMIUM  
MERECE UM **SOM PREMIUM**



**DOLBY  
ATMOS**

SINTA TODAS AS DIMENSÕES

---

Mais de 1200 salas instaladas no mundo • Tecnologia adotada pelos maiores estúdios de Hollywood • Número de filmes cada vez maior, inclusive na versão dublada • Novas especificações mais simples e práticas • A qualidade e experiência Dolby em matéria de som • Tudo isso e mais fazem do **Dolby Atmos** a escolha perfeita para salas **Premium Large Format**, proporcionando ao público a melhor experiência de som imersivo do cinema.

---

[vendas@dolby.com](mailto:vendas@dolby.com)

## EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

### A

ABRAPLEX  
AMC  
ANCINE

### B

BARCO

### C

CAIXA BELAS ARTES  
CENTERPLEX  
CHRISTIE  
CINEART  
CINEARTE  
CINESPAÇO  
CINEFLIX  
CINE JOIA  
CINEMARK

### CINEMATOGRÁFICA ARAÚJO

CINÉPOLIS  
CINESALA  
CINESYSTEM

### CIRCUITO CINEMAS

### D

DOLBY

### E

ESTADO DE S. PAULO

### F

FENECC  
FLIX MEDIA  
FOLHA DE S. PAULO  
FORD

### G

GRUPO ESPAÇO DE CINEMAS  
GRUPO ESTAÇÃO

### I

IHS  
IPEA  
IMAX

### K

KIA  
KINOMAXX  
KINOPLEX

### M

MASTERIMAGE  
MOVIECOM

### MPA

MPAA

### N

NATURA

### P

PRÉ-SHOW

### R

RAÍ+VELASCO  
REALD  
RESERVA CULTURAL  
RIOFILME

### S

SALA 3  
SICAV

### SPCINE

STARBUCKS  
STUZZI

### T

TENDÊNCIAS

### U

UCI  
UNIPLEX

### V

VOLFONI

### X

XPAND

## EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

### ALLIANZ

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

### BARCO

[www.barco.com/pt](http://www.barco.com/pt)

### BRAVOLUZ

[www.bravoluz.com.br/shop](http://www.bravoluz.com.br/shop)

### CENTAURO

[www centauro-cinema.com.br](http://www centauro-cinema.com.br)

### CENTERPLEX

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

### CHRISTIE

[www.christiedigital.com.br/pt-br](http://www.christiedigital.com.br/pt-br)

### CINE BRASIL

[www.facebook.com/CineBrasilDigitalCinema](http://www.facebook.com/CineBrasilDigitalCinema)

### CINECOLOR

[www.grupochilefilms.cl/cc\\_brasil](http://www.grupochilefilms.cl/cc_brasil)

### CINEMARK

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

### DIAMOND FILMS

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

### DOLBY

[www.dolby.com/br/pt](http://www.dolby.com/br/pt)

### ESPAÇO/Z

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

### FOX

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

### GDC

[www.gdc-tech.com](http://www.gdc-tech.com)

### IMAGEM FILMES

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

### INGRESSO.COM

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

### KINOPLEX

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

### MASTERIMAGE

[www.masterimage3d.com](http://www.masterimage3d.com)

### PARAMOUNT

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

### PARIS FILMES

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

### PRÉ-SHOW

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

### QUANTA DGT

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

### TELECINE

[www.telecine.globo.com](http://www.telecine.globo.com)

### THEATRE WORLD

[www.theatreworld.in](http://www.theatreworld.in)

### USHIO

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

### WARNER BROS.

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

**SOMOS RESPONSÁVEIS PELO  
SEGURO DOS EQUIPAMENTOS DE  
INTEGRAÇÃO DIGITAL DE MAIS DE  
1000 SALAS DE CINEMA  
E TEMOS MUITO MAIS A OFERECER  
AO SETOR E SEUS COLABORADORES**

**A PEDRO BARROS SEGUROS PODE ASSESSORAR EM TODAS  
AS NECESSIDADES DE SEGUROS DO SEU NEGÓCIO**



RUA: AUGUSTA, 1598 - CONJ. 52 - SÃO PAULO - SP  
TEL.: (11) 3262 - 3002

CONTATO@PEDROBARROSSEGUROS.COM.BR

**Allianz** 



NOVEMBRO 2015

40  
CAPA |

**FORMATOS E TECNOLOGIAS  
QUE LEVAM O CINEMA ALÉM  
DE SUAS FRONTEIRAS**

# SUMÁRIO

## NOTÍCIAS | 10

Giro pelo mercado

## INFOGRÁFICO | 14

Star Wars - A jornada dos Skywalkers no cinema

## CLAQUETE.COM | 16

Novidades do cinema

## ENTREVISTA | 20

Executivos da MPA falam sobre atuação da entidade

## PUBLICIDADE | 24

A mídia em tela hoje e as estratégias para atrair o espectador

## ARTIGO EXIBIÇÃO | 28

Potencial das adaptações de videogames

## OPORTUNIDADES | 30

A aposta dos negócios agregados para os cinemas

## ARTIGO MERCADO | 36

As telas gigantes e sua influência no mercado

## BOMBONIERE | 50

O relacionamento com o cliente final

## ARTIGO POLÍTICA | 54

Importância das políticas de exibição em tempos de crise

## AGENDA | 58

Próximos lançamentos

## TRAJETÓRIA | 60

Cinesala, atravessando décadas





# EXPOCINE/15

SP/BRA

GUIA EXPOCINE | 63

PORTAL

EXIBIDOR

## FESTIVAL DO RIO E RIOMARKET 2015

A 17ª edição do Festival do Rio refletiu a crise econômica que se instalou no Brasil, no entanto consagrou **Boi Neon** (Leia a cobertura completa em: [tonk.es/festivaldorior2015](http://tonk.es/festivaldorior2015)). Já o braço de negócios do evento, o RioMarket, teve como principal foco as mudanças do mercado audiovisual. (Confira em: [tonk.es/riomarket2015](http://tonk.es/riomarket2015))

## VENEZA E SAN SEBASTIAN

Além dos festivais e encontros nacionais, dois eventos internacionais marcaram o calendário audiovisual. O cinema brasileiro esteve presente com força no Festival de Veneza, que este ano chegou à sua edição nº 72. Além disso, o Netflix também causou furor no evento. (Veja em: [tonk.es/venez2015](http://tonk.es/venez2015)). O País também teve seu destaque em San Sebastián. (Detalhes em: [tonk.es/sansebastian2015](http://tonk.es/sansebastian2015)).

## CASO PRIMEPASS

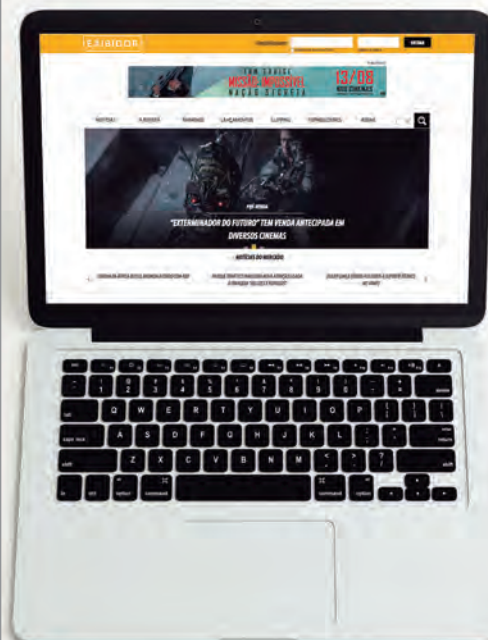
Um dos assuntos que causaram polêmica no mercado foi a divulgação do aplicativo PrimePass, que dá direito ilimitado a assistir filmes em diversas redes por apenas R\$ 99,90. As exibidoras contestaram a parceria e a empresa deu sua versão dos fatos. Entenda o caso: [tonk.es/appprimepass](http://tonk.es/appprimepass).



[WWW.EXIBIDOR.COM.BR](http://WWW.EXIBIDOR.COM.BR)

# PORTAL EXIBIDOR

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



ASSINE JÁ.  
APENAS R\$ 15,90/MÊS

EXIBIDOR

[WWW.EXIBIDOR.COM.BR](http://WWW.EXIBIDOR.COM.BR)

# CINESYSTEM ABRE MAIS UM COMPLEXO NO RIO



©DIVULGAÇÃO

A rede Cinesystem inaugurou em outubro mais um cinema no Rio de Janeiro, no Itaboraí Plaza (Itaboraí), o primeiro shopping da região. Esse é o oitavo multiplex da Rede no estado, o primeiro fora da capital fluminense.

O multiplex trabalha com modelo de autosserviço. Nessa primeira fase do projeto serão abertas cinco salas, sendo uma no modelo Cinépic, com tela gigante. A capacidade total do cinema será de 860 lugares numerados.

“O público do Rio de Janeiro sempre se mostrou receptivo e bem entrosado com as tecnologias e promoções da Cinesystem. Sermos pioneiros em entregar aos itaboraienses seu primeiro cinema digital nos deixa muito felizes. Principalmente porque toda a população vai usufruir de muita tecnologia e qualidade para conferir as estreias no mesmo momento em que chegam às grandes cidades”, diz a gerente de marketing da Rede, Sâmara Kurihara.

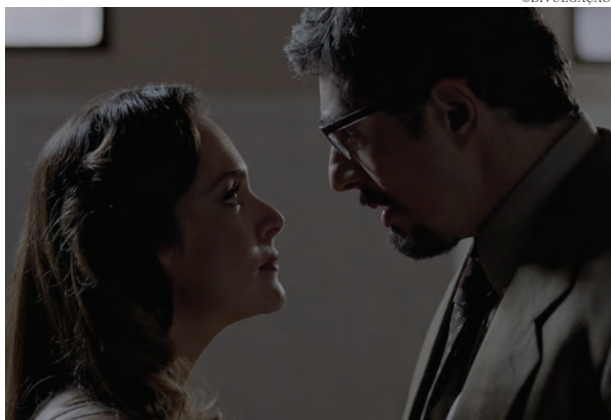
## PRÊMIO ED ANUNCIA MUDANÇAS

Em mais um ano o Prêmio ED chega para homenagear os principais destaques dos mercados de exibição e distribuição. O evento está marcado para 10 de dezembro e conta com uma série de novidades adequando o evento à atual situação econômica do País.

A primeira delas é a mudança no local da premiação. Para receber a festa, a Kinoplex cedeu espaço em um dos seus complexos: o Kinoplex Itaim (São Paulo – SP).

O encontro terá início às 10h00 da manhã. Após o evento, os participantes poderão almoçar e aproveitar o momento para estender a confraternização com parceiros e amigos. Há mudanças também no regulamento e nas categorias, veja em: [tonk.es/novidadespremioed2015](http://tonk.es/novidadespremioed2015).

## “NINGUÉM AMA NINGUÉM” (POR MAIS DE DOIS ANOS)



©DIVULGAÇÃO

Em 12 de novembro estreia nos cinemas o filme **Ninguém Ama Ninguém (por mais de dois anos)**, baseado em contos de Nelson Rodrigues. A distribuição é da Europa Filmes e o longa foi selecionado para o Festival do Rio e para a Mostra Internacional de Cinema de SP.

A produção marca a estreia de Clovis Mello nos longas-metragens e investiga a intimidade de cinco casais no Brasil no início dos anos 60.

“A ideia é rejuvenescer a obra de Nelson Rodrigues, que foi esquecida nos últimos anos. O filme não tem muitas cópias, mas está bem focado”, disse o diretor em entrevista ao **Portal Exibidor**. (Veja na íntegra em: [tonk.es/clovismello](http://tonk.es/clovismello))

©DIVULGAÇÃO



## LATC E AFC LANÇAM LIVRO SOBRE CINEMA BRASILEIRO

Durante o RioMarket, o LATC (Latin American Training Center) e a AFC (Américas Film Conservancy) lançaram a publicação “O Cinema Brasileiro Hoje: Ensaios de críticos e especialistas de todo o país” (“*Brazilian Cinema Today: Essays by Critics and Experts from Across Brazil*”).

Com curadoria de Susana Schild, crítica de cinema do jornal O Globo, o livro é uma coletânea de artigos escritos por renomados críticos de cinema de todas as regiões do Brasil, que oferece um panorama sobre a evolução e as tendências atuais da indústria cinematográfica brasileira.

As entidades uniram forças para apresentar essa perspectiva nova e diversificada sobre a vitalidade do audiovisual brasileiro a partir de olhares sobre o passado, o presente e as futuras direções desta indústria. O **Portal Exibidor** conversou com Steve Solot, presidente da LATC, leia em: [tonk.es/stevesolotlatc](http://tonk.es/stevesolotlatc).

## QUARTA MAIOR REDE DOS EUA COMPRA A SUNDANCE CINEMAS

A Carmike Cinemas comprou a Sundance Cinemas por US\$ 36 milhões. Com o acordo, a quarta maior rede dos EUA soma 37 novas telas e cinco cinemas para o seu circuito e chega ao total de 274 cinemas e 2.909 telas em 41 estados americanos. A informação é da Variety.

A rede era comandada pelo Sundance Group, propriedade do ator e diretor Robert Redford, e os cinemas são conhecidos por garantir lugares reservados, assim como contam com bistrôs, coquetéis, cervejas e vinhos na maioria de seus complexos.

“Esperamos que essa aquisição permita que a exibidora encontre um público que não procura *blockbusters* e possa providenciar novas oportunidades de expansão de luxo”, afirmou David Passman, presidente e CEO da Carmike.

## DOLBY ATMOS CHEGA À MARCA DE 1.200 TELAS

A Dolby chegou à expressiva marca de 1.200 telas instaladas ou, pelo menos, que estão fechadas para instalar a tecnologia de som imersivo Dolby Atmos.

A parceria se estende a 250 exibidores em mais de 40 países diferentes. Atualmente, o sistema conta com mais de 300 títulos e exibidores garantem que a tecnologia tem aumentado a satisfação do espectador e, também, melhorado a receita.

“Estamos felizes com os comentários positivos dos nossos espectadores com o nosso som, nos dizendo que eles realmente conseguiam notar a diferença e que isso melhorou sua experiência no cinema”, afirma Thomas Schülke, diretor de Marketing da UCI Kinowelt.

# EXIBIDORES VISITAM SET DE FILMAGENS DE LONGA SOBRE JOSÉ ALDO

A Paris Filmes levou exibidores ao set de filmagens do longa-metragem sobre o lutador brasileiro José Aldo, cuja locação era o Ginásio Poliesportivo de São Bernardo do Campo. O filme é uma produção da Paris Produções e da Black Maria e traz a trajetória do campeão brasileiro peso pena do UFC – Ultimate Fighting Championship.

Entre os presentes no encontro com elenco e equipe da produção do filme os profissionais Rosa Maria Vicente e Zenildo Miranda, que representaram a PlayArte, e Rebeca de Paula, que representou a rede Cinemark. O **Portal Exibidor** foi ao evento e traz as novidades sobre a produção que, de acordo com Sandi Adamiu, diretor geral da Paris Produções, deve estreitar em mais de 600 telas nacionais em 16 de janeiro de 2016.

Veja em: [tonk.es/josealdoparis](http://tonk.es/josealdoparis).



©DIVULGAÇÃO

## PRIMEIRO COMPLEXO CINÉPOLIS NO PIAUÍ

Em outubro a Cinépolis chegou ao Piauí. O primeiro complexo da rede na região fica no Shopping Rio Poty, em Teresina. Serão 12 salas no total com capacidade para 2.058 pessoas, destas, três são VIP, uma MacroXE e as demais convencionais, sendo cinco em 3D.

O shopping tem 79.279m<sup>2</sup> de área, 19 âncoras e megalojas, 258 lojas e 35 estabelecimentos de alimentação. A área total construída é de 108.157m<sup>2</sup>, incluindo oito torres comerciais com 1.712 salas comerciais, 22 torres residenciais com 1.584 apartamentos e um hotel.

Teresina é a terceira capital com melhor qualidade de vida do Norte-Nordeste segundo o Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal, e de acordo com o IPEA é a quinta capital mais segura do Brasil. A cidade já conta com um complexo: Cinemas Riverside com três salas e capacidade total para 552 espectadores.

## SEMINÁRIO DA SPCINE APONTA POTENCIAL DO CINEMA NO BRASIL

A Spcine realizou em meados de setembro, na Biblioteca Mário de Andrade (SP), o seminário “Estatísticas do Audiovisual – A Importância da Inteligência de Dados Para a Elaboração de Negócios”, que contou com os profissionais João Leiva (J. Leiva Cultura e Esporte), Gisele Jordão (Panorama Setorial da Cultura), Gabriel Gurman (Paris Filmes) e Felipe Galvão (Fox International Channels).

O objetivo do encontro foi colocar em discussão a importância da análise de dados na difusão de conteúdo, criação de estratégias de distribuição e formação de novos públicos no audiovisual. E como já esperado, apesar da crise, o cinema se destacou no debate.

O seminário, que teve ainda transmissão via streaming, recebeu produtores, agentes de cultura, jornalistas, críticos, cineastas e profissionais da área produtiva.

Confira a cobertura completa em: [tonk.es/seminarioestatisticasspcine](http://tonk.es/seminarioestatisticasspcine).

**tudo o que você precisa para montar uma operação eficaz  
da sua sala de cinema reunido em só lugar**



**a partir de agora os exibidores passam a contar com uma  
importante ferramenta para os seus negócios: a parceria  
Centauro Cinema - Dolby - Christie**

Parceria é antes de tudo afinidade e crença de valores. É assim que está nascendo o serviço Centauro SIP - Sistema Integrado de Projetos. Uma nova proposta técnica / comercial para auxiliar os exibidores na montagem de suas salas de cinema com a aplicação da melhor configuração de equipamentos disponíveis para o local sempre considerando a análise e os parâmetros de investimentos / benefícios.

Mais importante que falar das forças e tradição das marcas envolvidas é olhar para a oportunidade de poder reunir toda essa experiência e integração de conhecimentos que sem dúvida vai colaborar positivamente para o desenvolvimento dos seus negócios.

**Ligue para (11) 3331-8055**, agende uma apresentação com nossa equipe comercial e conheça com mais detalhes essa novidade.

Centauro SIP - um serviço em parceria com:

**DOLBY**

**CHRISTIE**

**centauro**  
www.centauro-cinema.com.br

Visite-nos na EXPOCINE/15 - dias 17,18 e 19 de novembro. Aguardamos você no Stand 41.

# STAR WARS

## A JORNADA DOS SKYWALKERS

Antes, chamávamos esta pessoa especial de "O Escolhido". Hoje, ele é "O Cara". Buda, Cristo e Moisés tiveram suas histórias contadas usando o Monomito, ou "Jornada do herói", como o antropólogo Joseph Campbell conceituou essa forma de narrativa. No cinema, ela pode ser vista nas mais diversas histórias, do Neo, de *Matrix* à *Mulan*, da Disney. Mas o mais conhecido de todos é o caminho percorrido pelos destemidos Anakin e Luke Skywalker na saga *Star Wars*, de George Lucas.

Com a chegada de *Star Wars: O Despertar da Força* em dezembro, vamos aproveitar este espaço para lembrar o que já aconteceu nos seis primeiros episódios da história - em sua ordem de lançamento nos cinemas.

### STAR WARS — EPISÓDIO IV — UMA NOVA ESPERANÇA 1977

Conhecido na época de seu lançamento no Brasil como *Guerra nas Estrelas*, o primeiro filme começa com o jovem Luke Skywalker no desértico planeta de Tatooine comprando os robôs C-3PO e R2-D2 e descobrindo que neles estão os códigos para destruição da Estrela da Morte. Ao falar com o ermitão Ben Kenobi, Luke fica sabendo que seu nome real é Obi-Wan Kenobi, um cavaleiro jedi. Luke ouve também que seu pai um dia também foi um excelente jedi, que acabou assassinado pelo tirano Darth Vader. A bordo da *Millennium Falcon* de Han Solo e Chewbacca, Luke começa seu treinamento sob o comando de Obi-Wan.

### STAR WARS — EPISÓDIO V — O IMPÉRIO CONTRA-ATACA 1980

Após destruir a Estrela da Morte, Luke vai para o gelado planeta Hoth, onde ouve a voz de seu falecido mestre Obi-Wan dizendo-lhe voar até Dagobah e procurar o mestre Yoda para continuar seu treinamento. Aquele pequeno ser verde de falas engraçadas acaba ensinando muito mais sobre a Força e os deveres de um cavaleiro Jedi. No momento mais emblemático da série, Luke descobre que seu pai, Anakin Skywalker é Darth Vader.

### STAR WARS — EPISÓDIO VI — O RETORNO DE JEDI 1983

Depois de salvar Han Solo, que estava congelado em Carbonita, Luke volta para terminar seu treinamento com Yoda, que - muito velho - está à beira da morte. Em outra aparição de Obi-Wan, seu antigo mestre diz que para se tornar um Mestre Jedi, Luke deverá enfrentar seu pai. Darth Vader tenta novamente seduzir Luke para o Lado Negro da Força. Em um ataque de descontrole, Luke quase mata seu próprio pai, mas consegue parar a tempo de perceber o erro e evitá-lo. Ao ver Palpatine tentar matar seu filho, Vader ataca seu mestre e se redime, morrendo nos braços de seu filho, que agora é um Jedi.




**STAR WARS**  
— EPISÓDIO I —  
A AMEAÇA FANTASMA  
1999

A profecia falava sobre aquele que traria o equilíbrio à Força. Sob os dois sóis do planeta Tatooine morava um escravo chamado Anakin Skywalker. Percebendo que a força era abundante no menino, o Jedi Qui-Gon Jinn decide levá-lo para Coruscant, onde poderia iniciar seu treinamento, podendo se tornar "O Escolhido". Inicialmente rejeitado pelo conselho, Anakin acaba virando um padawan sob o comando de Obi-Wan Kenobi.



**STAR WARS**  
— EPISÓDIO II —  
ATAQUE DOS CLONES  
2002

Ambientado dez anos após o Episódio I, Ataque dos Clones mostra um Anakin já mais velho, adiantado no seu treinamento Jedi, mas ainda incapaz de controlar suas emoções. Em um ataque de raiva após a morte de sua mãe, ele dizima uma tribo do Povo da Areia. E após se apaixonar por Padmé Amidala, os dois se casam em uma cerimônia secreta tendo apenas R2-D2 e C-3PO como testemunhas.



**STAR WARS**  
— EPISÓDIO III —  
A VINGANÇA DOS SITH  
2005

Depois de descobrir que Padmé está grávida, Anakin começa a ter premonições de que ela pode morrer durante o parto. As visões são uma manipulação mental dos poderes Sith de Palpatine, para fazer com que Anakin se junte a ele como única forma de salvar o amor de sua vida. Convencido de que não há outra opção, ele jura lealdade a Palpatine e se torna Darth Vader.



**STAR WARS**  
— EPISÓDIO VII —  
O DESPERTAR DA FORÇA  
2015

Passados 32 anos do lançamento de O Retorno de Jedi, Luke Skywalker volta a ser um dos personagens principais de um filme da série Star Wars. O filme, dirigido e roteirizado por J.J. Abrams (Star Trek, Super 8), vem recheado de mistérios.

Por:  
Marcelo Forlani - Sócio fundador do Omelete  
Ilustração: Thobias Daneluz

Infográfico desenvolvido por **omelete**

## SEQUÊNCIA DE “O EXTERMINADOR DO FUTURO” PASSARÁ POR AJUSTES



©DIVULGAÇÃO

Recentemente, o site The Hollywood Reporter noticiou que a sequência de **O Exterminador do Futuro: Gênese** (*Terminator: Genesys*) havia sido adiada por tempo indeterminado por conta do desempenho abaixo do esperado do último longa da saga nos cinemas.

Agora, o produtor Dana Goldberg afirmou que o longa ainda deve acontecer, mas será feito um reajuste levando em consideração a opinião dos fãs. “Vamos usar dados e pesquisas para fazer um estudo mundial e conversar com o público sobre o que eles querem e o que não funcionou e, assim, iremos colocar a franquia no caminho certo”, disse ao site The Wrap.

Com um custo de US\$ 155 milhões, o longa fez apenas US\$ 89 milhões nos EUA, mas somou US\$ 350 milhões fora do país. Por conta desse bom desempenho ao redor do mundo, um novo longa ainda deve ser produzido.

## DRAMA “SULLY” INICIA FILMAGENS

Começaram as filmagens em Nova York do drama **Sully**, ainda sem título em português, estrelado por Tom Hanks como o capitão Chesley “Sully” Sullenberger, sob a direção de Clint Eastwood. As gravações serão realizadas na Carolina do Norte, Atlanta e Los Angeles.

Segundo a sinopse, em 15 de janeiro de 2009, o mundo testemunhou o “Milagre no Hudson”, quando o capitão “Sully” Sullenberger (Hanks) deslizou seu avião danificado nas águas geladas do rio Hudson, salvando a vida de 155 pessoas a bordo. No entanto, mesmo Sully sendo anunciado pela população e pela mídia por sua façanha e habilidade sem precedentes na aviação, uma investigação se desenrolou e ameaçou destruir sua reputação e sua carreira.

Eastwood dirige o filme a partir do roteiro de Todd Komarnicki, baseado no livro “Highest Duty: My Search for What Really Matters”, de Sullenberger e Jeffrey Zaslow.

## LARISSA MANOELA E JOÃO CORTÊS ESTÃO EM “O REINO GELADO 2”

Os atores Larissa Manoela e João Cortês são os dubladores dos personagens Gerda e Orm na versão brasileira da animação **O Reino Gelado 2** (*The Snow Queen 2*), com estreia prevista para 12 de Novembro.

Larissa dubla a heroína Gerda, uma garota gentil, honesta e com muita força de vontade, e João dublará o protagonista Orm, um troll como qualquer outro, sem nada de especial mesmo para os padrões da espécie.

No filme, depois da vitória sobre a Rainha da Neve, os trolls desenvolveram um gosto pela liberdade. Tendo desempenhado um papel importante no triunfo, o troll Orm tornou-se um herói para todos. Mas isso não é o suficiente para ele. Comicamente exagerando suas façanhas e realizações, ele cria uma teia de mentiras, alegando que ele, pessoalmente, derrotou a Rainha da Neve, e que está destinado a se casar com a princesa e herdar um grande poder e riquezas.



## NOVAS DATAS PARA “TOY STORY 4” E “CARROS 3”

De acordo com o New York Times, a Pixar e a Disney alteraram as datas de estreia de duas animações. **Toy Story 4**, que estava previsto para 06 de julho de 2017, agora tem lançamento postergado para junho de 2018 e **Carros 3** (*Cars 3*) chegará em junho de 2017.

O presidente da Pixar, Jim Morris, anunciou recentemente que o quarto filme de Woody não será necessariamente uma sequência direta da terceira animação, lançada em 2010. Há 20 anos a Pixar lançava seu primeiro filme que viria a mudar para sempre a animação. O longa foi um sucesso de



bilheteria e de crítica não apenas pela animação em computação gráfica, mas também pela história cativante e pelos personagens carismáticos.

Em entrevista à rádio WBGZ de Alton, Michael Wallis, que dubla o Xeri-

fe, já sinalizava em 2013 um pouco do enredo: “**Carros 3**... nós vamos voltar para a estrada. E retornaremos para as (rotas) 66 até 99. Eu amo fazer esse trabalho. Nós fizemos uma nova geração se ligar em estradas antigas”, disse.

## “A ESCOLHA” ESTREIA EM FEVEREIRO DE 2016

A *Escolha* (*The Choice*), baseado no romance homônimo de Nicholas Sparks chegará às telonas com distribuição da Paris Filmes em 04 de fevereiro de 2016.

No filme, uma cômica e jovem moça chama a atenção de Travis (Benjamin Walker) no momento em que se muda para a casa ao lado. Gabby (Teresa Palmer) logo tem que decidir se pretende ficar com Travis ou continuar seu namoro com Ryan (Tom Welling). Após alguma insistência de Travis, os dois ficam juntos, coisa que sua irmã, Stephanie (Maggie Grace), parecia saber desde o início. Mas algo trágico acontece: Ga-

bby se envolve em um sério acidente de carro e acaba no hospital seriamente ferida. O que culmina em uma pergunta que todo casal deve se perguntar: até onde você iria para manter a esperança do amor viva?

Dirigido por Ross Katz e com roteiro de Bryan Sipe, o filme é baseado na obra de Nicholas Sparks, novelista responsável pelo sucesso de grandes livros como: “O Diário de Uma Paixão” e “Um Amor Para Recordar”. O filme tem como elenco Benjamin Walker, Teresa Palmer, Maggie Grace, Alexandra Daddario, Tom Welling, Brett Rice e Tom Wilkinson.

## MAIS DOIS NOMES CONFIRMADOS EM “ANIMAIS FANTÁSTICOS E ONDE HABITAM”

O elenco de *Animais Fantásticos e Onde Habitam* (*Fantastic Beasts and Where to Find Them*) teve três novos nomes confirmados em seu elenco: Jon Voight, Carmen Ejog e Gemma Chan. O longa é um derivado da saga de Harry Potter, criada pela escritora J. K. Rowling.

O vencedor do Oscar Eddie Redmayne interpreta Newt Scamander, o notável bruxo magizoologista, que está em Nova York em uma de suas viagens para encontrar e documentar criaturas mágicas.

A produção também conta com Katherine Waterston como Tina; Alison Sudol como a irmã de Tina, Queenie; o vencedor do Tony Award, Dan Fogler como Jacob; Ezra Miller como Credence; a duas vezes indicada ao Oscar Samantha Morton como Mary Lou; Jenn Murray como Chastity; a jovem estreante Faith Wood-Blagrove como Modesty; e Colin Farrell como Graves.

O longa está programado para o dia 17 de novembro de 2016 no Brasil.

## ASSASSIN'S CREED SERÁ SIMILAR A "BLADE RUNNER"

©DIVULGAÇÃO



O CEO do estúdio Ubisoft Motion Pictures, Jean-Julien Baronnet, falou sobre a produção *live action* **Assassin's Creed**, que será a adaptação de um jogo de videogame.

Baronnet falou à revista *Premiere* sobre a produção e comentou sobre a contratação dos atores, que ocorreu em um período inusitado: antes mesmo do roteiro estar pronto. Para isso, foi necessário que o estúdio cedesse parte do controle criativo do filme aos atores.

Ainda de acordo com ele, **Assassin's Creed** deve ter como referências longas-metragens como **Batman Begins** e **Blade Runner** e, além disso, terá uma trama diferente dos jogos em que se inspira. No filme, o espectador acompanhará Callum Lynch, um descendente do assassino espanhol Aguilar, que viveu na Espanha no século XV.

A produção tem data de estreia marcada para 21 de dezembro de 2016 e será dirigida por Justin Kurzel.

## "INVOCAÇÃO DO MAL" COMEÇA AS GRAVAÇÕES

A Warner Bros. Pictures anunciou o início das filmagens, em Los Angeles, de **Invocação do Mal 2**, da New Line Cinema, com James Wan novamente na direção. O filme sobrenatural traz para os cinemas outro caso real dos arquivos dos renomados demonologistas Warren.

Repetindo seus papéis estão Vera Farmiga e Patrick Wilson como Lorraine e Ed Warren que, em uma de suas investigações paranormais mais aterrorizantes, viajam ao norte de Londres para ajudar uma mãe solteira a criar seus quatro filhos sozinha em uma casa atormentada por espíritos cruéis.

O primeiro **Invocação do Mal** (*The Conjuring*) teve a maior abertura em filmes de terror originais. No Brasil, alcançou a maior bilheteria já registrada em final de semana de estreia para filmes de terror, arrecadando cerca de R\$ 4,1 milhões. Com público estimado de 336 mil, o filme ficou em primeiro lugar nos cinemas de todo o território brasileiro. Somando o resultado do mercado internacional, o filme acumulou mais de U\$ 319 milhões, tornando-se a segunda maior bilheteria de filmes de terror de todos os tempos, ficando atrás apenas de **O Exorcista** (*The Exorcist*, 1973).

A produção tem estreia prevista para junho de 2016.

## "HOMEM-ARANHA" PODE TER FILMES BASEADOS EM QUADRINHOS DO UNIVERSO ULTIMATE

O diretor Jon Watts afirmou que os próximos filmes da franquia **Homem-Aranha** podem ser baseados no universo Ultimate dos quadrinhos, onde os heróis tiveram suas histórias recontadas desde a origem.

O cineasta afirmou que gosta muito do trabalho realizado pelo escritor Brian Michael Bendis e deixou no ar a possibilidade de usá-lo como base em seu filme. "As HQs mostram Peter Parker de volta ao colegial e, ao mesmo tempo, ele precisa resolver coisas da vida pessoal e problemas de super-herói. Acho bem legal", disse em entrevista ao site Den of Geek.

Com direção de Jon Watts e Tom Holland no papel principal, a produção tem estreia marcada para julho de 2017. Antes disso, o personagem será introduzido no universo Marvel com uma participação em **Capitão América: Guerra Civil** (*Captain America – Civil War*), que estreia no próximo ano.

# Amigos, cinema, risadas e emoção.



## A MAGIA ESTÁ NOS ENCONTROS.

No Kinoplex os encontros acontecem.

A diversão encontra o sorriso, o amor encontra o beijo, a emoção encontra o abraço e você ainda encontra todo conforto e tecnologia para curtir o melhor do cinema ao máximo. São mais de 250 salas em todo o Brasil - encontre o Kinoplex mais perto de você.

#VemproKinoplex

**Kinoplex**  
CINEMA AO MÁXIMO



# MPA COMENTA SUA ATUAÇÃO E POLÍTICAS NO BRASIL

## EXECUTIVOS FALAM SOBRE A ENTIDADE E A COALIZÃO DE EXIBIDORES CONTRA A PIRATARIA

POR NATALÍ ALENCAR E VANESSA VIEIRA | FOTO DIVULGAÇÃO

**PRESENTE HÁ 70 ANOS NO BRASIL**, a Motion Pictures Association – MPA – chegou como um braço da Motion Pictures Association of America – MPAA, entidade criada em 1920 para representar os interesses institucionais dos seis principais estúdios sediados nos Estados Unidos: 20th Century Fox, Paramount Pictures, Sony Pictures, Universal Pictures, Walt Disney Studios e Warner Bros. Pictures.

De seu escritório em São Paulo, a MPA realiza diversas frentes de trabalho no Brasil, sendo a luta contra a pirataria uma das mais relevantes segundo os executivos Ricardo Castanheira, diretor geral da entidade, e Ygor Valerio, vice-presidente jurídico e de proteção de conteúdo da entidade na América Latina.

Em entrevista à **Revista Exibidor**, os profissionais defendem a erradicação da pirataria e falam sobre o lançamento da coalizão de exibidores contra o problema, lançada agora na Expocine 2015.

**REVISTA EXIBIDOR - COMO É A RELAÇÃO DA MPA COM OS EXIBIDORES?**

**Ricardo Castanheira** – Nós estamos construindo desde o último ano uma pauta comum com os exibidores seja pela FENECC, pela ABRAPLEX ou individualmente com diferentes exibidores porque existem vários assuntos que são comuns. Por exemplo, a cota de tela e a valorização das condições de exibição no Brasil. Para nós isso é fun-

damental porque quanto melhores as condições de exibição, melhor o nosso produto atinge o público. Por isso, eu diria que os exibidores são interlocutores prioritários e com os quais nós estamos construindo um relacionamento institucional, pessoal e em uma perspectiva de responsabilidade social.

**E COMO É O RELACIONAMENTO DA MPA COM ENTIDADES NACIONAIS E REGIONAIS LIGADAS AO CINEMA?**

**Ricardo** – Nós temos uma relação de colaboração com a ANCINE, o que significa que respeitamos as atribuições legais e os poderes regulatórios da entidade e, apesar de não concordarmos com todas as decisões, cremos ser entendidos como parceiros na mobilização e no desenvolvimento do mercado audiovisual brasi-



YGOR VALERIO E  
RICARDO CASTANHEIRA

leiro. De igual modo é com o Ministério da Cultura, a Secretaria do Audiovisual e com a Spcine e a RioFilme também. Nós representamos uma parte muito considerável do mercado brasileiro e, por isso, não desprezamos a nossa relevância nem o papel que os organismos, especialmente os de natureza pública, têm no Brasil.

#### QUAIS OS PILARES DA ATUAÇÃO NO BRASIL?

**Ricardo** – A MPA tem vários pilares, um deles é representar institucionalmente os estúdios perante o Governo e o Congresso Nacional. Portanto, nós observamos as questões jurídicas brasileiras e acompanhamos as políticas públicas do setor audiovisual.

Por outro lado, a MPA tem uma preocupação com a capacidade de gerar sinergias e uma pauta comum com os principais atores do setor audiovisual brasileiro como associações representativas de classe, sindicatos ou outros parceiros como produtores e realizadores.

Em terceiro lugar, temos o objetivo de fomentar a proteção à propriedade intelectual, considerando-a um ativo econômico essencial para a competitividade do País. Nós somos muito ativos na construção de pautas que não afetam apenas o setor do audiovisual, mas que têm como denominador comum a propriedade intelectual. Com isso, nós ajudamos a constituir e somos atores ativos de uma frente parlamentar em defesa da propriedade intelectual e do combate à pirataria.

E o quarto pilar envolve estratégias de combate à pirataria.

#### VOCÊS TÊM DADOS SOBRE O MERCADO COMO O SEU POTENCIAL ECONÔMICO E O QUANTO PERDE COM A PIRATARIA?

**Ricardo** – Nós, em parceria com o SICAV, que é o Sindicato Audiovisual Interestadual do Rio de Janeiro, apresentamos há dois anos um estudo que é o mais atualizado sobre a contribuição econômica do setor audiovisual para a economia brasileira. Para se ter uma ideia da importância desse setor, representamos 0,57% do PIB. Pode parecer pouco, mas não é. É mais do que o setor do turismo.

Outro dado é que, em 2013, foram gerados 230 mil postos de trabalho no nosso setor. Esse estudo, feito pela consul-

toria Tendências, mostrou também que o fator multiplicador do nosso setor sobre os outros setores de serviço adjacentes é um dos mais elevados que existem na economia brasileira. Quer dizer que por cada real e por cada posto de trabalho gerado no nosso setor, mais do que um é gerado nos setores de serviços adjacentes.

Nosso objetivo com esse estudo foi demonstrar a importância econômica, o volume de tributos pagos, o número de postos de trabalhos gerados e, com isso, dizer que há um conjunto de medidas que devem ser tomadas para potencializar ainda mais esse setor.

Outro ponto é o estudo do Conselho Nacional de Combate à Pirataria, datado de 2011. Esse estudo ainda está atual e podemos dizer que hoje a situação é mais preocupante do que já era. Repare que, em 2011, a perda de renda do cinema para a cadeia produtiva devido à pirataria foi correspondente a R\$ 4 bilhões. Isso corresponde, aproximadamente, a R\$ 1 bilhão em tributos não arrecadados pelo Estado e a cerca de 90 mil postos de trabalho que não foram gerados.

Esses números são para percebermos o impacto que a violação dos direitos da propriedade intelectual geram na economia brasileira. Hoje, com o crescimento exponencial da internet, os números são piores porque o resultado de 2011 ainda era um reflexo da pirataria física. Hoje, é, sobretudo, da pirataria digital.

#### QUAL O IMPACTO DA PIRATARIA ONLINE E FÍSICA NO MERCADO?

**Ygor Valerio** – O Brasil hoje tem 300 grandes websites de distribuição de conteúdo pirata, o que não significa que os websites estejam hospedados no Brasil, mas são dirigidos para o mercado brasileiro. O maior deles, por exemplo, recebe 60 milhões de visitas por mês.

O ato da pirataria física afeta bastante a América Latina em geral e o Brasil. Há uma pesquisa do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), encomendada pelo Conselho Nacional de Combate à Pirataria, que aponta que 80% dos brasileiros têm pelo menos um DVD pirata em casa.

Então o País é prejudicado enormemente pela distribuição online e offline de produtos piratas. É uma praga que rouba receita dos produtores, dos distribuidores e dos exibidores. O problema é tão complexo e importante que é indispensável que nós consigamos cooperar.

#### QUAL SERÁ A PRINCIPAL AÇÃO DA MPA JUNTO AOS EXIBIDORES NO PRÓXIMO ANO?

**Ygor** – Nós estamos formando uma coalizão com os exibidores chamada

tivo relacionado ao *camcording* no Brasil.

Tudo isso está sendo apresentado em primeira mão na Expocine. (Veja mais na página 66).

#### QUAL A PRINCIPAL AÇÃO POR PARTE DOS EXIBIDORES PARA EVITAR A PIRATARIA DENTRO DOS CINEMAS?

**Ygor** – Temos trabalhado com os exibidores para que as salas de cinema tenham uma equipe de segurança ou tenham embutido no treinamento dos funcionários esse cuidado de fiscalização das exibições. É importante dizer que as gravações acontecem nos primeiros dias de lançamento, assim, os primeiros 5 dias em que o filme é lançado formam o período crítico de gravação. Então nós desenvolvemos, em parceria

## “A MPA TEM VÁRIOS PILARES, UM DELES É REPRESENTAR INSTITUCIONALMENTE OS ESTÚDIOS PERANTE O GOVERNO”

RICARDO CASTANHEIRA

## “NÓS ESTAMOS FORMANDO UMA COALIZÃO CHAMADA 4C PARA PROMOVER O COMPARTILHAMENTO DE INFORMAÇÕES”

YGOR VALERIO

4C – Coalizão do Cinema Contra o *Camcording* para promover o compartilhamento de informações, estabelecer um benchmark padrão de prevenção nos cinemas, desenvolver medidas tecnológicas e apoiar o avanço do tema legisla-

com os exibidores, treinamentos, compartilhamos informações, inclusive iniciando casos de investigação para que essa prática aqui no Brasil acabe. ■

(Veja mais detalhes em: [tonk.es/como-evitarpirataria](http://tonk.es/como-evitarpirataria)).

# INGRESSO.COM

15 ANOS ONLINE

O que seria do mundo do entretenimento sem a internet?  
A Ingresso.com nasceu e evoluiu a cada dia nesta idéia.  
Completamos 15 anos do nosso site, e isso só foi possível  
porque você acreditou na gente.



Só quem já nasceu conectado pode oferecer

- Integração com o site e app
- Mais controle para os cinemas
- Um site cada vez mais rápido e fácil de usar



COMPRA SEUS INGRESSOS SEM SAIR DE CASA  
WWW.INGRESSO.COM





# PAUSA PARA O COMERCIAL

EMPRESAS VOLTADAS À PUBLICIDADE NO CINEMA CRESCEM E PROCURAM  
NOVAS MANEIRAS DE FISGAR A ATENÇÃO DO ESPECTADOR

POR FÁBIO GOMES | FOTOS DIVULGAÇÃO

**ATUALMENTE O PÚBLICO** tem cada vez mais informação à sua disposição. Descobrir novos produtos fica fácil com o passar dos anos e o que era exclusividade da televisão no passado agora pode ser encontrado em smartphones que cabem na palma da mão. Está ainda mais desafiador atrair a atenção do espectador e, por isso, empresas de publicidade começaram a prestar mais e mais atenção no cinema.

Em uma sala de exibição, o público está sempre preparado para assistir o que está na telona, então existe uma pré-disposição a ver algum conteúdo em vez de só olhar uma tela em branco antes do início da sessão. Sendo assim, a publicidade em cinema se tornou algo recorrente no marketing de um produ-

to e vem crescendo exponencialmente como um mecanismo diferenciado para chamar a atenção do espectador.

Além disso, o crescimento do próprio parque exibidor é um sinal de oportunidade. “Em 2015, o público brasileiro de cinema cresceu 5,1% (Rentrak) em relação ao mesmo período do ano passado. Baseados nestes dados, os responsáveis pelo planejamento em mídia, cada vez mais, investem neste veículo, explorando todo o potencial que o nosso grande público oferece”, afirma o executivo Frederico Lancieri, da Sala 3, empresa que cuida da comercialização de mídia da Cinematográfica Araújo.

## O CRESCIMENTO DA MÍDIA EM TELA

A publicidade em telas de cinema não é uma coisa recente. Ela existe há algum tempo, mas nos últimos anos nasceram diversas empresas especializadas nesse tipo de serviço e sua popularização só foi possível graças à digitalização das salas. Segundo o último Informe de Acompanhamento de Mercado divulgado pela ANCINE, até o final do primeiro semestre de 2015 cerca de 85% do parque exibidor nacional passou pelo *rollout* e os benefícios do cinema digital foram fundamentais para a publicidade.

“Ter o 35 mm pra fazer os comerciais acabava gerando um custo de produção muito alto. Hoje, conseguimos desenvolver um sistema de envio da publicidade todo remoto, criando uma espécie

AÇÃO REALIZADA PELA FLIX  
MEDIA PARA PROMOVER O  
LANÇAMENTO DE “MINIONS”



de grande rede de telas. Isso gerou uma série de oportunidades comerciais, além da questão de flexibilidade. Eu consigo colocar um comercial para veicular só no fim de semana, por exemplo. Do ponto de vista operacional, ganha-se agilidade”, afirma Vinicius Sanfilippo, gerente de planejamento e marketing da Flix Media, empresa que está no mercado desde 2011 e atende as redes Cinemark, Kinoplex e Cinesystem no seu catálogo.

O crescimento da digitalização é paralelo ao aumento das salas de exibição ao redor do Brasil e, com a expansão do parque exibidor, a publicidade pode ser segmentada para diferentes classes e tem condições de chegar a regiões interioranas, além do Norte e Nordeste que até pouco tempo tinham pouco acesso a esse tipo de informação. Trabalhar com anúncios em cinema, então, passa a ser uma forma mais barata, precisa e rápida de atingir o público-alvo.

“Como trabalhamos com cine-semana, podemos entrar com uma quantidade específica de inserções na tela. Nesse caso, o cinema passa a ser uma das maiores e melhores oportunidades e opções de entretenimento no País. Então, isso interessa ao mercado publicitário”, explica Adriano Pereira, executivo de negócios da Kinomaxx, empresa que trabalha em parceria com 17 exibidores e aproximadamente 1.100 salas.

Por exatamente conseguir atingir o mais variado público, existe todo um cuidado junto a essas empresas de mídia em



VINICIUS SANFILIPPO, DA  
FLIX MEDIA

tela para que os anúncios não sejam em excesso e, assim, não atrapalhem a imersão do espectador de modo que os comerciais deixem de ser um incômodo, mas sim uma forma de entreter. “Evidente que você não pode ter 20 minutos de publicidade antes da sessão como algumas vezes você chega a ter. Enfim, tem projetos que vendem o pré-show do pré-show. Aí fica um pouco demorado, mas acho que você ter entre 3 e 5 minutos de comercial antes de uma sessão começar e entrarem os trailers eu acho que faz absolutamente parte da sessão”, diz Daniela Bruno, diretora da Preshow, que mantém parceria com cerca de 40 exibidores e 600 salas. A executiva também explica que a empresa não veicula propagandas políticas nem nada que tenda a agredir o espectador, uma vez que o cinema é um local de descontração.

Contudo, mesmo com todas essas precauções, muitas vezes um simples comercial pode não atingir o público da maneira esperada. Patrícia Cláudia, professora da rede municipal de ensino de São Paulo, reclama que os comerciais durante uma exibição são um problema e acredita que as propagandas não têm impacto antes dos filmes. “Incomoda um pouco, pois é um grande número de propagandas do mesmo gênero e, nas últimas vezes que fui, passou a mesma propaganda duas vezes. Fora que você fica quase 20 minutos antes do filme começar, é muito tempo”, explica.

#### DIFERENTES FORMAS DE ANUNCIAR

Para deixar o espetáculo ainda mais interessante, as empresas procuram diferentes formas de não apenas exibir o comercial, mas também fazer com que ele seja uma forma de entretenimento real. A Flix Media, por exemplo, criou o Flix Channel, que são conteúdos diferenciados e, em sua maioria, com foco em filmes. A empresa negociou com os estúdios para ter o direito de exibir *making off* e bastidores de

## EMPRESAS DE MÍDIA EM TELA

### PRESHOW

criação: 2013  
total de redes: 47, entre elas  
caixa belas artes, grupo espaço  
de cinemas, cinearte, cineespaço,  
cineflix, uniplex, circuito cinemas,  
cine joia e grupo estação

### KINOMAXX

criação: 1997  
total de redes: 18, entre elas  
cinépolis, uci, moviecom, reserva  
cultural e centerplex

### FLIX MEDIA

criação: 2011  
total de redes: 3, são elas cinemark,  
kinoplex e cinesystem

### SALA 3

criação: 2002  
total de redes: 1, cinematográfica  
araújo

produções que chegarão em breve aos cinemas ou estão em cartaz. “Temos alguns conteúdos que exibimos com algumas semanas de exclusividade em tela e, depois, os estúdios usam em internet e outras plataformas. Isso ajuda a fomentar o espaço de uma maneira diferenciada, ele deixa o *break* comercial com uma cara mais leve. Colocando o conteúdo e, na sequência, os comerciais, fica mais interessante para o público”, afirma Sanfilippo.

A Kinomaxx, por sua vez, está se preocupando em tornar a sensação do Preshow mais interativa. A empresa começa a oferecer em seu portfólio aos cinemas interessados um jogo especial chamado Kinogame. Ao entrar na sala, o espectador é convidado a entrar em uma rede WiFi e, assim que a acessa, o celular se transforma em um joystick ao



FREDERICO LANCIERI,  
DA SALA 3

o público que vai ao cinema e, por conta disso, muitos deles apresentam um visual diferente do que é visto em outras mídias como televisão e computadores, utilizando melhor o som e a imagem que apenas os cinemas podem proporcionar. O executivo da Kinomaxx cita o exemplo da Cinépolis, que em suas salas 4DX apresenta um conteúdo com uma interatividade exclusiva.

“Marcas automotivas, marcas de cosméticos têm utilizado bastante essa tecnologia para poderem divulgar o seu produto ou fazer uma campanha institucional gerando interesse do espectador por meio da experiência. Então marcas como Kia, Ford e Natura utilizaram o recurso. A Prefeitura de Salvador, por exemplo, fez uma campanha 4DX bem bacana levando a batida do Olodum. A cadeira vibrava no ritmo, a onda do mar explodia e espirrava água na sala, subia cheiro de flores quando as baianas passavam na tela”, completa o executivo.

#### COMO ENTENDER O ESPECTADOR

Ao criar anúncios diferenciados para os cinemas, as empresas também precisam entender se eles têm surtido efeito nos espectadores e, em alguns casos, determinado anúncio pode não funcionar em um cinema específico. Por conta disso, algumas companhias preferem montar seu plano em uma espécie de parceria com o exibidor, que sempre vai conhecer bem qual é o seu tipo de público. “Todos os nossos projetos são desenvolvidos em conjunto com o exibidor sempre. Não existe a gente montar um projeto e colocar no mercado sem o aval do exibidor, ele tem que cancelar tudo desde o lado



ADRIANO PEREIRA, DA  
KINOMAXX

entrar automaticamente em uma URL. Esse *joystick* interage diretamente com a tela por meio de um quiz, no qual o cliente que patrocina aquele game pode escolher o conteúdo das perguntas e, por assertividade e tempo, gera-se um ranking das pessoas que participaram.

“Nós já o instalamos e temos algumas propostas. Mas não é um aplicativo, é uma rede dentro dos nossos complexos que você acessa e nós usamos uma página web para interagir com a tela. A intenção é chegar dessa forma sutil para que a pessoa não tenha que baixar um aplicativo no celular”, explica Adriano.

Anúncios durante ou antes dos trailers têm a preocupação de dialogar com

## EFEITOS EM LONGO PRAZO

A COMERCIALIZAÇÃO DE MÍDIA EM TELA GERA RESULTADOS NÃO SÓ EM CURTO PRAZO, MAS A LONGO TAMBÉM. A SALA 3, POR EXEMPLO, FECHOU PARCERIA COM UM CLIENTE DO RAMO DE HOTELARIA SITUADO EM FERNANDO DE NORONHA, EM UM PERÍODO DE 3 MESES. SEGUNDO A EMPRESA, QUASE UM ANO DEPOIS, O CLIENTE PERGUNTOU SE AINDA ESTAVAM ANUNCIANDO SUA PROPAGANDA, POIS RECEBIA UMA ENORME QUANTIDADE DE CONTATOS (NAQUELE PERÍODO ERAM FÉRIAS). “A MÍDIA NA TELA CAUSA ALTO IMPACTO, FIXANDO NA MENTE DOS ESPECTADORES A MENSAGEM PASSADA E, EM ALGUM MOMENTO OPORTUNO, COM CERTEZA ELE RECONHECERÁ A MARCA OU IRÁ ADQUIRIR O PRODUTO OU SERVIÇO ANUNCIADO”, EXPLICA FREDERICO LANCIERI.

operacional até o valor final. É tudo feito sempre a quatro mãos”, explica Daniela Bruno, da Preshow.

A Flix Media, por exemplo, realiza pesquisas após as sessões para questionarem se o público entendeu o conceito da campanha, o que achou e se acreditava um diferencial ver a campanha no cinema do que em outro lugar. “Temos percebido em todas que as pessoas lembram do que viram e que o que é mais interessante é que muitas delas acabam gostando, pois é uma campanha que tem uma imagem diferenciada, um plano bacana que trabalha bastante a questão do som”, afirma Sanfilippo.

A mídia em cinema é um recurso especial e pode ser uma fonte de lucro a mais ao exibidor. Mas sempre é necessário o apoio de empresas especializadas e o entendimento de como seu público reagirá a determinado anúncio. “Gera oportunidade tanto para o cine espectador por meio de um game, de um conteúdo e faz do cinema esse ambiente mágico incrível que vivemos diariamente. É um negócio muito bacana e lucrativo”, finaliza o executivo da Kinomaxx. **E**



## 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](http://www.ushio.com)

USHIO is an Exclusive Distributor of

 **KOOPTECH™**

Washer & Dryer System  
for 3-D Glasses.



# AS ADAPTAÇÕES DE VIDEOGAMES PODEM SER TÃO BEM-SUCEDIDAS QUANTO OS FILMES DE SUPER-HERÓIS?

POR: PHIL CONTRINO

É FÁCIL DEIXAR UMA SÉRIE de fracassos ofuscar um verdadeiro potencial.

É exatamente isso que acontece quando falamos de adaptações para o cinema de jogos populares de videogame. Nossa indústria se queimou muitas vezes por conta de desastres de crítica e de público e não existem histórias de sucesso para lidar com essa dor. Quando falamos de filmes de videogame, nenhuma abordagem parece dar certo. Uma abordagem exagerada falhou (assista **Super Mario Bros.**), uma abordagem séria falhou (veja **Silent Hill** e **Final Fantasy: The Spirits Within**), e uma forte ênfase em cenas de ação também não se mostrou bem-sucedida (veja **Max Payne** e **Need for Speed**). Até mesmo a Disney, o estúdio com o melhor histórico quando falamos de franquias de bilhões de dólares, não conseguiu fazer **Príncipe da Pérsia: As Areias do Tempo** funcionar. Atualmente, **Lara Croft: Tomb Raider** é o longa de maior arrecadação nos EUA com US\$ 131 milhões. Mesmo assim, se as adaptações de videogames estivessem realmente aproveitando todo o seu potencial, estaríamos vendo um deles bater US\$ 131 milhões logo na semana de abertura, assim como a maioria dos filmes de super-heróis faz.

Não é nenhuma loucura comparar o potencial das adaptações de videogames com os filmes de super-heróis. Afinal, ambos os gêneros têm uma coisa em comum: Eles têm uma base de fãs massiva formada pelos mesmos fatores-chave que podem ajudar um filme a chegar a grandes números globalmente. É importante lembrar que os filmes de super-heróis começaram a se tornar algo comum somente após **X-Men**, de 2000. Até aquele momento, os únicos personagens de sucesso eram o Batman e o Superman. Hoje, o gênero tem um apelo tão grande com o público que a Disney pode lançar com confiança personagens menos famosos como **Homem-Formiga** e

ter grandes resultados. Por que as adaptações de videogame não podem se conectar da mesma maneira? 2016 tem tudo para ser um ponto de virada para o gênero. Existem algumas adaptações de alta qualidade que podem virar *blockbusters*, iniciando uma grande corrida para adaptar mais um título.

## FAMÍLIAS PODEM TRANSFORMAR "ANGRY BIRDS" EM UMA FRANQUIA VIÁVEL

É fácil dispensar uma adaptação de um game tão simples, e muitos na internet simplesmente fizeram justamente isso. Talvez sua grande presença nos *mobiles* dificulte imaginar o salto para telona. Independente de qual seja o caso, é difícil ser sarcástico quando você olha para os números de vendas: de acordo com a DFC Intelligence, companhia de pesquisa sobre o mercado de games, **Angry Birds** soma 3 bilhões de downloads ao redor do. Sim, bilhões. Se a Sony conseguir atingir mesmo que uma pequena porcentagem da audiência do jogo, então estarão muito bem. A data de lançamento nos EUA, 20 de maio de 2016, é um claro voto de confiança.

## "WARCRAFT" NÃO DEVE SER SUBESTIMADO

A Universal vai pular para um mundo de fantasia em junho de 2016, com **Warcraft**, adaptação da popular série de games **World of Warcraft**. Mais de 100 milhões de pessoas criaram contas no **WoW** desde o seu lançamento em 2004. Apesar de não ser tão grande quanto **Angry Birds**, é certamente o suficiente para fazer qualquer executivo do estúdio babar.

**WoW** está em boas mãos. A arrecadação global da Universal em 2015 passará os US\$ 6 bilhões – uma marca que nenhum outro estúdio jamais atingiu – e muito desse sucesso é por conta do trabalho da equipe de marketing. Não existe razão para pensar que a Universal não vá usar o que aprendeu em 2015 para fazer **Warcraft** maximizar o seu potencial.

## "ASSASSIN'S CREED" SERÁ BEM-SUCEDIDO SENDO LANÇADO EM DEZEMBRO?

Com mais de 80 milhões de unidades vendidas, a franquia **Assassin's Creed** chega cheia de potencial e a Fox está levando a sério. O estúdio contratou o time principal por trás da adaptação de Shakespeare **Macbeth** – o diretor Justin Kurzel e as estrelas Michael Fassbender e Marion Cotillard – para trabalhar nesse projeto. Com esse tipo de força, é possível que espectadores que não estão familiarizados com os games deem a **Assassin's Creed** uma chance. Não há razão para se preocupar com o filme, que mudou sua data de lançamento nos EUA de agosto para dezembro.

## 2016 É APENAS O COMEÇO

Se Hollywood finalmente conseguir entender a fórmula para fazer adaptações de videogame, então o céu é o limite. Se for executada de maneira correta, qualquer um desses filmes mencionados acima pode se tornar uma franquia lucrativa. ■



**PHIL CONTRINO** ATUALMENTE TRABALHA COMO VICE PRESIDENTE/CHEFE DE ANÁLISES NA BOXOFFICE.COM, SITE QUE COBRE A ARRECAÇÃO GLOBAL DO CINEMA E O IMPACTO DO FACEBOOK E DO TWITTER NA INDÚSTRIA DO CINEMA. PERITO RECONHECIDO MUNDIALMENTE, CONTRINO É REGULARMENTE CITADO NA CNN, THE NEW YORK TIMES, THE WASHINGTON POST, USA TODAY, VARIETY, THE HOLLYWOOD REPORTER, BLOOMBERG, THE NEW YORK POST E MUITOS OUTROS. ELE REALIZOU APARIÇÕES AO VIVO EM CANAIS DE TELEVISÃO COMO BLOOMBERG, FOX BUSINESS CHANNEL, PBS NEWSHOUR E O CCTV AMERICA. CONTRINO REGULARMENTE CONTRIBUI COM COMENTÁRIOS EM OUTRAS DUAS PUBLICAÇÕES INTERNACIONAIS: CINECHINA E BOX OFFICE INDIA.

\*ESTE ARTIGO ESTÁ TAMBÉM NA EDIÇÃO IMPRESSA DE SETEMBRO DA REVISTA BOXOFFICE.

Já começamos com tudo em 2015!  
Veja o que vem por aí em 2016...



**PARIS**  
PRODUÇÕES



**JOSÉ LORETTO** **CLÉO PIRES**

**ALDO**  
DIREÇÃO AFONSO POYART



**UM  
NAMORADO  
PARA MINHA  
MULHER**



**CARROSSEL**  
**2**  
o filme



# CINEMA E O QUE MAIS ?

---

CINEMAS DE RUA APOSTAM NA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA E EM NEGÓCIOS AGREGADOS PARA SE DIFERENCIAREM E ATRAIR PÚBLICO INTERESSADO EM CONSUMIR FILME DE UM JEITO DIFERENTE

POR FÁBIO GUEDES | FOTOS DIVULGAÇÃO

**ELES NÃO TÊM SALAS VIP**, nem grandes estacionamentos e, em casos mais extremos, abrem mão inclusive da pipoca, iguaria até então imprescindível em qualquer cinema preocupado em oferecer um serviço reconhecidamente de primeira ao seu público.

No lugar dessas e outras comodidades que sustentaram o crescimento da indústria de exibição nas últimas décadas, esses exibidores apostam em uma experiência diferenciada em relação à que se convencionou vivenciar nos shoppings e apelam ao paladar para atrair um público específico e altamente engajado com a sua marca.

A receita para isso passa por estudar a fundo a região em que o negócio será instalado e, a partir daí, investir em gastronomia de ponta e outros pequenos empreendimentos agregados, tendo o cinema como estrela principal do conjunto.

### MINIPIX

Uma ampla e detalhada pesquisa de mercado foi o segredo do empresário francês Jean Thomas para fazer nascer de forma saudável, há dez anos, a Reserva Cultural. Durante este estudo, descobriu algo curioso e que apontou para um caminho totalmente oposto ao da maioria dos complexos de exibição.

“A pesquisa mostrou que 72% do público da região [Avenida Paulista, no centro de São Paulo] gostaria de frequentar cinemas em que não houvesse a pipoca, devido ao seu cheiro característico e ao barulho que ela faz ao ser mastigada”, lembra Jean.

Decidiu, então, abrir mão do lucro propiciado pela venda do alimento em seu complexo, que apelidou de “mini-plex”, ao reunir salas de cinema, bistrô, padaria francesa, livraria e espaço para eventos, em um dos endereços mais valorizados da capital paulista.

“Criei esse conceito de restaurante dentro do cinema, o que até então não existia, a não ser nos shoppings, em que o ambiente é mais comercial. Aqui prezamos pelos filmes de arte e o restaurante acaba trazendo o público para dentro do cinema”, diz Jean.

Segundo o empresário, o lucro proporcionado por todos esses atrativos se divide em 50% vindo das salas de exibição e 50% originado pelos demais empreendimentos.

O sucesso da iniciativa o levou a investir em um novo complexo no Rio de Janeiro, previsto para ser inaugurado em março do próximo ano no Centro Petrobras de Cinema, em Niterói, no Caminho Niemeyer.

“Vamos seguir o mesmo caminho e, se o público quiser pipoca, colocaremos sem problema nenhum. Esse tipo de empreendimento, para ser bem-sucedido, deve focar inteiramente no público”, afirma Jean.

### CHARME E GASTRONOMIA

Reinaugurada no ano passado, a Cine-sala é um dos novos expoentes desse conceito já amplamente difundido em países como Inglaterra e Estados Unidos, mas ainda muito pouco explorado no Brasil.

Com apenas uma sala de 271 lugares, o negócio tem sido capaz de se sustentar graças à ampla adesão dos moradores da região às propostas de arquitetura, curadoria na seleção dos filmes, conforto – com seus já famosos sofás reclináveis – e, claro, a gastronomia.

“Chegamos a ter 1.700 espectadores em um sábado, o que é muito para uma sala do tamanho da nossa”, afirma Paulo Velasco, que comanda o empreendi-

mento ao lado de outros três sócios – o administrador público Rodrigo Makray, o ex-jogador de futebol Raí Oliveira e o exibidor Adhemar Oliveira.

Um dos grandes diferenciais para o sucesso instantâneo dessa empreitada, segundo Velasco, foi o fato de agregar ao negócio o café e gelateria Stuzzi, famoso entre os moradores e frequentadores da Zona Oeste de São Paulo, onde o complexo está instalado.

Para chegar a essa combinação de fatores, foram necessários oito anos de estudo de mercado e viagens internacionais para conhecer os modelos de fora e adaptá-los ao Brasil, auxiliados pela trajetória do exibidor Adhemar Oliveira à frente de outros empreendimentos como Espaço de Cinemas, Cinearte e Cinespaço.

“Agora que já nos familiarizamos ao mercado de cinema, obviamente, não será preciso demorar mais tanto tempo para abrir o nosso segundo negócio, previsto para o próximo ano. O que ficou claro para nós é que este modelo, para dar certo, precisa ser concebido como algo artesanal, respeitando toda a história do local e de seu entorno. Não é uma receita de bolo replicável em qualquer outro lugar”, aponta Velasco, que traz na bagagem a experiência na gestão de marcas e talentos pela Raí+Velasco.

Conheça a trajetória deste cinema na página 60.

### MUITO ALÉM DA PIPOCA

Reinaugurado recentemente, o Caixa Belas Artes é outro que pretende apostar em uma ambiciosa experiência

RESERVA CULTURAL (SP)  
TEM BISTRÔ, PADARIA  
FRANCESA E LIVRARIA





CAIXA BELAS ARTES  
(SP) PREVÊ NOVIDADES  
PARA 2016

gastronômica, em parceria com o seu vizinho Riviera Bar. Até o primeiro semestre de 2016, esse tradicional cinema paulistano deverá inaugurar a Sala Drive-In Riviera, em um espaço de 140 metros quadrados composto por poltronas, sofás e mesas.

A ideia é que o local seja aberto com uma hora de antecedência para dar tempo de o público saborear um cardápio feito exclusivamente para as sessões, inspirado nos cines drive-in da década de 1950.

“Vamos oferecer uma experiência gastronômica cinematográfica, num ambiente menos formal. Exibiremos filmes sofisticados, mas de forma mais descontraída”, explica André Sturm, sócio do Cine Belas Artes.

#### INSPIRAÇÃO QUE VEM DE FORA

Projetos como esses de agregar a sala de exibição a outros negócios, sobretudo na área da gastronomia, aos poucos vêm ganhando força no Brasil após o longo período de decadência que fez os cinemas de rua sucumbirem diante das facilidades e comodidades oferecidas pelos shopping centers.

Além de todas essas experiências em São Paulo, há ainda outras bem-sucedidas ao redor do País como as do Cine

Imperator (Macapá – AP) e Cine Roxy (Santos – SP), ambos com uma loja de produtos geek, o Ponto Cine que tem uma mini biblioteca e o projeto do Centro Cultural Luiz Severiano Ribeiro, o antigo Odeon (ambos no Rio de Janeiro – RJ), que terá uma filial da cafeteria Starbucks. Uma prova de que o negócio cinema tem espaço sempre para apostar em novas iniciativas.

Essa nova guinada faz parte de um caminho sem volta originado pelo próprio amadurecimento do consumidor em relação à experiência que deseja vivenciar em diversas áreas, e à quase necessidade de se envolver em atividades que possam diferenciá-lo das pessoas ao seu redor.

Diante desse contexto e das mais inusitadas maneiras de se consumir cinema em países como Inglaterra, Estados Unidos, França e Canadá, as iniciativas no Brasil ainda são tímidas e, portanto, têm muito espaço para crescer e se desenvolver.

“Em geral, o empresário brasileiro é muito conservador”, atesta o francês Jean Thomas.

Cinemas que elevam o conforto, o conjunto arquitetônico e a experiência gastronômica a outro nível, como o Electric, em Londres, e o Everyman, no Reino Unido, levam consigo a mensa-

gem de que é factível dar uma roupagem inovadora à sala de exibição, para assim conquistar um público cativo que assegurará a sustentação ao negócio.

Baseada no Estado do Colorado, nos Estados Unidos, uma empresa chamada Proctor tem mostrado que é possível até mesmo levar o cinema para dentro dos restaurantes, graças às tecnologias atuais e à facilidade de transportá-las a praticamente qualquer lugar.

Se ousadias desse tipo poderão ser vistas no Brasil nas próximas décadas, é difícil prever. O fato inegável é que há espaço para se reinventar a forma de consumir no cinema por aqui. Resta saber quem será o primeiro a romper de vez o conservadorismo do mercado e as barreiras estruturais do País, e então colher os louros gerados pela sua coragem ou, é claro, sofrer os tombos aos quais todo empreendedor está sujeito.

“Até que ponto essas novas experiências podem funcionar no Brasil, não sabemos. O certo é que temos de testar para ver o que pode acontecer e, a partir daí, explorar com mais afinco as novas formas de se conceber o cinema”, afirma André Sturm.

E então, alguém se habilita? **E**





# O Nome Mais Confiável no Mercado de Equipamentos para Cinema Digital



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

A melhor e a única solução completa

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



## CLA-2000 Adaptador de Conteúdo para Biblioteca

Melhora a flexibilidade e eficiência do funcionamento do cinema

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



## Armazenamento Portátil



## Armazenamento Corporativo



## Armazenamento Corporativo Plus

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

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



## TMS-2000 Sistema de Gerenciamento de Cinema

Uma solução completa para gerenciamento das salas de cinema

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

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

## GDC Technology

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

Powering your digital cinema experience





CINEMARK

18  
an

*Vai ser*

**ESTOURO**

18 ANOS DE DIVERSÃO, DRAMA E AVENTURA.  
18 ANOS DE TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E REVOLUÇÃO.  
18 ANOS E PRONTO PARA MUITO MAIS.  
ESSA NOVA FASE VAI SER UM ESTOURO.

MARK

S

LOS.

et um

URO.



 [cinemark.com.br](http://cinemark.com.br)



[cinemarkoficial](#)

**CINEMARK**<sup>®</sup>

É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.

# SUPER TELAS PARA OS SUPER-HERÓIS DOS CINEMAS

POR: IGOR KUPSTAS

NA EDIÇÃO DE JULHO DE 2015 a **Revista Exibidor** trouxe uma matéria muito legal em que alguns executivos do mercado de cinema falavam sobre suas projeções para o futuro do cinema e como viam a experiência daqui 10 anos.

Dois comentários muito presentes: programação alternativa, com mais tipos de conteúdo no cinema – o que já discuti bastante aqui-, e telas gigantes e imersivas, o tema desta coluna.

Paulo Lui, presidente da Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas (FENECC) foi na veia: “a chegada de sistemas VOD e a diminuição das janelas tornem o cinema mais seletivo e cheio de novidades tecnológicas, que vão aproximá-lo mais de um parque de diversões do que da eterna sala escura onde as pessoas iam ver um bom filme, com conteúdo e história”.

Paulo descreveu EXATAMENTE a minha experiência quando fui assistir **Terremoto: A Falha de San Andreas** (*San Andreas*), filme estrelado por Dwayne “The Rock” Johnson na sala 4D do Cinépolis no JK Iguatemi (SP).

## MENOS É MAIS?

Eu não tinha a menor expectativa de que **San Andreas** fosse um primor de narrativa. Na verdade na mesma semana havia lido uma crítica de uma jornalista na Folha que testara a sala pela primeira vez com este filme. “The Rock arranca a porta de um carro com as próprias mãos, parecendo o Hulk”, comentou. E é ver-

dade. O filme joga os absurdos pra cima, mas tem a proposta perfeita pra esta sala.

O 4D é algo parecido com um simulador da DisneyWorld em escala e adequado aos *blockbusters* de Hollywood. A cadeira se move, há ventiladores, espirros d’água, tudo em sincronia com as imagens para realçar a tal “sensação imersiva”. Num filme cheio de terremotos e viagens de helicóptero, barco e carro, o 4D encaixou perfeitamente, me diverti muito. Ao ponto de eu me perguntar, se eu fosse criança hoje em dia, se não seria esta a minha verdadeira referência de cinema, não um lugar para simplesmente ver filmes, mas para senti-los.

## PLF

Os *Premium Large Formats* não são coisa nova, desde o fim dos anos 60 o IMAX apresentou ao público um ambiente de produção e projeção diferenciados. Mas com o aumento das receitas e lucro nas salas IMAX mundo a fora, veio também a concorrência das tecnologias, com cinemas desenvolvendo PLFs proprietários e companhias de áudio e projetores testando novos patamares de qualidade. Se vivemos a era de ouro da TV e conectividade, na qual eu posso assistir a uma história no tablet, no celular, na TV de 60 polegadas, a hora que eu quiser, o que me tira de casa?

## FORMATO

Os filmes para as telas gigantes não precisam ser somente espetáculos de fogos de artifício – há um risco enorme em pensar grande, o custo. O melhor de Hollywood sempre foi casar show com coração como os filmes de Spielberg, Zemeckis e Cameron que fizeram época.

Recentemente, **Evereste** (*Everest*) e **A Travessia** (*The Walk*) foram dois filmes grandes de estúdio lançados nos EUA com exclusividade no IMAX em suas primeiras semanas de exibição. Filmes com bom elenco, pensados para a experiência e que miraram no fã. **Star Wars: Episódio VII - O Despertar da Força** (*Star Wars: Episode VII - The Force Awakens*) terá por um mês exclusividade IMAX nos EUA. Serão 400 salas só com a saga de George Lucas nos EUA e outras 400 no mundo. Tudo para melhorar a experiência e pra distribuidora maximizar lucros por tela.

Há dois anos, em um painel na Universidade USC, na Califórnia, disseram que ir ao cinema seria cada vez mais uma experiência mais cara, similar à Broadway, e que os conteúdos para estes cinemas ficariam mais caros e bem planejados. “Muitos estúdios vão implodir se três ou quatro destes filmes de mega-orçamento se espatifarem e o paradigma todo vai mudar novamente”. Será a volta dos cinemas de rua e o fim dos multiplexes? ■



**IGOR KUPSTAS | IGORKUPSTAS@GMAIL.COM**

JORNALISTA FORMADO PELA UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU E PÓS-GRADUADO EM MARKETING PELO MACKENZIE. TRABALHOU NO SITE DE CINEMA E-PIPOCA, NO DEPARTAMENTO DE MARKETING DA EUROPA FILMES E FOI GERENTE DE MARKETING DIGITAL DA MOBZ. ATUALMENTE ASSUME O CARGO DE DIRETOR DA DISTRIBUIDORA O2 PLAY.

# Barco Cinema Experience

Compacto, totalmente integrado, e simplesmente incrível!



## Tudo o que você precisa para sua sala de cinema, em um único pacote.

O Sistema Integrado **Barco Cinema Experience** combina todos os elementos que você precisa para transformar seus auditórios menores em uma experiência única para seus espectadores. Você irá se beneficiar da mesma tecnologia de ponta, utilizada em nossos grandes sistemas, sem grandes requisitos de espaço.

Escolha entre nosso ultra-compacto e silencioso **DP2K-6E** ou o pequeno e poderoso **DP2K-10S**, incluindo um servidor de mídia **Barco Alchemy**, um processador de áudio **Barco AP24** para a reprodução de sons no formato 5.1 até Auro 11.1 e um sistema **MasterImage WAVE3D**.

**Aumente seu potencial de receita, aproveitando esta incrível oportunidade!**



ALEXANDRE BORGES

CAMILA MORGADO

# BEM Casados

um filme de  
ALUIZIO ABRANCHES

COMO VOCÊ QUER  
SEU CASAMENTO?

# Cinema NACIONAL

para divertir e  
surpreender



Dessa vez  
não tem  
como dar  
errado

## 3 DE DEZEMBRO NOS CINEMAS

PRODUÇÃO HARE filmes  
COMPOSIÇÃO COXA  
DISTRIBUIÇÃO Imagem Filmes  
MÚSICA RICARDO AZEVEDA  
PRODUTOR ASSOCIADO CONTRAC  
APRESENTA Bradesco Seguros  
LOJAS AMERICANAS americanas.com  
40 CULTURA PRESENTE! RIO  
SECRETARIA DE CULTURA ancine Agência Nacional do Cinema  
SECRETARIA DE CULTURA SECRETARIA DE CULTURA  
SECRETARIA DE CULTURA SECRETARIA DE CULTURA

**VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME**

VERIFIQUE A  
CLASSIFICAÇÃO  
INDICATIVA  
DO FILME

DANTON  
MELLO

LUCIO  
MAURO FILHO

FÁBIO  
PORCHAT

NATÁLIA  
LAGE

FELIPE  
ABIB

VERONICA  
DEBOM

VLADIMIR  
BRICHTA

CAUÃ REYMOND



HUMBERTO MARTINS



SOPHIE CHARLOTTE



LUISA ARRAES



# Vai quêdá certo

uma comédia de MAURICIO FARIAS

7 DE JANEIRO  
NOS CINEMAS



# REZA A LENDA

UM FILME DE HOMERO OLIVETTO

21 DE JANEIRO NOS CINEMAS



VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME





# O CINEMA ALÉM DE SUAS FRONTEIRAS

O CRESCIMENTO DE FORMATOS PREMIUM NA ERA PÓS-DIGITALIZAÇÃO É UM SINAL CLARO DE QUE O EXIBIDOR PRECISA ESTAR ATENTO ÀS TENDÊNCIAS PARA QUE A EXPERIÊNCIA DO CINEMA SEJA SEMPRE ÚNICA

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

**AGORA QUE A DIGITALIZAÇÃO** ensaia seus passos finais, como será que o exibidor está se programando para manter o seu cinema atualizado e continuar oferecendo ao espectador uma experiência única?

O crescimento dos formatos diferenciados como as telas gigantes, o 3D, o laser, as salas VIPs, som e poltronas imersivas e o formato 4D desponta como apostas que podem justificar, inclusive, um ingresso com valor mais alto.

Alternativas que só se tornaram possíveis hoje graças à digitalização. “Quando a rede Cinesystem inaugurou o primeiro complexo 100% digital do Brasil, instalado no Rio de Janeiro, sabia que a partir daquele ponto a tecnolo-

gia teria que ser cada vez mais avançada para agradar o público. É para suprir essa demanda e tornar a experiência no cinema a mais agradável possível, que buscamos sempre unir o conforto a projetores, som e imagem de última geração e telas gigantes de até 230 m<sup>2</sup>”, afirma Sâmara Kurihara, gerente de marketing da exibidora.

Para se ter uma ideia da evolução desses formatos, mais de 70 circuitos ao redor do mundo lançaram suas próprias marcas PLF, embora a IMAX ainda seja a marca líder. Já no caso do 3D, o crescimento da China tem ajudado a manter a receita global do formato, que ultrapassou US\$ 7 bilhões em 2014. Se comparado a 2009, esse valor não passava dos US\$ 3 bilhões, um acréscimo bem expressivo para o mercado em pouco tempo.

“O aumento do número de salas é a garantia para que o 3D se consolide nos cinemas”, fala Begona Castrillo, da XPAND, ao dizer que os mercados em crescimento, não só em termos de 3D, mas do número de salas de cinema, são China, Índia, Rússia e Turquia, além de alguns mercados africanos e a América Latina e do Sul.

O laser também ensaia sua penetração mais ostensiva. A Dolby e a Christie firmaram acordo com a rede americana AMC para 100 unidades do Dolby Vision em até 10 anos. A Barco já está vendendo para circuitos nos EUA, China e Europa e a NEC conta com dois modelos já para telas pequenas. Assim, de 2013 para 2014, 200 unidades foram



“ESPECTADORES ESTÃO DISPOSTOS A PAGAR UM PREÇO PREMIUM PARA UMA EXPERIÊNCIA IMAX” (THIAGO MADRUGA)



ÓCULOS 3D, DA MASTERIMAGE  
"ESPERA-SE QUE NA PRÓXIMA JANELA  
DE LANÇAMENTOS TENHAMOS GRANDES  
BLOCKBUSTERS" (LUIZ MORAU)

instaladas mundialmente e em pouco tempo esse número pode ultrapassar a marca de 500.

Todos esses números foram apresentados na última CinemaCon, realizada em abril, durante a palestra de David Hancock, da IHS, sobre o crescimento de formatos diferenciados nas salas de exibição.

Ricardo Ferrari, gerente de vendas para entretenimento da América Latina da Barco, ilustra que há uma oportunidade de crescimento extrema na região latino-americana, especialmente no Brasil. "Vemos isso como uma área pronta para levar a experiência do cliente ao nível mais elevado, por meio de soluções de tecnologia como LCD e displays de LED, projetores de alta resolução, projeção mapeada e áudio de alta fidelidade em todo o lobby", diz.

Ou seja, o cinema pode até não ser a principal fonte de receita, mas é sim primordial para que outros formatos sejam agregados, permitindo ao exibidor novas fontes de rendimento. O cliente é fidelizado e motivado a sair de casa para ter uma experiência completamente diferente.

### 3D, ANTIGO OU ATUAL

Muito se fala sobre o fim ou não do 3D, que parece sofrer picos de favoritismo ou esquecimento. No entanto, seu crescimento tem se mantido e vez ou outra surgem filmes que surpreendem como aconteceu com **Mad Max: Estrada da Fúria** (*Mad Max: Fury Road*), que vendeu mais de 2 milhões de ingressos no Brasil, boa parte motivada pela exibição diferenciada.

Para a RealD a experiência do 3D está para ficar e é um bom negócio para cineastas e exibidores. "A boa notícia é que o público de filmes em 3D tem continuado a crescer. Até o momento, neste ano o público total para longas em 3D subiu

24%. E dez dos 15 principais filmes de 2015 eram em 3D", diz Sean Spencer.

Luiz Morau, da MasterImage, estima que a empresa foi responsável por cerca de 30% do 3D instalado em todo o mundo nos últimos 24 meses. "Não é de se admirar que o segundo semestre de 2015 seja o período mais produtivo da MasterImage 3D desde *Avatar* (*Avatar*, 2009). Os filmes em 3D foram aprimorados. Espera-se que na próxima janela de lançamentos tenhamos grandes *blockbusters* nesse formato", afirma.

A Volfoni aponta que o mercado de instalações 3D mundial foi de cerca de 22% e no Brasil, um pouco menor: 15%, o que representa ainda espaço para crescimento. "O público motivou-se com essas novas experiências, e continuará a fazê-lo. Com mais resolução e *High Frame Rates*, a experiência oferecida ao público vai con-



SALA VIP CINÉPOLIS.  
FORMATO SE TORNA QUASE UM ITEM  
OBRIGATÓRIO PARA AS GRANDES REDES

tinuar a aumentar em termos de imersão e realismo”, cita Paula Silveira, da Volfoni.

“A performance dos filmes em 3D na última metade do ano obteve um crescimento histórico, considerando a qualidade das produções dos diretores. Como a tecnologia e a ousadia de conteúdo melhoram juntas, o futuro do cinema 3D parece muito promissor”, prevê Luiz Morau, da MasterImage.

#### VIP, CONCEITO DIFERENCIADO

As salas VIPs deixaram de ser apenas um “plus” para se tornar quase um item obrigatório para as grandes redes. Um serviço que começa não só na comodidade proporcionada pela sala, mas

também no atendimento e cardápios diferenciados e tecnologia de ponta.

A rede Kinoplex, que desde 2013 vem investindo fortemente no formato, inaugurou dez das suas 14 salas Platinum apenas nos últimos dois anos, o que representa um crescimento de 250%. “A demanda por essa modalidade de serviço cresceu muito e não tínhamos como ignorá-la. O resultado dessas salas é muito positivo, com taxas de ocupação excelentes. Já estamos em fase de projeto para implantação desses espaços em vários cinemas existentes e, para os novos, elas serão sempre um diferencial”, explica Patrícia Cotta, gerente de marketing.

Até o final do ano, está prevista a inauguração de um novo cinema no Shopping Rio Sul (RJ), que terá quatro salas Platinum, de um total de seis salas de exibição.

“As nossas salas Platinum foram pensadas para um público mais exigente e que valoriza o conforto e a exclusividade. O conceito não engloba somente a sala, mas sim toda a experiência, iniciando em um *foyer* elegante e confortável e passando por guichês exclusivos de bilheteria e bombonière”, completa a executiva.

Outra grande exibidora que conta com salas nesse formato é a Cinépolis. Atualmente das 336 salas, 36 são VIP. Em Terezina (PI) a rede abrirá outras três. Uma das suas salas mais famosas é a do JK Iguatemi (SP), que abriga muitas pré-estreias e eventos para convidados, justamente por unir conforto, comodidade e luxo.

## DIGITAL SIGNAGE, UMA NOVA PORTA DE ENTRADA

A experiência “pré-sala” também tem recebido mais atenção junto aos exibidores. Uma das grandes novidades nessa área é o Digital Signage, um painel informativo que pode ser instalado na bombonière usado para informar e divulgar produtos, serviços e trailers, um prato cheio para rentabilizar o cinema com outras formas de negócios.

Embora esse mercado no Brasil padeça do amadorismo aplicado à utilização de aparelhos de TV em vez de equipamentos específicos para esse fim, o segmento tem apresentado crescimento relativo, porém com muito potencial para se desenvolver. Segundo a NEC, um estudo publicado pela ABI Research informou que o mercado global para Digital Signage incluindo Displays, Media Players, Software e Instalação/Manutenção, pas-

sará dos US\$ 1,3 bilhão de 2010 para quase US\$ 4,5 bilhões em 2016.

No biênio 2013/2014, a empresa tem cerca de 10% das vendas de LFDs (*Large Format Displays*) no mundo e a expectativa é que o Brasil entre nessa fila com a indústria compreendendo a importância do formato. “A intenção não é vender só a tela, mas uma solução completa. O cliente quer um produto completo, quer que o conteúdo chegue ao local”, completa Márcio Lustosa, gerente de negócios da área de cinema digital da NEC no Brasil.

“Para Digital Signage nós esperamos que o mercado brasileiro amadureça e tenha um melhor entendimento das vantagens de se ter imagens e textos de alta qualidade, proporcionando uma melhor experiência para os usuários finais”, acrescenta Carlos Bellei de Siqueira, da NEC.

## LASER

Imagens mais claras e nítidas, com uma maior definição da gama de cores

são apenas algumas das vantagens do projetor laser. Visto como o futuro da exibição, esse novo formato de projeção está sendo introduzido aos poucos.

“Entendemos que o projetor a laser é o próximo passo na evolução tecnológica da projeção digital e o entendimento do mercado quanto a isso é de grande importância. Do nosso lado, estamos mostrando as vantagens de tal evolução tanto em termos de TCO (*Total Cost of Ownership*, custo total da posse em tradução literal) como de vantagens operacionais (comparando com lâmpadas atuais, o laser possibilita muito mais horas em operação, por exemplo)”, assegura Carlos Bellei de Siqueira, da NEC.

E se você acredita que o laser está ainda distante, surpreenda-se, ele já está mais próximo do que se pode imaginar.



MICROTILES (DIGITAL SIGNAGE DA CHRISTIE). EXPERIÊNCIA PRÉ-SALA COMEÇA A GANHAR ATENÇÃO DOS EXIBIDORES

“Temos projetos de instalações de equipamentos a laser no Brasil para 2016 e na América já temos uma quantidade significativa de projetores laser instalados”, revela Ricardo Ferrari, da Barco.

Assim, outras empresas também miram suas tecnologias para atender às demandas do laser.

“Nós temos um laboratório muito ativo de pesquisa e desenvolvimento que atualmente está trabalhando em uma variedade de novas tecnologias com foco em melhorar a imagem, incluindo novas tecnologias para telas. Mas também estamos trabalhando em tecnologias laser”, diz Sean Spencer, diretor da RealD no Brasil.

A IMAX prepara novas formas de exibir em seu formato de tela gigante uma

imagem ainda mais fiel à visionada pelos produtores e diretor do filme. “Recentemente, começamos o lançamento do nosso novo sistema de projeção a laser e som de última geração, o que representa o maior investimento em pesquisa e desenvolvimento na história da empresa. O novo sistema oferece um novo nível de contraste, brilho, cor e som”, explica Thiago Madruga, gerente de desenvolvimento para América Latina.

#### TELAS GIGANTES

Se o cinema já é diferente por ter uma tela gigante, agora se torna único por ter uma exibição gigantesca.

“Espectadores ao redor do mundo estão dispostos a pagar um preço *premium* para uma experiência IMAX. Eles se tornaram fãs leais do formato, então eles acabam retornando mais vezes do que o espectador padrão”, diz Thiago Madruga. “Estudos mostram que instalar um cinema IMAX em um complexo tem aumentado a percepção

geral de todo o local, com consumidores associando a marca IMAX à uma experiência *premium*. Um exemplo é a nossa abertura recente do cinema em Ribeirão Preto, com a UCI. O local subiu do posto número 10 entre as telas da cidade para a tela número 1 com o IMAX”, exemplifica.

O profissional informa que, enquanto a empresa levou 22 anos para chegar à marca de 100 cinemas IMAX, foi capaz de lançar 900 em igual período e atualmente celebra a abertura do milésimo cinema. No Brasil são 11 cinemas, um crescimento de 36% nos últimos dois anos e a previsão de dobrar nos próximos 24 meses. “Esperamos ter 12 cinemas no Brasil ao final de 2015 e o estimado entre 18 e 20 no fim do próximo ano”, afirma Madruga.

## EMPRESAS E REDES



#### 3D

MASTERIMAGE, REALD, VOLFONI, XPAND



#### TELAS GIGANTES

EMPRESA: IMAX;  
EXIBIDORAS QUE DESENVOLVERAM  
MARCAS PRÓPRIAS: CINEMARK,  
CINÉPOLIS, KINOPLEX, UCI,  
ARAÚJO, CENTERPLEX



#### LASER E DIGITAL SIGNAGE

BARCO, CHRISTIE E NEC



#### VIP

CINEMARK, CINÉPOLIS,  
KINOPLEX



SALAS MACRO XE CINÉPOLIS  
REDES EXIBIDORAS CRIAM SUAS PRÓPRIAS  
MARCAS DE TELAS GIGANTES

Além da IMAX, que tem não só a exibição em um formato diferenciado, mas o conteúdo produzido para ser único, diversas redes exibidoras criaram seus próprios formatos de tela gigante.

A Kinoplex conta com as salas KinoEvolution. De 2013 para cá, cinco das sete salas nesse formato são KinoEvolution, um crescimento de 250% em apenas dois anos e a meta é expandir. “Temos um compromisso com o público de ter pelo menos uma sala KinoEvolution em todos os nossos cinemas que serão inaugurados”, comenta Patrícia Cotta.

O mesmo é previsto pela Cinesystem, que criou a sala Cinépic, atualmente presente em oito complexos. Todas as inaugurações recentes contam com uma sala nesse modelo, somando sete novos multiplex nos últimos dois anos e as previsões são ótimas. “2016 será um ano muito importante para nosso plano de expansão e, assim como já vem acontecendo, todas as nossas próximas unidades contarão com ao menos uma sala Cinépic”, revela Sâmara Kurihara, gerente de marketing.



Outras exibidoras também têm seus próprios formatos de tela grande. A Cinépolis tem 19 salas Macro XE, a Centerplex tem a sala Mega no Maranhão, a Cinemark tem a tecnologia XD em mais de 30 salas, a UCI tem 5 salas XPlus e a Cinematográfica Araújo tem salas no modelo Max Screen.

#### IMERSÃO, PALAVRA DE ORDEM

Poltronas e som imersivos contribuem para uma experiência ainda mais inusitada e única. Neste campo podemos citar as experiências bem-sucedidas e já instaladas no Brasil como o som imersivo dos formatos Dolby Atmos e Barco Auro 11.1; a sala 4DX da Cinépolis que simula sensações de odor, trepidação e névoa e as poltronas

D-Box da Cinemark, estrategicamente posicionadas na sala para simular quedas e trepidações.

Sabe aquele famoso ditado, “o futuro a Deus pertence”? Pois é, esqueça-o, pois na cinematografia o futuro tem muitos caminhos. A imersão continuará bastante presente e a ideia é de que se aproxime cada vez mais do realismo, assim o 3D se prepara para atingir níveis mais excelentes de qualidade.

Todos esses formatos citados estão disponíveis na Expocine. Aproveite para tirar todas as suas dúvidas com as empresas fabricantes e prestadoras de serviços. **E**

# O MELHOR DA TECNOLOGIA DIGITAL SIGNAGE, PROJEÇÃO E ÁUDIO



A Cine Brasil desenvolve projetos exclusivos e personalizados para todos os tipos de complexos, dos pequenos aos grandes.





REVENDEDOR AUTORIZADO



[www.cinebrasil.co.uk](http://www.cinebrasil.co.uk)



# DO OUTRO LADO DO BALCÃO

COMO EQUILIBRAR A RELAÇÃO ENTRE O CLIENTE E BOMBONIÈRE? EXIBIDORES REVELAM ESTRATÉGIAS PARA TORNAR ESSA RELAÇÃO MAIS TRANQUILA

POR VANESSA VIEIRA | FOTO REPRODUÇÃO/BANCO DE IMAGENS



**O RELACIONAMENTO ENTRE** clientes e bombonière é uma preocupação constante no mercado e também na **Revista Exibidor**, que já trouxe matérias como *50 Dicas Para Bombonières*, na edição 04, e *Bombonières: Um Problema Recorrente*, na edição 11 (veja todas no **Portal Exibidor**). Os preços dos alimentos oferecidos nos cinemas têm sido, inclusive, tema para outros veículos como a *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo*, este último chegou a apontar que, em 2014, o valor pago em alguns combos equivalia a dez quilos de milho vendido em supermercados.

Para trazer novas perspectivas sobre o assunto, a **Exibidor** decidiu falar diretamente com consumidores e exibidores para entender como tornar a relação entre cliente e bombonière mais agradável, frequente e, principalmente, rentável.

#### ENTENDER PARA CONQUISTAR

Antes de pensar nas estratégias de vendas para conquistar o cliente, o exibidor precisa conhecer seu público e, principalmente, saber o que o agrada ou incomoda. Dentre os motivos para se afastar das bombonières mais comentados está o preço, considerado excessivo em alguns casos, o atendimento ineficiente e a qualidade dos produtos.

Para Kátia Treviso, profissional de comunicação, a ida ao cinema vira uma despesa preocupante. “Deixamos de ir com mais frequência porque as crianças querem pipoca, refrigerante e doces. Se comprarmos para quatro pessoas, fica inviável”, comenta.

Mas existem consumidores que discordam como a universitária Elisabete Batista. “Para mim, [os preços] não são abusivos porque combinam bem os combos e acaba valendo a pena adquiri-los”, afirma.

Para fugir do consumo nas bombonières, alguns clientes almoçam na praça de alimentação ou ainda compram guloseimas em outros locais como lojas

de doces. “Eu prefiro comprar fora do que no cinema. A pipoca a gente ainda compra na bombonière por comodidade, mas outras coisas eu prefiro comprar fora mesmo”, afirma o engenheiro André Thomaz. Para ele os produtos oferecidos não apresentam diferenciais que justifiquem seu preço.

Alguns relatos envolvem ainda a qualidade dos produtos como pipoca queimada e até fria, além do atendimento, algo em torno de 40 minutos na fila.

## QUANTO VALE A PIPOCA?



#### CINEART

PIPOCA PEQUENA R\$ 7,00  
REFRIGERANTE PEQUENO R\$ 6,00

#### CINESYSTEM

PIPOCA PEQUENA R\$ 8,00  
REFRIGERANTE MÉDIO R\$ 6,50

#### KINOPLEX

PREFERIU NÃO INFORMAR OS PREÇOS

\*PREÇOS MÉDIOS INFORMADOS POR CADA EXIBIDORA

### PROMOÇÕES NA MIRA

Pensando nessas dificuldades exibidores estão criando estratégias para trazer o cliente para a bombonière e fazer dessa experiência um momento mais tranquilo. Apesar das empresas exibidoras entrevistadas afirmarem que tentam adequar seus preços à região em que estão localizados, um dos maiores trunfos usados para tornar os valores mais acessíveis se resume a uma palavra que chama a atenção de qualquer cliente: promoção.

A rede Cineart, além de realizar um estudo regional em cada complexo para saber quanto cobrar em seu cinema, tem apostado em promoções de kits em dias específicos, combos com descontos que variam de 12% a 20% e opções mais em conta que envolvem doces em vez da tradicional pipoca salgada. “Parcerias com as indústrias nos permitem uma margem de negociação maior, o que gera a oferta de combos mais atrativos ou com brindes temáticos de filmes e datas. Dentro desta negociação podemos citar também as embalagens temáticas e colecionáveis de diferentes formatos que aguçam o interesse do público”, explica Marina Rossi, responsável pela área de marketing da rede.

Mariana Costa, coordenadora de produtos da Cinesystem, aponta que todas as unidades da rede oferecem combos promocionais de vários tamanhos, sendo que os preços dos combos também variam conforme a localidade do complexo. “Além disso, a Cinesystem possui um programa de fidelização chamado Clube da Pipoca. Ele permite que o cliente acumule pontos e concorra a prêmios a cada compra de ingresso ou consumo na bombonière”, explica Mariana ao comentar que, entre os prêmios que o

## DE OLHO NO CLIENTE

PARA FIDELIZAR E ATRAIR O CLIENTE, TENHA EM MENTE:



FACILIDADE E RAPIDEZ PARA A COMPRA REALIZADA NOS ATM'S



PROMOÇÕES COM PRODUTOS COLECIONÁVEIS



DESCONTOS PARA TRAZER PÚBLICO NOS DIAS MAIS VAZIOS



TER FUNCIONÁRIOS SUFICIENTES PARA UM ATENDIMENTO RÁPIDO E COM QUALIDADE



LIMPEZA, BOA ORGANIZAÇÃO DOS PRODUTOS E COMUNICAÇÃO CLARA CONTAM PONTOS



MENUS NO BALCÃO AJUDAM A AGILIZAR O PROCESSO DE ESCOLHA DO CLIENTE



PARCERIAS COM FORNECEDORES PODEM DEIXAR SEUS PREÇOS MAIS ATRATIVOS

consumidor pode ganhar, estão produtos da própria bombonière.

Na Kinoplex as promoções são usadas como atrativo para dias conhecidamente mais fracos de bilheteria como as segundas-feiras, quando é possível ir a um cinema da rede e aproveitar a sessão com uma pipoca mini e refrigerante por menos de R\$ 15,00. “Além de oferecemos brindes exclusivos de filmes na compra de combos promocionais, temos alguns diferenciais locais de acordo com os perfis de público. Tudo é customizado e pensado para cada perfil e estamos sempre buscando novas opções”, explica Patrícia Cotta, gerente de marketing da Kinoplex.

Outro atrativo é a comodidade. Quanto mais simples e rápido o atendimento, maior a chance do exibidor criar uma experiência positiva durante o consumo na bombonière. A facilidade na hora da compra é capaz até de convencer o cliente a pagar mais pelo produto e serviços oferecidos.

“Disponibilizamos as vendas dos combos no ATM e bilheteria e constantemente ajustamos a operação de forma que a equipe atenda o maior número de espectadores nos dias de grande fluxo”, comenta Marina. A rede procura também alinhar uma identidade visual clara para ajudar o cliente da hora da compra. “A organização da vitrine com preços corretos e bem expostos facilita a visualização e a decisão do cliente na hora da compra”, completa.

Por meio de estratégias de vendas, estudos de público, bom atendimento e promoções, clientes e exibidores estão se entendendo. Assim, um relacionamento tranquilo e rentável entre consumidor e bombonière fica pouco a pouco mais próximo da realidade dos cinemas. ■

MASTERIZAÇÃO

NOC

GERAÇÃO DE KDM

CRIAÇÃO

VPF

DESIGN

DUPLICAÇÃO DCP

QUANTA **DGT**

QUANTA **POST**

Tecnologias para a evolução do cinema

[www.quantadgt.com](http://www.quantadgt.com) - [www.quantapost.com](http://www.quantapost.com)

# POLÍTICAS DE EXIBIÇÃO EM TEMPOS DE CRISE

POR: MARCOS TAVOLARI

**EM 2010 FOI ESTABELECIDO** o Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual (PDM), considerando o período de 2011 a 2020. As metas projetavam, para 2015, um parque exibidor com 3.250 salas que ultrapassaria o Chile e a Argentina em 2016, atingindo 4.500 salas em 2020. A relação habitante/sala deveria ser de 61 mil em 2015 e 45 mil em 2020, atingindo 565 municípios com salas de cinema em 2015 e 670 em 2020. Passados cinco anos, segundo o IBGE, apenas 10% dos municípios brasileiros possuem salas de cinema.

Esse universo gira em torno de 2.900 salas, apresentando uma taxa de 70 mil habitantes por sala. É um indicador pífio se compararmos com o México (22 mil), a Argentina (42 mil) e a Espanha (11 mil), apenas para ficarmos no âmbito dos principais países da comunidade ibero-americana. Em termos mundiais, o desempenho é mais vergonhoso: EUA (8 mil), França (12 mil), Itália (19 mil), Alemanha (17 mil) e Reino Unido (16 mil), ou em termos dos países emergentes tais como China (39 mil), Rússia (58 mil) e África do Sul (62 mil), ganhando apenas da Índia (120 mil). Há uma década o Brasil vem apostando em programas de expansão do parque exibidor, mas os resultados são exitosos apenas para fins de modernização tecnológica e acompanhamento do crescimento vegetativo da população, sem representar um ganho quantitativo expressivo, desconcentrar o parque exibidor ou ampliar a diversidade do conteúdo exibido.

Chegamos a 2015 ainda longe das metas do PDM e, considerando a previsão de reversão da economia entre 2015 e 2017,

com recessão prolongada, as conquistas atingidas nos últimos anos e as metas projetadas para 2020 correm sério risco.

Em um país que possui uma relevante população jovem, em formação em termos culturais, com 42% na faixa etária de até 24 anos, a situação representa um profundo déficit cultural e mantenedor da exclusão social. A saída para esse frágil setor deve ser radicalmente anticíclica, pelo lado da quantidade e forma do estímulo público conferido pelo Estado, devendo, porém, considerar um período de redução dos custos de transação, aliviando-se o peso da burocracia e a oneração setorial.

Entre 2005 e 2015, a ANCINE destinou aproximadamente R\$ 24 milhões, em valores não atualizados monetariamente, ao setor de exibição via Prêmio Adicional de Renda, orientado aos pequenos e médios exibidores. Uma solução seria dobrar esse valor para o exercício de 2016, destinando ao menos R\$ 6 milhões e ampliando as possibilidades de utilização dos recursos, incluindo revisão dos procedimentos burocráticos e adaptação ao Suporte Automático, mantendo-se a natureza não-reembolsável dos recursos.

Outra proposta seria a reformulação da fracassada Instrução Normativa nº 61/2007 e a prorrogação dos mecanismos da Lei 8.685/1993, que pretendia criar um ambiente favorável de investimento, via recursos incentivados, em salas de exibição. Noutra frente, a ANCINE não pode, por pressuposto existencial, deixar de ser o instrumento de ação do Estado na concretização dos mecanismos de exceção cultural como a cota de tela. Porém, neste ciclo difícil da economia brasileira, talvez devesse optar por medidas compensatórias e não ape-

nas restritivas na circulação de *blockbusters*. Saindo do apoio às empresas, mas mantendo-se no fortalecimento do circuito de exibição, urge a refundação do Projeto Cinema da Cidade, atualmente complexo e de difícil implementação. Uma alternativa seria a constituição de uma rede de salas públicas, construídas com recursos do Fundo Setorial do Audiovisual na categoria não reembolsável, utilizando a ampla rede de *campi* das universidades públicas federais, estaduais e municipais, em geral situadas no interior e em regiões periféricas com terrenos ociosos, desprovidas da atividade comercial de exibição.

Por fim, a ampliação das possibilidades do Vale Cultura configurariam um programa integrado não apenas de sobrevivência, mas de expansão do setor de exibição durante um período tão conturbado da economia brasileira. ■

(Veja detalhes do artigo em: [tonk.es/politicacrise](http://tonk.es/politicacrise))



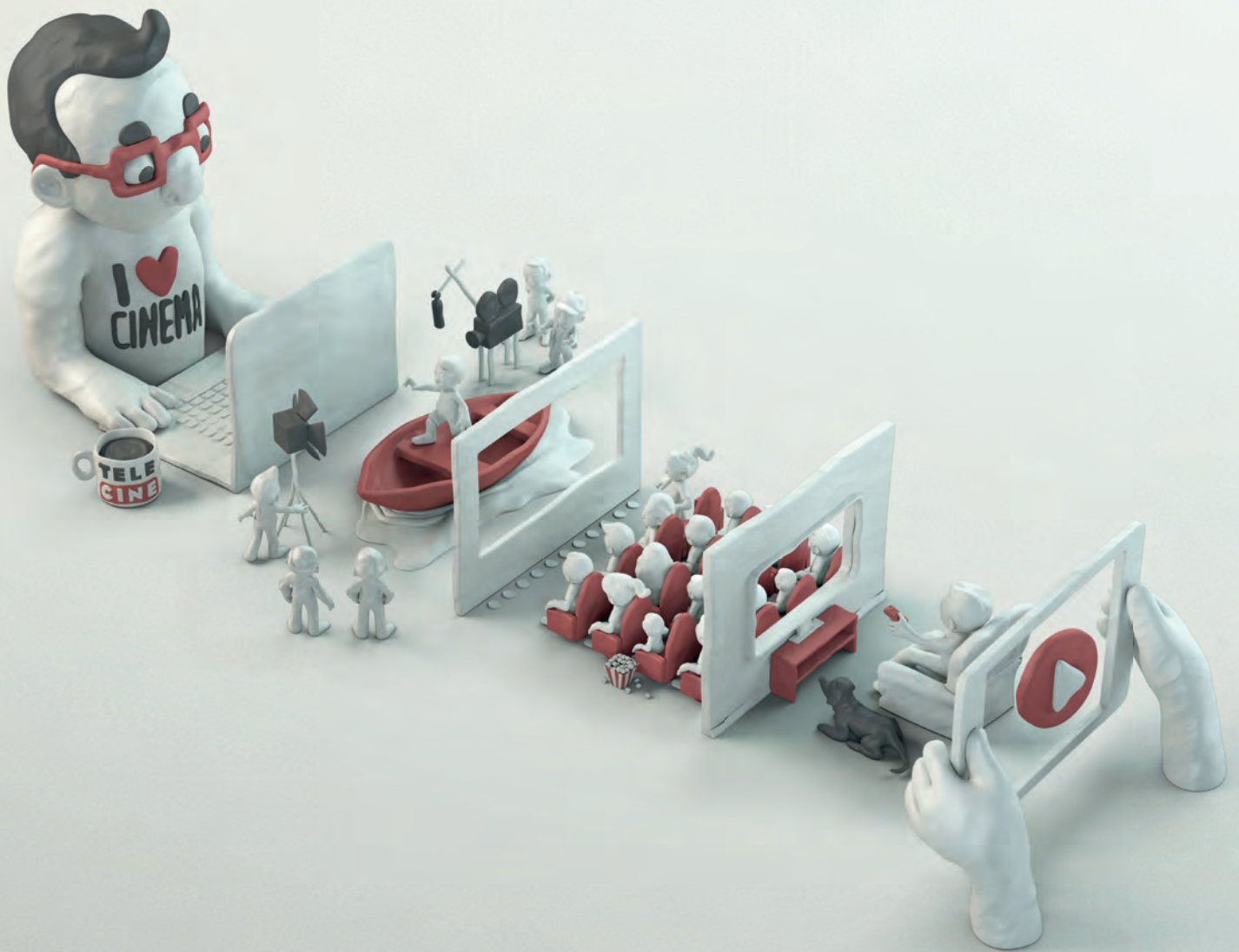
**MARCOS TAVOLARI** É ADVOGADO ESPECIALIZADO EM POLÍTICAS CULTURAIS E ESPECIALISTA EM REGULAÇÃO DA AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE DESDE 2006. FOI SUPERINTENDENTE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DA ANCINE ENTRE 2012 E 2015.

O ARTIGO É UMA DISSERTAÇÃO PESSOAL E NÃO REPRESENTA A OPINIÃO DA ANCINE.

★ **2015 FOI UM SUCESSO** ★  
**O MELHOR DO CINEMA  
CHEGA AGORA EM 2016.**  
**AGUARDE UM CENTERPLEX ESPETACULAR!**



# TELE CINE



Onde tem cinema, tem Telecine.



**TELE CINE** + **TELE CINE**  **PLAY**

6 canais de filmes segmentados por gênero  
e + de 1.500 títulos para o assinante  
assistir quando e onde quiser.

**TELE CINE** **ON.**

Aluguel de grandes sucessos que acabaram  
de sair dos cinemas.

**TELE CINE**  
**PRODUCTIONS**

Coprodução dos maiores filmes nacionais.



	FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
19/11/2015	<b>JOGOS VORAZES: A ESPERANÇA - O FINAL</b> (THE HUNGER GAMES: MOCKINGJAY PART 2)	Francis Lawrence	Jennifer Lawrence, Natalie Dormer, Julianne Moore, Elizabeth Banks, Sam Claflin, Liam Hemsworth, Jena Malone, Josh Hutcherson, Gwendoline Christie	Paris
	<b>LOVE &amp; MERCY</b> (Ainda sem título em português)	Bill Pohlad	Elizabeth Banks, John Cusack, Paul Dano, Paul Giamatti, Jake Abel, Kenny Wormald, Joanna Going, Dee Wallace	Sony
	<b>MALALA</b> (He Named Me Malala)	Davis Guggenheim	Malala Yousafzai	Fox
	<b>THE DRESSMAKER</b> (Ainda sem título em português)	Jocelyn Moorhouse	Kate Winslet, Liam Hemsworth	Imagem Filmes
26/11/2015	<b>VICTOR FRANKENSTEIN</b> (Victor Frankenstein)	Paul McGuigan	James McAvoy, Daniel Radcliffe, Jessica Brown Findlay, Andrew Scott, Mark Gatiss, Freddie Fox, Louise Brealey, Daniel Mays, Valene Kane, Bronson Webb	Fox
	<b>A PALAVRA</b>	Guilherme de Almeida Prado	Tuca Andrada, Oscar Magrini, Karina Barum, Luciano Szafir	Downtown/Paris
	<b>UM HOMEM SÓ</b>	Claudia Jouvin	Wladimir Brichita, Mariana Ximenes, Ingrid Guimarães, Otávio Muller, Eliane Giardini, Daniel Aráoz, Milhem Cortaz, Aramis Trindade, Cadu Fávero	Downtown/Paris
	<b>A VISITA</b> (The Visit)	M. Night Shyamalan	Kathryn Hahn, Olivia DeJonge, Ed Oxenbould, Peter McRobbie, Michelle Rose Domb, Erica Lynne Marszalek, Benjamin Kanes, Deanna Dunagan, Shelby Lackman	Universal
	<b>TUDO VAI FICAR BEM</b> (Every Thing Will Be Fine)	Maxime Govaere, Win Wenders	Rachel McAdams, James Franco, Charlotte Gainsbourg	Mares Filmes
	<b>CHICO - ARTISTA BRASILEIRO</b>	Miguel Faria Jr.	Chico Buarque de Holanda	Sony
	<b>SOBRE JUSTIÇA E OBSESSÃO</b> (Secret in their Eyes)	Billy Ray	Julia Roberts, Nicole Kidman, Chiwetel Ejiofor	Diamond
03/12/2015	<b>CHAMADOS</b> (Rings)	F. Javier Gutiérrez	Matilda Anna Ingrid Lutz	Paramount
	<b>NO CORAÇÃO DO MAR</b> (Heart of the Sea)	Ron Howard	Chris Hemsworth, Cillian Murphy, Ben Whishaw, Brendan Gleeson, Paul Anderson, Benjamin Walker, Tom Holland, Charlotte Riley, Joseph Mawle, Jamie Sives	Warner
	<b>ROCK THE KASBAH</b> (Rock the Kasbah)	Yariv Horowitz	Bill Murray, Zoey Deschanel, Bruce Willis, Kate Hudson	Sony
	<b>PEGANDO FOGO</b> (Burnt (Adam Jones))	John Wells	Bradley Cooper, Lily James, Alicia Vikander, Jamie Dornan, Sienna Miller, Daniel Brühl, Uma Thurman, Omar Sy, Emma Thompson, Sarah Greene	Paris
	<b>À BEIRA MAR</b> (By the Sea)	Angelina Jolie	Brad Pitt, Angelina Jolie, Mélanie Laurent, Melvil Poupaud, Niels Arestrup, Sarah Naudi, Richard Bohringer, Anna Cachia, George Camilleri	Universal
	<b>TUDO QUE APRENDEMOS JUNTOS</b>	Sergio Machado	Lázaro Ramos, Hermes Baroli, Fernanda de Freitas, Sandra Corveloni, Thogu Teixeira, Graça de Andrade Apresentando Kaique de Jesus e Elzio Vieira	Fox
	<b>THE 9TH LIFE OF LOUIS DRAX</b> (Ainda sem título em português)	Alexandre Aja	Jamie Dornan, Sarah Gadon, Aaron Paul	Imagem Filmes
	<b>BEM CASADOS</b>	Aluizio Abranches	Alexandre Borges, Camila Morgado, Bianca Comparato, Fernando São Thiago, Luiza Mariani, Christine Fernandes, Rosi Campos, Leticia Lima	Imagem Filmes
	<b>SABOR DA VIDA</b> (An)	Naomi Kawase	Kirin Kiki, Miyoko Asada, Etsuko Ichihara, Miki Mizuno, Masatoshi Nagase, Kyara Uchida	California
	<b>THE PERFECT GUY</b> (Ainda sem título em português)	David M. Rosenthal	Michael Ealy, Sanaa Lathan, Kathryn Morris, Morris Chestnut, Shannon Lucio, Rutina Wesley, Holt McCallany, Ronnie Gene Blevins	Sony

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA	
<b>CHRISTMAS MOVIE</b> (Ainda sem título em português)	Jonathan Levine	Seth Rogen, Joseph Gordon-Levitt	Sony	10/12/2015
<b>MULHERES NO PODER</b>	Gustavo Acioli	Dira Paes, Totia Meirelles, Elisa Lucinda, Rogéria, Chica Xavier	Downtown/Paris	
<b>LABIRINTO DE MENTIRAS</b> (Im Labyrinth des Schweigens)	Giulio Ricciarelli	Alexander Fehling, André Szymanski, Friederike Becht, Johannes Krisch, Johann von Bülow, Robert Hunger-Bühler, Hansi Jochmann, Lukas Miko	Mares Filmes	
<b>AMERICAN ULTRA: ARMADOS E ALUCINADOS</b> (American Ultra)	Nima Nourizadeh	Kristen Stewart, Walton Goggins, Jesse Eisenberg, Topher Grace, Connie Britton, John Leguizamo, Bill Pullman, Michael Papajohn	Paris	
<b>KRAMPUS - O TERROR DO NATAL</b> (Krampus)	Michael Dougherty	Adam Scott, Toni Collette, Allison Tolman, David Koechner, Conchata Ferrell, Emjay Anthony, Stefania Owen	Universal	
<b>THE NIGHT BEFORE</b> (Ainda sem título em português)	Kenny Young	Colin Egglesfield, David Faustino, Brian White, Anna Hutchison, Drew Fuller, Fred Willard, Chris Owen, Noel Gugliemi	Sony	
<b>STAR WARS: EPISÓDIO VII - O DESPERTAR DA FORÇA</b> (Star Wars: Episode VII - The Force Awakens)	J.J. Abrams	Harrison Ford, Carrie Fisher, Domhnall Gleeson, Adam Driver, John Boyega, Oscar Isaac, Daisy Ridley, Mark Hamill, Andy Serkis, Max Von Sydow	Disney	17/12/2015
<b>JÁ ESTOU COM SAUDADES</b> (Miss You Already)	Catherine Hardwicke	Dominic Cooper, Drew Barrymore, Toni Collette	Imagem Filmes	
<b>A AVENTURA DO PEQUENO COLOMBO</b>	Rodrigo Gava	Vozes de: José Wilker, Isabelle Drummond	Downtown Filmes	
<b>ALVIN E OS ESQUILOS: NA ESTRADA</b> (Alvin and the Chipmunks: The Road Chip)	Walt Becker	Kaley Cuoco (voz), Bella Thorne, Anna Farris (voz), Christina Applegate (voz), Matthew Gray Gubler (voz), Jason Lee, Tony Hale, Justin Long (voz), Jesse McCartney (voz)	Fox	24/12/2015
<b>ÚLTIMOS DIAS NO DESERTO</b> (Last Days in the Desert)	Rodrigo García	Ewan McGregor, Susan Gray, Ciarán Hinds, Tye Sheridan, Ayelet Zurer	Mares Filmes	
<b>MIA MADRE</b> (Mia Madre)	Nanni Moretti	Margherita Buy, John Turturro, Giulia Lazzarini, Nanni Moretti, Beatrice Mancini, Stefano Abbati, Enrico Ianniello, Anna Bellato, Toni Laudadio	California	
<b>A BRUXA</b> (The Witch)	Robert Eggers	Anya Taylor-Joy, Ralph Ineson, Kate Dickie, Harvey Scrimshaw, Lucas Dawson, Ellie Grainger, Julian Richings, Bathsheba Garnett	Universal	31/12/2016
<b>O BOM DINOSSAURO</b> (The Good Dinosaur)	Peter Sohn	Vozes de: Judy Greer, Neil Patrick Harris, Bill Hader, Frances McDormand, John Lithgow, Lucas Neff, Estelle Yves, Adam Stedman	Disney	07/01/2016
<b>OS 8 ODIADOS</b> (The Hateful Eight)	Quentin Tarantino	Samuel L. Jackson, Kurt Russell, Jennifer Jason Leigh, Tim Roth, Walton Goggins, Demian Bichir, Michael Madsen	Diamond	
<b>VAI QUE DÁ CERTO 2</b>	Maurício Farias	Danton Mello, Fabio Porchat	Imagem Filmes	
<b>SNOOPY &amp; CHARLIE BROWN - PEANUTS, O FILME</b> (The Peanuts Movie)	Steve Martino	Vozes de: Bill Melendez, Noah Schnapp, Francesca Capaldi, Venus Schultheis, Mariel Sheets, Madysyn Shipman, Noah Johnston, Hadley Belle Miller	Fox	14/01/2016
<b>JOSÉ ALDO - VALE TUDO</b>	Afonso Poyart	José Loreto, Cleo Pires	Downtown/Paris	
<b>A GRANDE APOSTA</b> (The Big Short)	Adam McKay	Brad Pitt, Christian Bale, Karen Gillan, Ryan Gosling, Selena Gomez, Marisa Tomei, Steve Carell, Melissa Leo, Finn Wittrock	Paramount	
<b>CONCUSSION</b> (Ainda sem título em português)	Peter Landesman	Will Smith, Gugu Mbatha-Raw, Alec Baldwin, Paul Reiser, Bitsie Tulloch, Stephen Moyer, Adewale Akinnuoye-Agbaje, Luke Wilson	Sony	
<b>CAROL</b> (Carol)	Todd Haynes	Cate Blanchett, Kyle Chandler, Rooney Mara	Mares Filmes	
<b>SISTERS</b> (Ainda sem título em português)	Jason Moore	Amy Poehler, John Cena, Tina Fey, Kate McKinnon, John Leguizamo, James Brolin, Maya Rudolph	Universal	
<b>REZA A LENDA</b>	Homero Olivetto	Cauã Reymond, Sophie Charlotte, Luisa Araes, Humberto Martins, Jesufla Barbosa, Naneço Lira	Imagem	21/01/2016
<b>PAI EM DOSE DUPLA</b> (Daddy's Home)	Sean Anders, John Morris	Mark Wahlberg, Linda Cardellini, Will Ferrell, Thomas Haden Church, Alessandra Ambrosio, Paul Scheer, Hannibal Buress, Jamie Denbo, Cedric Yarbrough	Paramount	
<b>JOY - O NOME DO SUCESSO</b> (Joy)	David O. Russell	Jennifer Lawrence, Bradley Cooper, Dascha Polanco, Elisabeth Röhm, Robert De Niro, Virginia Madsen, Edgar Ramírez, Isabella Rossellini, Drena De Niro	Fox	





Cinema de rua desde 1962

# CINESALA, PERCORRENDO DÉCADAS

POR NATALÍ ALENCAR | COLABORAÇÃO BLOG SALAS DE CINEMA SP  
(SALASDECINEMADESP.BLOGSPOT.COM.BR) | FOTOS DIVULGAÇÃO

HÁ UM ANO, a **Cinesala** foi reaberta sob o comando de uma sociedade formada por Adhemar Oliveira, Paulo Velasco, o ex-jogador Raí e Rodrigo Makray. A parceria deu tão certo, que os sócios estudam abrir outros cinemas com o mesmo formato de negócio, algo que parece uma alternativa diante da saturação do mercado de shoppings centers, principalmente em momentos de crise econômica e política. (Leia mais na matéria sobre negócios agregados, na página 30).

“Houve o contato com escritório Raí +Velasco, que cuida e faz diversas operações, pois queriam atuar na área de cinema e a proposição foi aceita. Nos juntamos para fazer e agitar e vamos seguir por mais quantos vierem”, brinca Adhemar de Oliveira.

“Durante a reforma, descascamos algumas colunas e descobrimos essas pas-

tilhas de vidro da década de 60, quando foi inaugurado. Mantivemos da mesma forma como era antes e buscamos justamente preservar essa identidade de cinema de rua daquela época”, completa Rodrigo Makray, um dos sócios.

No entanto, para chegar até o sucesso de hoje e a experiência que pode render outros frutos, o local passou por uma longa trajetória, reformas, fechamentos e reaberturas e recebeu diversos patrocínios que, inclusive, lhe renderam muitos nomes como Cine Sabesp (2010), Cinema da Vila (2009), Ig Cine (2007), Sala Uol de Cinema (2000), Cinemateca e o que mais perdurou: Cine Fiametta (Mais de 30 anos).

Tantas identidades não o prejudicaram, ao contrário, lhe garantiram so-

brevidade ao longo dos anos. Em 2015 foi eleito como o cinema mais confortável da cidade pelo Guia da Folha que ranqueou os melhores cinemas de São Paulo (Confira em [tonk.es/melhorescinemasp](http://tonk.es/melhorescinemasp)).

## E O QUE O FAZ SER TÃO DIFERENTE?

Localizado na Rua Fradique Coutinho, ele tem apenas uma sala, mas acomoda poltronas coloridas e *long seats* (sofás, isso mesmo, sofás para casais ou individuais) nas duas primeiras fileiras, porém não é VIP. Além disso, um café e gelateria compõe o ambiente e o transformam em um verdadeiro “bi-belô” de São Paulo.

Ainda assim, não é só o charme que atrai os cinéfilos, a programação é um dos seus pontos fortes e o seu público atravessa gerações. “Como é um cinema na entrada da Vila Madalena, sempre teve um público muito heterogêneo e marcado como os idosos do bairro e a galera mais jovem”, relata Adhemar de Oliveira. Esse



público, segundo ele, foi sempre mantido porque o local priorizou filmes independentes, nacionais e clássicos.

Porém, o fato de ser uma única sala também tem suas mazelas e demanda maior esforço na hora de montar e escolher a programação. “É difícil trabalhar com sala única porque quando filme dá certo, tudo bem, mas quando dá errado, 100% do seu trabalho foi por terra”, comenta Adhemar.

### REMONTANDO O PASSADO

Em uma retrospectiva inversa, do período mais atual para o mais longínquo, como todo cinema de rua, permaneceu fechado quando os multiplexes tomaram conta de São Paulo, entre 2000 e 1997.

## BASTIDORES

O CINEMA CAUSA PAIXÕES E MEMÓRIAS QUE AS PESSOAS CARREGAM POR TODA A VIDA.

UM DOS ATUAIS SÓCIOS, ADHEMAR DE OLIVEIRA, CONTA QUE EM UMA DE SUAS VIAGENS AO RIO DE JANEIRO SE DEPAROU COM UMA PIZZARIA QUE LEVAVA O MESMO NOME DO CINEMA: FIAMETTA.

PARA SUA SURPRESA, O PROPRIETÁRIO DO ESTABELECIMENTO REVELOU QUE MOROU POR UM TEMPO PRÓXIMO AO CINEMA PAULISTA E GOSTAVA TANTO DO NOME QUE DECIDIU COLOCÁ-LO NA PIZZARIA.

Na ocasião era administrado por Leon Cakoff e Adhemar de Oliveira. Após reformas e restaurações, foi reaberto.

Nos anos 90 ele já era um consagrado ponto de encontro entre cinéfilos interessados em filmes alternativos. Entre 1997 e 1989 o local se transformou em Sala Cinemateca e exibia filmes clássicos e raros. A reforma foi patrocinada pelo antigo Banco Nacional, o que possibilitou também a recuperação das características originais do local. Antes disso, porém, exibiu muitos filmes pornográficos, assim como os cinemas da época.

A Cia Cinematográfica Franco Brasileira o reinaugurou em 1987 com o nome

Studio ABC e dessa época datam exibições de clássicos como **Quanto Mais Quente Melhor** (*Some Like It Hot*, 1959), **A Viúva Alegre** (*The Merry Widow*, 1952), **Uma Noite na Ópera** (*A Night at the Opera*, 1935) e **Casablanca** (1942).

Nascido em 12 de julho 1962 como Cine Fiametta, que significa “pequena chama”, ele atravessou décadas, superou dificuldades, mas se manteve singelo e charmoso no coração de São Paulo. Não por coincidência foi anunciado na inauguração com o *slogan* “O Cinema Elegante de S. Paulo”, uma demonstração de que a elegância não está apenas na aparência, mas no conjunto da obra.

Veja no **Portal Exibidor** uma galeria especial montada com imagens de todas as fases do cinema paulistano ([tonk.es/galeriacinesala](http://tonk.es/galeriacinesala)). **E**



LOCAL TEM CAFETERIA  
E GELATERIA

Os maiores nomes do cinema,  
reunidos nos próximos lançamentos  
da Diamond Films.



Olhos da Justiça



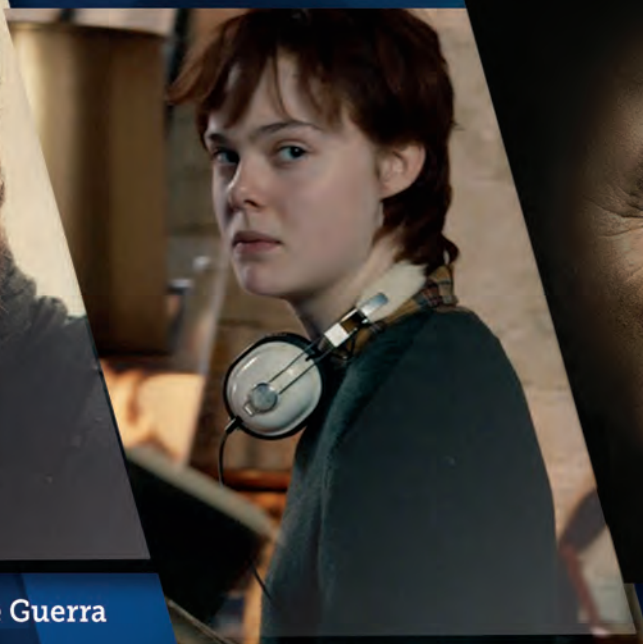
Os 8 Odiados



Invasão a Londres



Macbeth: Ambição e Guerra



Meu Nome é Ray



Presságios de um Crime

NOVEMBRO 2015



# EXPOCINE /15

SP/BRA

## SUMÁRIO

ABERTURA | 66

Um encontro com o presente e o futuro do mercado

PROGRAMAÇÃO | 70

Palestras e painéis debatem tecnologias e polêmicas

ESTÚDIOS | 74

Distribuidoras trazem suas novidades para 2016

PATROCÍNIO | 78

Empresas que contribuíram para tornar a Expocine realidade

APOIO E REALIZAÇÃO | 82

Mercado apoia a convenção

EXPOSITORES | 84

Produtos e serviços para todas as salas de cinema



**CHRISTIE®**

A experiência  
completa para cinema



Procurando por todos os lados  
por uma solução completa e  
integrada de cinema?

**A Christie tem.**

Envolve o seu público com uma experiência de cinema completa, com visuais cativantes e sons impressionantes, no auditório e em todo o seu lobby. A Christie® tem tudo: visuais projetados inspiradores, áudio imersivo, displays digitais dinâmicos, e os mais diversos serviços para manter seu cinema em funcionamento.

[christiedigital.com/cinema](http://christiedigital.com/cinema)



Complete a experiência

Som de cinema superior com tecnologia planar do tipo ribbon

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

## Tecnologia de ponta para um áudio que cativa

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

[viveaudio.com](http://viveaudio.com)

O primeiro a proporcionar amplificação Classe D a cinemas



# O PRESENTE E O FUTURO CAMINHANDO LADO A LADO

## EXECUTIVOS CONFEREM A SEGUNDA EDIÇÃO DO MAIOR EVENTO DA AMÉRICA LATINA DEDICADA A TECNOLOGIAS, SERVIÇOS E APRESENTAÇÕES DE ESTÚDIOS

POR FÁBIO GOMES | FOTOS DIVULGAÇÃO

EM NOVEMBRO DE 2014, o mercado cinematográfico latino-americano descobriu a resposta para uma necessidade que, até então, parecia não ter solução: como reunir os principais nomes da indústria em um mesmo local para discutir negócios e o futuro do parque exibidor da região? Assim, foi criada a Expocine, que imediatamente supriu uma carência no mundo da exibição e que, agora, chega à sua segunda edição pronta para agregar novidades aos participantes.

Realizada em 17, 18 e 19 de novembro no Centro de Convenções Frei Caneca (São Paulo - SP), o evento ganhou um dia a mais para os participantes poderem conhecer e entender com calma cada uma das atrações da maior convenção voltada ao mercado de exibição da América Latina.

Não bastando o dia extra, o espaço para a feira também cresceu e, ao contrário dos 1.000 m<sup>2</sup> da edição inaugural, o evento conta com 3.000 m<sup>2</sup> e estandes com tudo que o exibidor precisa conhecer do atual momento do mercado e do que virá no futuro da indústria.

“Esperamos e temos certeza de que o evento deste ano será maior do que o do ano passado e que o mercado em peso estará presente para conhecer novas tecnologias e produtos e, acima de tudo, conhecer novos modelos de negócio nos quais um parceiro como a Christie os acompanhará na expansão de seus negócios dentro do cinema. Algo que nós temos como missão para os próximos anos”, afirma Ricardo Laporta, gerente comercial para cinema da Christie no Brasil, empresa que já participa pelo segundo ano.

A Christie é apenas uma das companhias que retornam para a edição de 2015 da convenção. Além dela, mais de 100 outros importantes nomes do mercado cinematográfico de exibição estão no encontro, comprovando o sucesso do evento inaugural (confira todos os expositores na página 84).

“Isso demonstra o nosso compromisso junto ao mercado. O encontro fortaleceu e ajudou as empresas a conhecerem mais de perto seus clientes e, também, a divulgarem seus serviços e produtos para novos compradores em potencial”, afirma Marcelo J. L. Lima, criador da convenção e CEO da Tonks, organizadora do evento. “A Expocine nasceu para que exibidores, distribuidores e fornecedores entendam juntos como será o futuro da exibição”, completa.

Além dos parceiros que apostaram na primeira edição do evento, grandes nomes estreiam nesse ano. Entre elas a Dolby, que apresenta aos interessados todo o potencial do sistema de som imersivo Dolby Atmos. “A Dolby tem uma ligação histórica com o cinema e repleta de avanços tecnológicos. Estamos celebrando os 50 anos de empresa, mas nossos olhos estão sempre voltados para o amanhã. E a ideia é poder apresentar as soluções e tecnologias atuais da Dolby e dos parceiros, em um ambiente real e com conteúdos relevantes e impactantes”, afirma Carlos Watanabe, diretor de vendas para América Latina da empresa.

Mas as novidades para o mercado não acabam por aí. A Barco também apresenta o seu sistema de som imersivo – o Barco Auro 11.1 – em um workshop que será realizado junto à Quanta DGT. Além do sistema de som, entre os principais destaques da demonstração estão os projetores laser. Essa tecnologia promete revolucionar o mercado nos próxi-

mos anos por contar com uma imagem mais nítida e brilhante, além de ajudar o exibidor a economizar no consumo de energia elétrica e acabar com as intermitíveis trocas de lâmpadas.

“Participaremos do workshop oficial da Expocine, apresentando o Barco Cinema Experience, onde estamos com uma sala de exibição na suíte com projetor, servidor, Auro 3D e sistema 3D Wave da MasterImage. Além disso, disponibilizamos para a sala de exibição principal, um projetor DP2K 20C a laser”, afirma Ricardo Ferrari, gerente de vendas da empresa para América Latina.

A NEC também lança no encontro seu modelo de projetor a laser NC1201, disponível para conhecimento dos visitantes.

O workshop reúne grandes empresas para apresentação de produtos diferenciados ao mercado. Além dos produtos da Barco, haverá o lançamento do 3D Masterimage Horizon 1.1, das Telas Prateadas, de poltronas e explicação sobre o TMS e outros softwares.

Os exibidores também terão acesso às novidades que tomarão conta de suas salas em breve. As seis *majors* – Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal e Warner –, bem como uma das independentes, a Diamond Films, apresentarão seus *line-ups* para convidados em um ambiente totalmente customizado e preparado para os participantes terem contato com as promessas de boas bilheterias (confira mais detalhes na página 74).

Não bastando, ainda há palestras, mesas-redondas e seminários sobre o desenvolvimento da indústria e sobre como

melhorar a relação entre exibidores, distribuidores e, claro, o consumidor. Entre as discussões, está uma conversa sobre a influência das bilheterias da América Latina nas produções de Hollywood, com participação de grandes empresas como IMAX, Diamond, Cinemark, Paramount e Omelete (confira a programação completa de palestras na página 70).

Assim como no ano passado, a convenção conta com tradução simultânea para o espanhol em todas as palestras e todos os materiais do evento serão impressos em português e espanhol, facilitando a locomoção de todos os participantes latino-americanos pela Expocine.

Parte dos promotores da convenção estará apta a conversar em três línguas: português, espanhol e inglês. O mercado internacional também poderá aproveitar tudo o que o evento tem a oferecer, não tendo de se preocupar com a falta de comunicação enquanto estiver no evento.

#### INOVAÇÕES VOLTADAS AO PARTICIPANTE

Além de manter o padrão de apresentações, palestras e feira, a Expocine trouxe novidades voltadas exclusiva-

PALESTRAS E  
MESAS-REDONDAS  
FORAM DESTAQUES  
NA EDIÇÃO DE 2014



mente aos seus participantes. Uma delas é o inédito Passaporte VIP, credencial especial que dá ao exibidor o direito a um pacote de benefícios exclusivos e entrada prioritária em todos os eventos previstos na programação.

Com essa entrada diferenciada, não existe a necessidade de esperar em longas filas, nem de se preocupar com a lotação máxima das salas, pois o participante sempre terá o seu lugar garantido. Além disso, está disponível uma sala exclusiva para os credenciados VIP, onde poderão descansar e conversar com outros importantes nomes do mercado, podendo criar parcerias e, inclusive, fe-

char negócios. O passaporte também dá direito a estacionamento, café, almoço e jantar pagos para os três dias.

Além disso, uma parceria da Tonks com a BEAT Turismo facilitou a viagem dos participantes que não moram na capital paulista, dando um desconto nas passagens aéreas e realizando uma parceria com o Grande Prêmio de Fórmula 1. “Procuramos diferentes maneiras de facilitar a vida do participante. Além de garantir uma viagem tranquila, queríamos que a experiência dele dentro da convenção fosse a melhor possível e, com isso, garantíssemos que ele viesse com a cabeça focada em conhecer novos produtos, fechar novas parcerias e concretizar diferentes negócios para o seu cinema ou empresa”, explica Mauri Palos, diretor executivo da Expocine.

A segunda Expocine está aqui, um evento completo feito para exibidores de toda América Latina. Este é apenas o começo de uma convenção que caminha a passos firmes para se tornar uma data tradicional para exibidores de todo o mundo e uma referência ao redor do globo. **E**



APRESENTAÇÃO DA  
PARAMOUNT PICTURES  
NA EXPOCINE 2014






# 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](mailto: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.

Visite nosso estande na

**EXPOCINE/15**  
7-10-10 NOVEMBRO 2015  
SP/BRA

e conheça nossos produtos



ENCONTRO CONTA COM TRÊS DIAS DE PALESTRAS E  
PAINÉIS VOLTADOS AO MERCADO

# DAS NOVAS TECNOLOGIAS AOS ASSUNTOS MAIS POLÊMICOS: UM EVENTO COMPLETO

EXPOCINE CONTA COM PALESTRAS E MESA-REDONDAS SOBRE TECNOLOGIA,  
COMPORTAMENTO DO PÚBLICO E INVESTIMENTOS NO FUTURO DA EXIBIÇÃO

POR NATALÍ ALENCAR | FOTO DIVULGAÇÃO

**A EXPOCINE ESSE ANO** ganhou mais um dia de conteúdo que, na verdade, até parece pouco diante de tantos assuntos que permeiam o cotidiano do exibidor e das urgências do segmento. Ainda assim, a Tonks, organizadora do evento, tentou compilar os principais temas e traz debates importantes com profissionais renomados e que são referência para o mercado.

O primeiro dia dá ênfase ao PLF (*Premium Large Format*), formatos diferenciados de exibição em tela gigante. Já o segundo dia do encontro debate o comportamento do público de cinema e o terceiro é finalizado com tópicos sobre investimento e o futuro da exibição.

Se organize para não perder nada da programação.

O primeiro dia abre com três painéis de discussão sobre exibição, bilheteria e formatos diferenciados.

No cenário cada vez mais competitivo dos lançamentos no cinema, novas tecnologias (telas, som, projeção e 3D) podem potencializar a experiência de imersão e alavancar os números de bilheteria. Assim, se faz necessário entender o papel de cada formato, especialmente para os grandes lançamentos no cinema, extraído de cada um o seu potencial máximo.

Para debater esse assunto, o presidente comercial da IMAX modera a mesa “O papel dos formatos especiais para grandes lançamentos”, que terá a presença do vice-presidente da Paramount Brasil, César Silva, além de outros executivos da exibição.

O ano de 2015 tem sido um ano positivo não só para o Brasil, mas também para os países da América Latina que

têm apresentado crescimento contínuo das bilheterias nos últimos anos. Segundo relatórios da MPAA, em 2009, a bilheteria latina foi de US\$1,7 bilhão; em 2010 cresceu para US\$ 2,1 bilhões; em 2011 para US\$ 2,6 bilhões; no ano seguinte pulou para US\$ 2,8 bilhões e em 2013 chegou à casa dos R\$ 3 bilhões, mantendo o mesmo percentual em 2014. Para 2015, as projeções são as melhores.

Para falar como esse crescimento está influenciando a produção, a distribuição e a exibição, profissionais dessas áreas e da imprensa debatem a influência do mercado latino-americano nas decisões finais desde locações e escolha de artistas até estratégias de lançamento em diferentes formatos e regiões.

Erico Borgo, diretor de conteúdo do portal de notícias e entretenimento Omelete e também da CCXP – Comic Con Experience, evento Geek, fará parte da mesa ao lado de Marcos Oliveira, diretor da Diamond Films no Brasil e Ricardo Cortes, vice-presidente de distribuição na América Latina da Paramount Pictures.

A última discussão da manhã traz executivos das principais fabricantes de tecnologias em formatos diferenciados para discutir as novidades atuais da indústria e o seu futuro, em especial as salas PLF (*Premium Large Format*). Para esse assunto estão presentes executivos da IMAX (Larry O’Reilly), Barco (Ted Schilowitz), Dolby (Carlos Watanabe) e Christie (George Scheckel).

“Nosso objetivo é mostrar para o mercado as novas tendências e tecnologias disponíveis. Isto com certeza tranquilizará os exibidores”, sugere Ricardo Ferrari, da Barco.

Mensurar o sucesso das salas de cinema parte de entender o perfil do público, o que ele deseja, como ele se comporta e o que espera das salas de exibição e do atendimento. Para tentar entender um pouco o consumidor, suas necessidades e tentar aprimorar esse relacionamento, a Expocine tem um dia todo dedicado a ele.

Em 2014, o Omelete apresentou no evento o perfil do público Geek e deu

para perceber o quanto os cinemas precisavam evoluir para aproveitar todo o potencial desse público.

Agora, em 2015, a Expocine traz uma palestra sobre “O comportamento online dos frequentadores de cinema”, apresentada por Cyrille Reboul, CEO da Webedia, grupo detentor dos direitos

do portal AdoroCinema, um dos maiores em cobertura de cinema para o usuário final, que recebe mais de 20 milhões de visitas por mês.

O executivo apresenta dados do portal brasileiro em comparação com outros sites do grupo espalhados pela Alemanha, Espanha, França e Turquia.

E para entender esse público é preciso

compreender os ambientes em que ele atua e as ferramentas que utiliza. Assim, a Internet é o segundo tema do dia e pretende mostrar aos participantes como preparar o internauta para ir ao cinema, iniciando esse contato já pelas suas opções de busca (nome do filme, horário, local). Isso tanto no computador como no acesso por dispositivos móveis.

Quem ministra esse encontro é a executiva do Google, Debora Bonazzi, que pretende trazer ideias e inovações para a indústria cinematográfica nacional e latino-americana a partir dos hábitos dos espectadores.

Em entrevista recente à Revista Exibitor, Débora comentou que as buscas pela categoria de cinema (incluindo salas e horários, sessões de cinema, busca por filmes etc.) aumentaram 21% de 2013 para 2014, um crescimento que não necessariamente acompanha o mesmo passo nas bilheterias.

Outro dado interessante do Google revela que do total de buscas, 70% são genéricas (ir ao cinema, cinema perto, onde encontrar cinema, quero ir ao cinema, comprar ingresso, horários etc.) e somente 30% inclui a busca por títulos de filmes, o que demonstra que o brasileiro quer ir ao cinema pela experiência, independente dos títulos que estão em cartaz.

Ou seja, esse assunto rende muito.

No mundo dos negócios, em especial agora, em um momento de crise, o que conta é a criatividade e aproveitar as oportunidades. Seguindo essa linha, a Expocine encerra o segundo dia de debates com um assunto ainda pouco conhecido no Brasil e quase nada pelos exibidores: a Economia Criativa.

O rápido avanço das novas tecnologias digitais, as mudanças de comportamento e a diminuição de espaços de convivência

dão às salas de cinema a oportunidade de se tornarem um ponto de encontro de referência para revitalização, desenvolvimento e valorização do entorno de onde está localizado, sejam em cidades grandes ou pequenas. Permitindo assim, que os conceitos da Economia Criativa sejam aplicados também aos cinemas como a criatividade das pessoas e o seu potencial intelectual para criar oportunidades.

A discussão, intitulada “O cinema e a cidade”, será encabeçada por Mauri Palos, consultor em gestão cultural e diretor da Expocine ao lado de Ana Carla Fonseca (diretora da Garimpo Soluções e especialista em Economia Criativa) e do prefeito da cidade de São Paulo Fernando Haddad.

“É um conceito pouco explorado no Brasil e a aplicação destas ideias podem melhorar os negócios das salas de cinema e criar oportunidades para a região onde atuam”, explica Palos.

# 19/11

## CINEMA NACIONAL

Embora a Expocine tenha foco na América Latina, também quer aprofundar os assuntos pertinentes ao mercado brasileiro e suas peculiaridades, afinal o seu crescimento no segmento cinema têm sido expressivo para a América Latina, apesar da crise econômica e política.

Para tratar dos “Paradigmas do cinema nacional”, a Expocine fomenta um debate para discutir os atuais modelos de produção e distribuição audiovisual no Brasil, além da busca por soluções para aumentar o público e as rendas.

Será apresentado ainda uma análise de como as produções nacionais podem interferir no desenvolvimento econômico, social e cultural do País.

E o que dizer sobre como será o amanhã, principalmente na era pós-digitalização?

Em pleno final do processo de *rollout* no Brasil, as exibições de conteúdos digitais trouxeram uma nova dinâmica nas formas de distribuição. E nesse período de transformação a mesa “A distribuição do Amanhã” discute as possibilidades de distribuição nas mais diversas plataformas e como isso pode impactar as salas de cinema.

Para este encontro participam Igor Kupstas (diretor da O2 Play), Laudson

Diniz (diretor da Cinelive) e Patrícia Cotta (diretora de marketing da Kinoplex).

Dentro de todo esse contexto, não poderia faltar a participação da ANCINE e a SAV (Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura), que têm trabalhado exaustivamente para melhorar a relação entre exibidores e distribuidores, bem como fomentado o crescimento do parque exibidor. Rosângela Alcântara (diretora da ANCINE) e Pola Ribeiro (secretário da SAV) compõem a palestra sobre políticas públicas para o segmento no Brasil. ■



# 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](mailto:cinecolorsat@cinecolor.com.br)

Alameda Amazonas, 798 Alphaville, Barueri /SP - Brasil

# SETE DISTRIBUIDORAS APRESENTAM CONTEÚDO ESPECIAL

POR VANESSA VIEIRA



AS DISTRIBUIDORAS SÃO PARTE FUNDAMENTAL da programação da Expocine e, nesta edição, as seis *majors* (Disney, Fox Film, Paramount, Sony, Universal e Warner Bros.) e a independente Diamond Films apresentarão materiais de seus lançamentos e suas expectativas para 2016.

A Disney foi um dos destaques mundiais de 2015 graças ao bom desempenho de **Vingadores: Era de Ultron** (*Avengers: Age of Ultron*), que arrecadou mais de US\$ 1,4 bilhão mundialmente e vendeu 10 milhões de ingressos no Brasil, e **Divertida Mente** (*Inside Out*), que fez US\$ 747 milhões ao redor do mundo. O sucesso do estúdio inclui também a estreia de **Homem-Formiga** (*Ant-Man*), que vendeu quase 3 milhões de ingressos no País. Entre os próximos lançamentos da distribuidora estão longas com grande expectativa do público, a começar pela estreia de **Star Wars: Episódio VII - O Despertar da Força** (*Star Wars: Episode VII - The Force Awakens*) já em dezembro próximo (17). Em 2016, a Disney conta com estreias como a de **Capitão América - Guerra Civil** (*Captain America: Civil War*) (28/04). Além disso, a distribuidora já tem novidades para os próximos anos como **Toy Story 4**, que deve estrear em 2018.

Já a Fox Film contou neste ano com o bom desempenho de filmes como **Os Pinguins de Madagascar** (*The Penguins of Madagascar*), que foi a oitava maior bilheteria do Brasil no primeiro semestre com 3,1 milhões de ingressos; de **Uma Noite no Museu 3: O Segredo da Tumba** (*Night at the Museum: Secret of the Tomb*), que somou US\$ 360 milhões mundialmente e vendeu 2,6 milhões de ingressos no País; e de **Cidades de Papel** (*Paper Towns*), que levou mais de 1,5 milhão de brasileiros aos cinemas.

A distribuidora prepara para o próximo ano lançamentos como **Snoopy & Charlie Brown - Peanuts**, **O Filme** (*The Peanuts*

*Movie*) (14/01), **Deadpool** (11/02), **Joy - O Nome do Sucesso** (*Joy*) (18/02), a animação **Kung Fu Panda 3** (10/03), **X-Men: Apocalypse** (26/05) e **Gambit** (06/10).

Para a Paramount, os principais destaques de 2015 até o momento são **O Exterminador do Futuro: Gênese** (*Terminator: Genisys*), que atraiu mais de 2,3 milhões de pessoas aos cinemas no Brasil e arrecadou mais de US\$ 440 milhões mundialmente, e **Missão: Impossível - Nação Secreta** (*Mission: Impossible - Rogue Nation*) com público de 2,7 milhões. O line-up de 2016 da distribuidora conta com longas como: **13 Hours: The Secret Soldiers of Benghazi** (14/01); **Pai em Dose Dupla** (*Daddy's Home*) (21/01), **Ben-Hur** (25/02), **The Cellar** (13/03), **Monsters Trucks** (31/03) e **Zoolander 2** (03/04).

A Sony atraiu 2,3 milhões de brasileiros com a comédia **Pixels**, que teve diversas ações no Brasil, a animação **Hotel Transilvânia 2** (*Hotel Transylvania 2*) também se aproximou dessa marca. O calendário de lançamentos da Sony inclui longas como **Concussion** (14/01), **A Quinta Onda** (*The 5th Wave*) (28/01) e **Angry Birds** (12/05), produção baseada no famoso game de celular.

A líder disparada de faturamento em 2015, a Universal arrecadou mais de US\$ 3,78 bilhões fora dos EUA, tornando-se o estúdio que mais arrecadou na história internacionalmente em um único ano. Isso graças a produções como **Jurassic World: O Mundo dos Dinossauros** (*Jurassic World*), **Minions** e **Cinquenta Tons de Cinza** (*Fifty Shades of Grey*). Em 2016, a distribuidora prepara lançamentos como **Steve Jobs** (21/01) e **Ride Along 2** (31/03), além de já planejar estreias para outros anos como a sequência **Cinquenta Tons Mais Escuros** (*Fifty Shades Darker*), prevista para estrear em fevereiro de 2017.

Neste ano, a Warner levou mais de 2,2 milhões de brasileiros aos cinemas com **Mad Max: A Estrada da Fúria** (*Mad Max: Fury Road*) e também com **Terremo-**

**to: A Falha de San Andreas** (*San Andreas*). Já para 2016, a distribuidora planeja estreias de longas como **Creed: Nascido Pra Lutar** (*Creed*) (07/01), **Caçadores de Emoção - Além do Limite** (*Point Break*) (28/01) e os aguardados filmes feitos em parceria com a DC Comics: **Batman Vs Superman: A Origem da Justiça** (*Batman vs. Superman: Dawn of Justice*) (24/03) e **Esquadrão Suicida** (*Suicide Squad*).

Por fim a Diamond Films, que chegou ao Brasil em 2013 e em pouco tempo já está nos principais eventos do mercado cinematográfico, também se apresentará na Expocine. Para o início de 2016 a distribuidora latina planeja levar às telonas o mais novo trabalho de Quentin Tarantino, o faroeste **Os 8 Odiados** (*The Hateful Eight*); a nova adaptação da peça **Macbeth**, estrelada por Michael Fassbender e Marion Cotillard; e **Remember**, filme que já é cotado para indicação ao Oscar. ■

## PROGRAMAÇÃO

CONFIRA OS HORÁRIOS DE CADA APRESENTAÇÃO:

**17/11**

14H30 - 16H00 - **FOX FILM**

17H30 - 19H00 - **WARNER BROS.**

**18/11**

13H15 - 14H00 - **DIAMOND**

15H00 - 16H30 - **SONY**

17H30 - 19H00 - **UNIVERSAL**

**19/11**

13H30 - 15H00 - **PARAMOUNT**

16H00 - 17H30 - **DISNEY**

ANIMAÇÃO, SUPER-HERÓIS, DRAMA E AÇÃO.  
A FOX APRESENTA UM LINE-UP QUE VAI  
BOMBAR NOS SEUS CINEMAS!





LEMBRE-SE

**JOY:**  
O NOME  
DO SUCESSO

**21 DE JANEIRO**

DO DIRETOR GANHADOR DO OSCAR ALEJANDRO G. INÁRRITU  
LEONARDO DICAPRIO

INSPIRADO EM FATOS REAIS

**O REGRESSO**

**4 DE FEVEREIRO**



**DEADPOOL**

**11 DE FEVEREIRO**

DREAMWORKS

**KUNG FU PANDA 3**

EM 3D E 2D

**10 DE MARÇO**



SAIBA MAIS EM [WWW.FOXEXIBIDOR.COM.BR](http://WWW.FOXEXIBIDOR.COM.BR)





# UNIÃO DO SETOR PARA REALIZAR A CONVENÇÃO

POR FÁBIO GOMES | FOTO DIVULGAÇÃO

O MERCADO COMPREENDEU a necessidade de se reunir em um mesmo local para discutir o presente e entender o futuro da exibição. Por conta disso, a Expocine deixou de ser apenas um evento e se tornou uma necessidade para a indústria cinematográfica não só brasileira, mas latino-americana. Sendo assim, um total de 15 empresas optaram por patrocinar a segunda edição da convenção – seis companhias a mais em relação ao último ano. Conheça mais sobre as empresas que ajudaram a concretizar mais uma edição da Expocine, garantindo um evento maior e ainda mais atrativo aos participantes.



BARCO



Uma das grandes empresas de tecnologia para exibição presentes no Brasil, que em seu catálogo apresenta desde projetores até sistemas de som imersivos, a Barco acredita no potencial da Expocine justamente por ter participado da primeira edição e entendido que o evento fez a diferença no mercado latino-americano.

“Nossa avaliação foi a mais positiva possível, pois o evento mostrou a preocupação da profissionalização do mercado de cinema no Brasil e a importância que ele tem para as indústrias desse segmento”, afirma Ricardo Ferrari, executivo de vendas da empresa.

No Brasil, a Barco conta com um centro de treinamento que já certificou mais de 350 profissionais, um Help Desk que trabalha no regime 24/7, um centro de distribuição de partes e peças e uma equipe técnica com mais de 15 profissionais. Agora, com a convenção, a empresa vai juntar sua equipe de profissionais para sedimentar mais sua relação com o mercado.

“Acredito que este evento já se tornou o principal do mercado para o Brasil e parte da América Latina. Isso nos possibilita focar nossos esforços na participação efetiva, com envolvimento de vários profissionais da Barco”, completa Ferrari.

CHRISTIE

**CHRISTIE®**

A Christie conta com soluções de colaboração visual e áudio, oferecendo ainda diversas soluções para negócios, entretenimento e indústria. A empresa emprega mais de 1.500 pessoas no mundo e já instalou mais de 150.000 soluções de projeção ao redor do globo. E, para divulgar suas novidades ao mercado de exibição, a empresa vê a Expocine como o principal canal para realizar o contato mais próximo junto a seus clientes.

“Temos confiança de que este será o maior evento de cinema para a Christie no segundo semestre em nível mundial. Temos uma ótima relação com os organizadores do evento e sabemos que o mercado olhará esse ano com mais cuidado, portanto, não nos deixando a menor dúvida sobre estar presente”, afirma Ricardo Laporta, gerente geral do Brasil da empresa.

CINEMARK XD



Líder mundial em venda de ingressos, a Rede Cinemark representa cerca de 30% do mercado brasileiro de cinema e é maior que seus três principais concorrentes juntos, com mais de 585 salas de cinema em 77 complexos distribuídos por 17 estados e Distrito Federal. A empresa patrocina o evento junto à sua marca de cinemas Extreme Digital Cinema – XD, com telas maiores que as convencionais e uma sonorização mais potente.

“O evento é muito importante por reunir todo o mercado cinematográfico em São Paulo”, afirma Marcelo Bertini, presidente da rede no Brasil. “A Cinemark tem entre seus objetivos apoiar ações que estimulem o crescimento do mercado”, completa.

CINE BRASIL



A Cine Brasil é uma empresa que surgiu há 10 anos com o intuito de trazer ao mercado a oportunidade dos pequenos e médios exibidores terem acesso às tecnologias, produtos e serviços de ponta. Hoje, conta com mais de 230 salas sob sua tutela, atendendo a necessidades desses parceiros em tempo integral com o que há de mais avançado em tecnologia atualmente.

“Após participar do primeiro evento, ficamos seguros de que a Expocine é importante para as empresas demonstrarem seus produtos e serviços diretamente a todos os exibidores”, afirma Claudinei Mascaro, diretor da Cine Brasil.

DOLBY



Além de patrocinar o encontro, a Dolby apresenta não somente um estande, mas também uma suíte com uma agenda especial aos participantes. Dessa forma, a Dolby pretende conversar com todos os participantes e parceiros do mercado.

“A Expocine já se consolidou como um dos maiores eventos do setor no mundo. Nossa expectativa é poder reencontrar nossos clientes e amigos do Brasil e demais países da América Latina e demonstrar as soluções tecnológicas e inovações que a Dolby oferece para melhorar ainda mais a experiência de assistir a um filme no cinema”, afirma Carlos Watanabe, diretor de vendas para América Latina.

IMAX

**IMAX**

A IMAX tem parceria com os principais exibidores do País e representa muitos dos complexos com maiores arrecadações. Enquanto uma tela padrão tem média de R\$ 1 milhão de receita, os cinemas com a tecnologia de tela gigante têm normalmente 3 vezes mais, aproximadamente R\$ 2,9 milhões. Com um total de 11 cinemas no país, a empresa espera crescer ainda mais nos próximos anos e, para isso, conta com a convenção.

“Acreditamos no potencial do evento e na importância do público participante”, diz Thiago Madruga, executivo da empresa responsável por atender aos exibidores brasileiros. “Acreditamos que o Brasil representa uma grande oportunidade de crescimento para IMAX, devido ao fato do País ter poucas telas em geral e o seu grande desenvolvimento de shoppings centers. Nossa análise sugere que o Brasil suporte mais 55 telas IMAX”, completa o executivo.

MASTERIMAGE

  
**masterImage**  
ABSOLUTELY 3D

Uma das empresas de destaque em tecnologia 3D no mundo, a MasterImage fornece para cinemas em mais de 100 países, com mais de 8 mil equipamentos instalados – obtendo um dos mais rápidos crescimentos entre os fornecedores de sistema 3D digital.

“A Expocine foi a confirmação do que já havíamos percebido sobre o talento e seriedade de todos e, portanto, foi uma decisão fácil e natural. Estamos orgulhosos de termos sido um dos primeiros a apoiar e muito seguros sobre o retorno que nos deu e continuará dando”, explica Luis Fernando Morau, diretor de negócios e desenvolvimento para América Latina.

KINOPLEX

**Kinoplex**  
C I N E M A   A O   M Á X I M O

A Kinoplex tem quase 100 anos de tradição no País e atualmente conta com mais de 250 salas em 16 cidades, além de ter cerca de 50 mil poltronas e mais de 1.000 funcionários. Por conta da possibilidade de encontrar não apenas fornecedores de equipamentos, mas também distribuidores e outros exibidores, a rede decidiu patrocinar a edição deste ano.

“Acreditamos na sua importância para o mercado cinematográfico, reunindo grandes empresas e profissionais de toda a cadeia de cinema”, afirma Patrícia Cotta, gerente de marketing.

MPA

  
**MPA**  
MOTION PICTURE ASSOCIATION INC.

A entidade representa os seis grandes estúdios de Hollywood – Disney, Fox, Paramount, Universal, Warner Bros. e Sony Pictures – e busca ir ao encontro dos interesses institucionais da indústria cinematográfica americana.

“A MPA neste ano é patrocinadora da Expocine, onde realiza o lançamento da coalizão [de exibidores contra o camcording]. Não só pelo lado de política ou de ambiente de mercado no setor audiovisual em geral, mas também na parte de combate à pirataria essa interação com os exibidores é essencial. Os exibidores, como essa ponta inicial da cadeia de distribuição do produto pirata, têm um papel fundamental na prevenção dessas gravações”, diz Ygor Valério, vice-presidente da MPA para América Latina.

As empresas **AdoroCinema**, **Ingresso.com**, **Consciência**, **VideoSoft**, **Strong MDI** e **Telecine** também estão neste time de peso para tornar possível mais uma edição da maior convenção voltada ao mercado exibidor da América Latina. ■



# tonks *fit*

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



Website  
padrão



Venda de  
ingressos



Navegação  
simplificada



Hospedagem  
inclusa

Visite nosso estande na

**EXPOCINE/15**  
17-18-19 NOVEMBRO/2015 SP/BRA

e conheça mais



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

# APOIO DO MERCADO CRESCE EM 2015

POR FÁBIO GOMES

EXIBIDOR

omelete



CINELIVE

FENEEC

BOXOFFICE



EQUINOX

THEATREWORLD

QUANTA DGT



O PRIMEIRO ANO DA EXPOCINE provou a importância do evento para o mercado latino-americano e, por conta disso, o número de apoiadores cresceu na segunda edição da convenção.

Mais uma vez, a ANCINE retorna com seu apoio institucional ao projeto ao lado de importantes nomes da indústria de exibição nacional.

Assim como a entidade, outras empresas apostam alto que o evento será novamente um sucesso e por isso engrossam o time de parcerias.

“A proposta da Expocine vai ao encontro do que a Quanta DGT vem fazendo: trazer, para os exibidores e profissionais do cinema, o que há de melhor e mais importante nesse mercado. Assim, era bastante importante para a Quanta DGT participar desse movimento que vem como um reforço para o mercado cinematográfico nacional”, afirma Suzana Lobo, diretora de operações da Quanta DGT.

Provando mais uma vez a sua importância internacional, duas grandes publicações do exterior estão no evento. Retornando para edição de 2015 está a americana BoxOfficePRO® e estreando está a indiana TheatreWorld, revista voltada especialmente ao mercado asiático de exibição. No Brasil, o site Omelete, especializado em cultura Geek, também retorna junto ao maior evento da América Latina para fãs da cultura Nerd, como a Comic Con Experience.

A Cinelive, companhia especializada em transmissão de conteúdo via satélite, também está confiante na Expocine. “Apoiar uma iniciativa que visa incentivar o mercado a se reunir em prol da discussão de boas práticas, troca de ideias e da profissionalização é o que precisamos”, destaca Laudson Diniz, gerente executivo.

Ano passado, a FENEEC (Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas) realizou a reunião oficial da entidade durante o evento e, neste ano, retorna com a parceria.

Criada em 2010 como produtora de conteúdo digital, a Equinox hoje opera com mais de 30 salas no formato e-cinema, além de atuar com encodign em DCP, Digital Signage, clonagem, legendagem, autorização e outros serviços. “Por se tratar do maior encontro de nosso mercado no País, é fundamental participar para solidificar a imagem da Equinox como um provedor de soluções ao mercado nas áreas de finalização e Digital Signage, entre outros serviços”, diz Rogerio Silveira.

Completam a lista de apoiadores a Ultracine, empresa voltada a medição de bilheteria na América Latina.

## UMA REALIZAÇÃO tonks

Depois de uma estreia arrematadora que mexeu de vez com os paradigmas do mercado, a Expocine retorna neste ano com a realização da Tonks, consultoria voltada à área de atendimento ao exibidor.

“Aprendemos muito com o primeiro ano da Expocine e tiramos lições não apenas dos nossos acertos, mas também

dos nossos erros. Sendo assim, pretendemos organizar uma convenção ainda melhor para o mercado de exibição e a meta não é apenas igualar o que foi feito no ano passado, mas sim superar e fazer com que o exibidor conheça ainda mais os benefícios do mercado no futuro próximo”, afirma Marcelo J. L. Lima, idealizador do projeto e CEO da Tonks.

Uma das novidades para esta edição foi uma parceria inédita com a BEAT Turismo e Eventos, empresa especializada em operações de viagens. A agência oficial da convenção realizou um pacote com 20% de desconto em passagens aéreas para participantes e, além disso, realizou uma promoção especial para os interessados em assistir a Fórmula 1.

O evento contará ainda com a co-realização da Spcine.

“Procuramos novas maneiras de facilitar a vida dos participantes. Com uma agência oficial, podemos dar mais descontos e benefícios para os interessados em vir para Expocine. Essa foi uma das grandes novidades deste ano, pois tentamos elevar ainda mais o que consideramos nosso padrão de excelência”, afirma Mauri Palos, diretor executivo da Expocine.

Outra inovação do evento foi o credenciamento VIP, um tratamento diferenciado para quem quer curtir o encontro com mais comodidade. (Veja mais na página 66).

Para o próximo ano ainda mais novidades estão programadas e 2016 tem muito que crescer com o apoio dessas e de outras empresas. ■

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

**ESPAÇO/Z**

UMA AGÊNCIA. VÁRIOS SOTAQUES.

RIO DE JANEIRO

SÃO PAULO

BRASÍLIA

PORTO ALEGRE

BELO HORIZONTE

RECIFE

CURITIBA

SALVADOR

[WWW.ESPAÇOZ.COM.BR](http://WWW.ESPAÇOZ.COM.BR)

# PREPARADO PARA AS NOVIDADES?

---

PRODUTOS E SERVIÇOS PARA TODAS AS SALAS DE CINEMA

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

**COMEÇA MAIS UMA EXPOCINE** e agora é hora de ver de perto as novidades que os expositores guardaram a sete chaves para mostrar na convenção. Você encontrará uma diversidade de produtos e marcas que só o terceiro maior evento ligado ao mercado cinematográfico voltado para negócios pode oferecer.

Se surpreenda com os lançamentos e aproveite para tirar suas dúvidas diretamente com os expositores durante os três dias do evento. Se não for possível, guarde este guia e entre em contato com as empresas posteriormente.



PROJETOR DP2K 6E,  
DA BARCO

### BARCO

Lança na Expocine um “bundle” chamado “Barco Cinema Experience”, desenvolvido especificamente para o mercado brasileiro, que possibilitará ao pequeno/médio exibidor ter acesso a tecnologias utilizadas por grandes cadeias exibidoras no mercado mundial. Esse “bundle” consiste em um projetor DP2K 6E ou DP2k 10S, com servidor Alchemy Integrado, processador de Áudio Auro 3D, e sistema 3D Wave da MasterImage. Além disso, mostrará em primeira mão ao mercado brasileiro o projetor DP2K 20C a laser.

A Barco tem um parque instalado de mais de 50.000 projetores de cinema ao redor do mundo

*“Apesar da atual crise, sabemos da demanda e necessidade do mercado exibidor brasileiro e estamos focados em estar aptos a trazer soluções que se adequem ao momento atual”* (Ricardo Ferrari)

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

### BARDAN

Tem parceria com os principais fornecedores de *hardware* e *software* para fornecer soluções na área de cinema. Apresenta novas tecnologias que abrangem aplicações e soluções com base na web.

*“A empresa tem crescido constantemente no compromisso de servir as necessidades exclusivas de nossos clientes de cinema na América do Norte, América Latina e no Caribe. Acreditamos que este show é uma ótima estratégia para o mercado de cinema na América Latina”* (Larissa Silveira)

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

### BIG POC

Destaque para a pipoqueira Gold Medal.

A Big Poc é uma empresa do grupo Mavalério que atua no fornecimento de insumos para preparo de pipocas. Há 15 anos representa no Brasil a Gold Medal, fabricante de pipoqueiras elétricas que é destaque mundial.

*“Esperamos que o evento tenha ainda mais sucesso que no ano passado e temos grandes expectativas em relação à visita de nossos clientes. A cidade de São Paulo precisava de um evento assim e ele está atendendo a sua demanda”* (Alexandre Petroni)

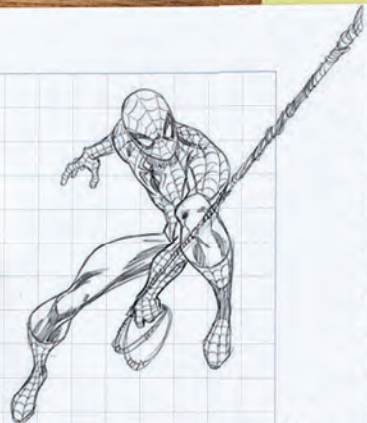
[www.bigpoc.com.br](http://www.bigpoc.com.br)



PIPOQUEIRA GOLD MEDAL,  
COMERCIALIZADA PELA  
BIG POC



Ligar para o atendimento

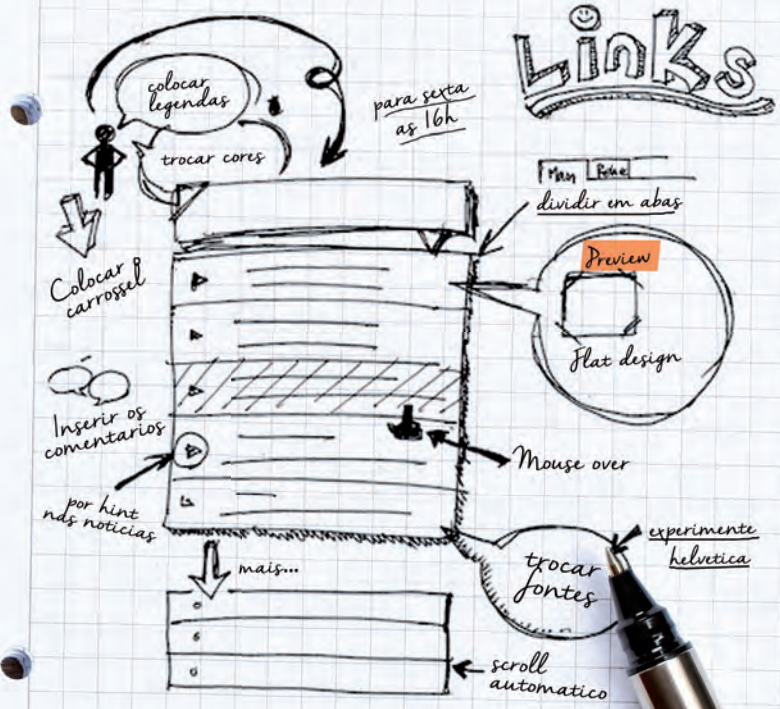


**NÓS VIVEMOS  
CINEMA**



Arte  
Approved

# Projeto #53



**tonks**

www.tonks.com.br

[ WEBSITES . HOTSITES . SISTEMAS . WEBMARKETING ]



### BRAVOLUZ

Nova linha de lâmpadas xênon longa vida.

*“A Bravoluz atende com excelência o mercado cinematográfico, dando ao exibidor a confiança de poder contar com estoque e entrega rápida. O evento é muito importante, tendo em vista que não temos nenhum similar”* (Leonardo Baron)

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

### CETH

Produtos e serviços para tratamento de superfície e higienização a seco.

*“O objetivo é renovar o conceito de higienização a seco e o tratamento de superfícies e a Ex pocine é uma maneira do fornecedor chegar até o cliente de modo mais eficaz. Nossa meta é ser reconhecida como empresa séria e eticamente sustentável, referência em higienização de alta qualidade”* (Everson Mendes)

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

### CHRISTIE

Apresenta linha de *speakers* e amplificadores, o Christie Vive, desenvolvido especialmente para o mercado e que contempla avanços da indústria para som em salas de cinema – a tecnologia de *driver* de fita.

Além disso, trás soluções para Digital Signage como o MicroTiles® e os flat panels. Terá ainda uma sala de cinema montada com equipamentos da linha Vive para som imersivo com a tecnologia Dolby Atmos.

*“Será o melhor momento no segundo semestre para as empresas mostrarem suas novidades, novas tecnologias para o futuro, novas alianças e principalmente para ouvir o mercado individualmente”* (Ricardo La Porta)

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

### CIANORTE

Pipocas Cianorte gourmet (pipocas especiais) nos sabores: avelã, morango, limão siciliano, canela, caramelo, amendoim e castanha de Caju.

Estabelecida desde 1973 em São Paulo, sempre atuou como distribuidora de milho para pipoca, equipamentos e produtos em geral para pipoqueiros, cinemas, circos, quiosques, parques, cantinas escolares, empresas que promovem eventos festivos e entretenimentos em geral.

*“Ótima oportunidade de apresentação para clientes em especial no ramo de snack dos cinemas”* (Amilton Domingues de Andrade)

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

### CINE BRASIL

Em parceria com a Barco, está em uma suíte especial para demonstrar o Digital Signage, serviço integrado que permite interatividade e imersão do cliente desde o momento em que entra no *hall* do cinema.

*“O Digital Signage que estamos oferecendo é um produto Barco, e juntamente com ela vamos apresentar e esclarecer o seu funcionamento. Para isso teremos uma equipe de experts da Cine Brasil, além da equipe Barco Brasil e EUA. Estamos divulgando um modelo acessível a todos os exibidores”* (Claudinei Mascaro)

[www.cinebrasil.co.uk](http://www.cinebrasil.co.uk)





### CINECOLOR

Sistema de distribuição de conteúdos via satélite para os cinemas.

O grupo Cinecolor existe há mais de 25 anos (no Brasil atua desde 1998) e está presente em seis países da América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, México e Peru).

*“O foco deste evento é promover os negócios entre todos os players da indústria e ele oferece uma posição mais relevante para os fornecedores do mercado, que em outros eventos locais são colocados numa segunda linha. Nossa expectativa é fazer novos contatos e consolidar os já existentes” (David Trejo)*

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

### DOLBY

Preparou não apenas um estande, mas também uma suíte (auditório) com uma agenda especial com uma sala de exibição completa com o sistema de áudio imersivo Dolby Atmos, além de outros produtos e tecnologias da empresa.

*“Teremos várias sessões, onde nossos clientes e parceiros poderão sentir todas as dimensões sonoras do Dolby Atmos e o envolvimento que esse áudio imersivo premium proporciona. Também realizaremos sessões de treinamento sobre Dolby Atmos, servidores, processadores de áudio, e tecnologias dos parceiros” (Carlos Watanabe)*

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

### EQUIPOSHOP

O carro-chefe é pipoqueira Mach 5, ideal para produção em grande escala. Destaque ainda para produtos não conhecidos do mercado como o Double Feature (pipoqueira dupla função que faz pipoca e carameliza), o expositor e forno de pizza e o Poppi, um “robozinho” que faz pipoca a ar quente sem óleo.

A empresa está no ramo de vendas de equipamentos para bombonière há 20 anos e é distribuidora exclusiva da Cretors, que inventou a máquina de pipocas há 130 anos.

*“Nosso objetivo é a divulgação da marca junto aos clientes de cinemas, além de muito contato comercial e vendas claro”* (Regina Pavão)

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

### GERTECH

Ênfase em soluções de TEF, links de dados e VOIP.

A empresa é especializada em infraestrutura de rede, CFTV e telefonia. Entre seus serviços, está implementação e reforma de cinemas considerando equipamentos, sistemas de

vendas e os serviços já mencionados acima, bem como suporte e *outsourcing*.

*“O encontro é um marco na história do mercado para o Brasil e América Latina. Pretendemos fechar novos negócios, clientes e parcerias”* (Flávio Lopes)

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

### HARMAN

Apresenta um novo amplificador e formas alternativas de financiamento.

A empresa possui estrutura no Brasil desde junho de 2010, após a aquisição da empresa de alto-falantes Selenium, dando origem à Harman do Brasil. Sua força de trabalho inclui 25 mil pessoas nas Américas, Europa e Ásia e vendas de US\$ 5,9 bilhões dólares durante os últimos 12 meses, encerrados em 31 de março de 2015.

*“Mercado de cinema é muito importante estrategicamente. Os eventos para mercados verticais normalmente são muito bem vistos, pois concentram as pessoas da área e os negócios são mais fortes”* (Rodrigo Kniest)

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

### HIGHLANDS TECHNOLOGIES SOLUTIONS

Apresenta o Cinecardz, o Cineactive e Qalif, soluções que medem a luz e sons nos cinemas.

Fundada em 2002 fornece soluções inovadoras para a indústria do cinema que expande as possibilidades dos equipamentos de cinema digital existente.

*“Pretendemos nos aproximar mais dos exibidores, parceiros técnicos e comerciais nacionais e da América Latina”* (Thomas Farge)



CAIXAS DE SOM PARA CINEMA DA HARMAN

---

## HOTSOUND

Amplificadores digitais e as novas caixas *surround* de alta performance.

É uma empresa 100% brasileira com mais de 25 anos de experiência no segmento de áudio e, desde 1995, vem atuando e desenvolvendo soluções e produtos voltados ao mercado do cinema.

*“Nossa expectativa é aumentar ainda mais nossa presença nesse mercado, podendo divulgar e apresentar nossos produtos de uma forma mais próxima, inclusive para os mercados vizinhos”* (José Roberto Mandro)

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

---

## INORCA

Poltronas para cinema, principalmente os lançamentos do final de 2015.

*“É nossa primeira vez, então esperamos que o evento se torne um grande palco para novas empresas e projetos no Brasil e em toda América Latina. O principal objetivo é expor nossos produtos para o mercado brasileiro e conseguir novos parceiros de negócios”* (Lucia Lasso)

[www.inorca.com/port](http://www.inorca.com/port)

---

## MAXILLUSION

A principal novidade é a tela Silver 3D com UVC (*Ultra Vivid Colors*). Além disso, exibe uma tela perolizada na suíte da Dolby, que é de alta performance em ganho (2.25) e temperatura de cor. Atende ao mercado brasileiro e muito em breve pretende atingir o território latino.

Em 2016 a Maxillusion iniciará a fabricação de telas Silver 3D em formato gigante, com 13,6 m de altura por 30 m de largura.

*“É a melhor oportunidade para encontrar todos os fornecedores do mercado de cinema. Queremos reforçar a imagem da marca para os brasileiros e buscar representantes nos países da América Latina”* (Rhicardo Wanderley)

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



POLTRONAS VIP,  
DA INORCA

---

## NEC

Lançamento do NC1201, projetor a laser para cinema digital padrão DCI.

Com mais de 45 anos de experiência no mercado local, a empresa é subsidiária da NEC Corporation, uma das maiores companhias globais de tecnologia. No mercado de cinema digital a NEC, por meio da NEC Display Solutions, fornece projetores de Cinema Digital desde 2007. No Brasil, o fornecimento é feito desde 2012 pela NEC Latin America.

*“A nossa expectativa é que o segmento de Cinema Digital esteja bem representado e que possamos realizar bons negócios, conhecer novos clientes e oportunidades, a fim de fortalecer a marca NEC presente no segmento de Cinema Digital”* (Wagner Coppede Jr.)

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



PROJETOR LASER  
NC1201, DA NEC

#### NOVAMIDIA

Novos modelos de Totens versão 2016.

Empresa atende o mercado de sinalização digital especializada no mercado de DOOH (*Digital out of Home*) e propagandas interativas.

*“É um evento onde conhecemos as novidades do mundo do cinema e mesmo quem não é da área tem muito a ganhar. Já participamos em 2014 e fizemos contatos com vários clientes e no ponto de vista geral tivemos um ótimo aproveitamento”* (Joo Young)

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

#### OSRAM

Aposta na versão Long Life das lâmpadas de projeção XBO.

É uma das maiores fornecedoras mundiais de produtos e soluções para as mais diversas necessidades – de lâmpadas, reatores, transformadores, módulos de LED a luminárias e sistemas de gerenciamento de iluminação.

*“O objetivo é marcar presença como empresa relevante no mercado, receber nossos clientes em um espaço feito para eles e também mostrar a lâmpada XBO em sua versão Long Life, desenvolvida para ter maior vida útil”* (Everton Mello)

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

#### PRESHOW

Empresa de assessoria comercial, mídia em tela e demais propriedades em cinema, sampling, demonstração de produtos etc.

*“Queremos apresentar de fato a empresa para todo o mercado exibidor”* (Daniela Bruno)

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

#### QUANTA DGT

É integradora na gestão do programa de VPF para digitalização de salas de cinema na América Latina. No Brasil, é responsável pela digitalização de mais de 1070 salas, sendo 750 convertidas para d-cinema nos padrões DCI.

Coordenou e organizou a curadoria de uma sala de workshops na Expocine, que está equipada com o sistema de som Barco Auro e vai contar com diversas empresas do merca-

do que oferecerão aos visitantes um conteúdo diferenciado e de qualidade sobre os segmentos em que atuam.

*“Mais do que apresentar o que a Quanta DGT vem realizando para o parque exibidor nacional, também queremos aproximar os exibidores e demais profissionais do mercado daquilo que estamos oferecendo de agora em diante”* (Suzana Lobo)

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

---

### SANTA CLARA POLTRONAS

Há mais de 20 anos no mercado, é especializada em poltronas e produtos para cinemas, teatros, centros culturais, auditórios corporativos, universidades, igrejas etc.

*“A convenção superou todas as expectativas. Hoje ela é com certeza um marco para o Brasil no seguimento cinema, dando aos seus expositores e visitantes uma ótima oportunidade de negócios e até mesmo de conhecimento do mercado”* (Francisco Silva)

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

---

### SEVERTSON

Telas prateadas 3D dobráveis. Fornece telas junto a Dolby, a Christie, MasterImage e outras.

*“O evento contará com a participação das pessoas certas. Esperamos conhecer e fazer novos contatos”* (Dan Maxwell)

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

---

### SOLUPLEX

Baldes e copos promocionais para pipocas.

A Soluplex é uma empresa brasileira, mas com bastante experiência no mercado Argentino.

*“Queremos trazer uma alternativa de baixo custo e alta qualidade para as cadeias de cinemas do Brasil. Conta com profissionais com mais de 20 anos de experiência no mercado de Cinemas”* (André Junqueira)

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



POLTRONA PREMIUM,  
DA SANTA CLARA  
POLTRONAS

### TONKS

Lança o Tonks FIT, serviço de desenvolvimento de sites para pequenos exibidores.

Presta serviços de consultoria para todo o mercado exibidor, oferecendo desenvolvimento de ferramentas e de serviços que atendam empresas que atuam ou desejam atuar neste nicho de mercado.

*“Esperamos um evento mais elaborado, fazendo com que o mercado se certifique de que sua existência se faz necessária para a saúde do mercado exibidor, mostrando uma ótima sinergia entre os participantes para manter o crescimento que o setor vem apresentando nos últimos anos”* (Wellington Silva)

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

### VOLFONI

Apresenta a SmartCrystal Diamond, SmartCrystal Cinema Horizontal e SmartCrystal Cinema Vertical.

*“A Expocine foi o primeiro show no Brasil que dedicou um lugar para as empresas de equipamentos de cinema. Pretendemos encontrar com os atores da indústria, exibidores, instaladores, com quem a gente trabalha e encontrar novos parceiros”* (Paula Silveira)

[www.volfoni.com/en](http://www.volfoni.com/en)

### WHATSCINE

É uma tecnologia desenvolvida em parceria com a Universidade Carlos III de Madri e a Mais Diferenças, ONG que atua com inclusão de pessoas com deficiência na Educação e Cultura desde 2005.

*“Temos a tecnologia e equipamentos de acessibilidade para cinemas, Whatscine, com características inovadoras (aplicativo móvel, jogos interativos, modelo de implementação flexível que atende a todos os padrões e legislação etc.). Por meio da Mais Diferenças e outras empresas parceiras, produzimos os conteúdos para os filmes”* (Pedro Berti)

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



SMARTCRYSTAL,  
DA VOLFONI

### WINTEX

Monitoramento remoto e gestão integrada de salas de cinema.

Foi criada em junho de 2004. Desde a sua criação, consolidou-se como uma empresa de Trading atuando na gestão de importação de produtos e auxiliando clientes e parceiros na busca de oportunidades de mercado em diversos países. Em julho de 2014, foi adquirida pelos grupos CINEPAR e CES, especializando-se no fornecimento de soluções para o mercado de cinema.

*“É um encontro direcionado, produtivo, com ampla oportunidade para a integração e aproximação entre exibidores, distribuidores e fornecedores de equipamentos para cinema”* (Guilherme Lima)

Completam a lista de expositores: **Alupoli, ANCINE, BNDES, Centauro, Consciência/Videosoft, GDC, Ideal, Ingresso.com, Kelonik, Ladytex, Spcine, Trinno e Ushio.** ■

PREMIER MAGAZINE ON GLOBAL CINEMA THEATRE & MULTIPLEX TECHNOLOGY

# THEATRE WORLD

www.theatreworld.in

Published by **NETWORK208**



## MOVIES RE-ENGINEERED AT THEATRES!

Movie makers engineer the movies and theatres re-engineer them to exhibit better! Enhance knowledge about cinema with TheatreWorld, your personal Cinema digest which will enable you to understand technology and the overall theatre business. Know everything about international brands, manufacturers and the cinema exhibition market with bi-monthly TheatreWorld magazine.

TheatreMagic section is a dedicated section in TheatreWorld, which speaks about Indian Cinema exhibition and all its happenings.

✉ [raghav@network208.com](mailto:raghav@network208.com)

☎ +91 9980 208 208

🌐 [theatreworld.in](http://theatreworld.in)   [f /theatreworld.in](https://www.facebook.com/theatreworld.in)   [in /in/raghavendrat](https://www.linkedin.com/company/theatreworld)



CIRCULATED MAGAZINE ACROSS THE GLOBE FOR CINEMA EXHIBITION INDUSTRY (PRINT & ONLINE)

Meet TheatreWorld at -



A G U A R D E M . . .

# EXPOCINE

16, 17 E 18 DE NOVEMBRO/16

N O S V E M O S L Á !

EXPOCINE.COM.BR