

R E V I S T A

# EXIBIDOR

ANO V - Nº 20 | FEVEREIRO/2016

## EXECUTIVAS DA EXIBIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

AS MULHERES DE DESTAQUE QUE FAZEM PARTE DO MERCADO NACIONAL DE CINEMA

### MARKETING

CONTEÚDOS DIFERENTES SOB UM NOVO OLHAR DAS DISTRIBUIDORAS

### VPF

MERCADO AVALIA UM ANO DE ACORDO ATIVO

### ENTREVISTA

EXECUTIVA DA UNIFRANCE FALA DO CINEMA FRANCÊS NO BRASIL

Na Paramount Pictures, diversão  
é a tendência do momento.



# ZOOLANDER 2

10 DE MARÇO NOS CINEMAS



**Afinal, bons filmes sempre estão na moda.**

Baixe os trailers DCP no:  
**ParamountExibidor.com.br**

 /paramountbrasil  /paramountbrasil  /paramountintl

**paramountpictures.com.br**



# EDIÇÃO DE LUTO

A **INDÚSTRIA DE EXIBIÇÃO** e distribuição conhece, em sua maioria, quem vos escreve e de quem fui filho. E este editorial que sempre escrevi foi para dizer do crescimento, responsabilidade e imparcialidade desta revista e de todos os seus canais de informação.

Mas desta vez, infelizmente, tenho que documentar a minha despedida para quem começou isso tudo, lá atrás, como uma criança que trocava sucata por uns trocados para poder comprar ingresso para uma matinê no agreste pernambucano.

Se não fosse a paixão pelo cinema do famoso “seu” Eli e sua insistência em viver e ganhar a vida com essa indústria, eu, seu filho caçula de três que teve, não teria fundado a Tonks, a Revista Exibidor, a Expocine e todos os produtos e projetos sempre em prol da indústria de exibição e distribuição cinematográfica.

“Seu” Eli deixa a você, leitor, uma saudade imensurável, assim como para toda a indústria. Mas para mim, deixa um vazio imenso que ultrapassa as barreiras entre pessoal e profissional.

A pauta da matéria de capa – as mulheres na nossa indústria – foi desenvolvida meses antes do falecimento do meu pai que, por coincidência, sempre quis homenageá-las de alguma forma. Portanto, dedico esta matéria de capa para o “seu” Eli, que sempre respeitou e reverenciou a mulher em todas suas conquistas.

Também incluímos, de última hora, um encarte em homenagem ao nosso grande líder da indústria, assim como as matérias sobre um ano após a implantação do VPF, estratégias diferenciadas de lançamentos pelas distribuidoras, manutenção de revestimentos e, claro, a cobertura de como foi o Prêmio ED 2015, evento fundado e idealizado pelo “seu” Eli e um dos últimos eventos do setor que contou com a sua presença.

E enquanto esta edição estava sendo finalizada, recebemos mais uma triste notícia, o falecimento de outro grande executivo do mercado: José Maria Oliveira, fundador da Espaço/Z e colaborador de longa data da Revista Exibidor.

Como vemos, “seu” Eli e “Zé Maria” sempre estiveram diretamente ou indiretamente ligado a muitas frentes. Agora, é nossa obrigação seguir e evoluir o legado que eles deixaram.

Tenham uma boa leitura e nos vemos em maio com a próxima edição. Até lá, não deixem de nos visitar diariamente no Portal Exibidor.

Um fraterno abraço,

MARCELO J. L. LIMA

DIRETOR E EDITOR CHEFE DA REVISTA EXIBIDOR

## EXPEDIENTE

EDIÇÃO E DIREÇÃO  
Marcelo J. L. Lima

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

PROJETO GRÁFICO  
E DIREÇÃO DE ARTE  
Raphael Grizilli

REVISÃO  
Vanessa Vieira

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

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

COLABORADORES  
Igor Kupstas, Marcos Bitelli,  
Marcos Tavorari, Omelete, Espaço/Z

IMPRESSÃO  
Vox Editora  
www.voxeditora.com.br  
Tiragem de 2000 exemplares

FECHAMENTO DESTA EDIÇÃO  
28/01/2016

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

A Revista Exibidor é uma publicação  
trimestral da:

**tonks**  
www.tonks.com.br

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

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

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



**primepass™**  
ENTRETENIMENTO ILIMITADO

DISPONÍVEL EM:



# DESCUBRA A NOVA FORMA DE IR AO CINEMA



## +Frequência +Receita +Moviegoers

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

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

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

Promova, Personalize, e Impulsione seu conteúdo sem limites.

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



## EMPRESAS CITADAS NESTA EDIÇÃO

**A**

ALCAZAR

**B**

BARCO

BIG POC

BNDES

BOULEVARD SHOPPING

BONFILM

**C**

CALIFORNIA FILMES

CANZIÓN FILMES

CENTERPLEX

CETH

CHINESE THEATER

CHRISTIE

CINE 14 BIS

CINEART

CINE COLÔMBIA

CINEFLIX

CINE LÚMINE

CINEMA DO BRASIL

CINEMARK

CINEMEX

CINE PLANET

CINEPLEX

CINEPLUS

CINÉPOLIS

CINESTAR

CINESYSTEM

CINE UNIDOS

CNC

COCA-COLA

COMIC CON EXPERIENCE  
2015

CONDOR FILMES

**D**

DIAMOND FILMS

DISNEY

DOLBY

DOWNTOWN FILMES

**E**

ESPAÇO ITAÚ

ESPM

EXPOCINE

**F**

FAAP

FACEBOOK

FAMA FILMES

FLIX MEDIA

FORD MOTOR COMPANY

FOX FILM

FOX/WARNER

FUNDAÇÃO ROBERTO  
MARINHO**G**

GDC

GNC

GRUPO ESTAÇÃO

**H**

HOYTS GENERAL CINEMA

**I**

IBM BRASIL

IMAX

IMOVISION

INDUSTRIAS IDEAL

ITAUTEC

**J**

JACTOCLEAN

**K**

KINOPLEX

KMC

**L**

LADY REVESTIMENTOS

LOW CINEPLEX

LUMIÈRE CINEMA

**M**

MARVEL

MASTERIMAGE

MCCANN-ERICKSON

MOVIECOM

**O**

O2 FILMES

OUTRAS TELAS

**P**

PALACIO

PANDORA FILMES

PARAMOUNT

PARIS FILMES

PARISINA

PLAN B

PLAYARTE

PRIMEPASS

PRÉ-SHOW

PUBLICIS NORTON

**R**

QUANTA DGT

**R**

RESERVA CULTURAL

REX

RMB

**S**

SANTA CLARA POLTRONAS

SÃO LUIZ DE CINEMAS

SEATING CONCEPTS

SEECESP

SONY

SUL AMÉRICA SEGUROS

SYNOPSIS SOLUÇÕES

**T**

TELECOM ITALIA

THE JONATHAN ROSS  
SHOWTHE HOLLYWOOD  
REPORTER

TONKS

TV GLOBO

**U**

UNIVERSAL

UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO DE JANEIRO**V**

VARIETY

**V**

WARNER BROS.

**X**

XEROX DO BRASIL

**Y**

YOUTUBE

## EMPRESAS ANUNCIANTES NESTA EDIÇÃO

BARCO

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

CENTAURO

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

CHRISTIE

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

CINEMARK

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

DOLBY

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

ESPAÇO/Z

[www.espaco.z.com.br](http://www.espaco.z.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)

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)

PRIMEPASS

[www.primepass.club](http://www.primepass.club)

USHIO

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

**ERRATA** Diferentemente do que foi publicado na edição 19, o nome correto do diretor comercial da Kinomaxx é ADRIANO NORBERTO e não Pereira.

# INGRESSO.COM: O DESPERTAR DA INOVAÇÃO



2016: UM ANO QUE VAI ENTRAR PARA A HISTÓRIA  
**EMBARQUE NESSA EVOLUÇÃO**

UMA PRODUÇÃO



EM BREVE NOS CINEMAS

FEVEREIRO 2016

# SUMÁRIO

CAPA |

**EXECUTIVAS DE DESTAQUE NO  
MERCADO DA EXIBIÇÃO  
E DISTRIBUIÇÃO DE CINEMA**

38

NOTÍCIAS | 10

Giro pelo mercado

INFOGRÁFICO | 16

Seis filmes baseados em HQ's chegam aos cinemas em 2016

CLAQUETE.COM | 18

Novidades do cinema

ENTREVISTA | 22

Executiva fala da importância do Brasil para o cinema francês

VPF | 26

Após um ano de acordo ativo, mercado avalia o processo de implantação

ARTIGO POLÍTICA | 30

Sistema de Controle de Bilheteria é burocracia ou oportunidade?

REVESTIMENTOS | 34

As novidades de materiais e higienização para cinema

ARTIGO EXIBIÇÃO | 48

A experiência da exibição "Roadshow"

DISTRIBUIÇÃO | 50

Inovações de distribuidoras lançam novo olhar a conteúdos

PRÊMIO ED | 54

Destaques e homenagens da edição de 2015

AGENDA | 58

Próximos lançamentos

TRAJETÓRIA | 60

Os 90 anos da Industrias Ideal

ARTIGO LEGISLAÇÃO | 62

Uma visão jurídica do SCB da ANCINE

# PORTAL EXIBIDOR

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

## REVESTIMENTOS | 34

As novidades de materiais e higienização para cinema

PORTAL

EXIBIDOR

## TEMPORADA DE PREMIAÇÕES

Começou a temporada de premiações no cinema. A Fox foi o destaque no Globo de Ouro ([tonk.es/globodeouro2016](http://tonk.es/globodeouro2016)), no Bafta ([tonk.es/bafta2016](http://tonk.es/bafta2016)) e foi a distribuidora que recebeu mais indicações ao Oscar ([tonk.es/indicadososcar2016](http://tonk.es/indicadososcar2016)). Já a Warner foi a mais premiada no Critic's Choice Awards ([tonk.es/choiceawards2016](http://tonk.es/choiceawards2016)). As próximas premiações incluem o SAG e o Oscar. Fique de olho no Portal Exibidor.

## CCXP 2015

A Comic Con Experience 2015 surpreendeu não só pelo tamanho, mas também pelas ações e apresentações envolvendo os estúdios como ativações, exibições inéditas e entrevistas com diretores, elenco e equipes de produção. Confira em [tonk.es/ccxp2015](http://tonk.es/ccxp2015).

## 2 MIL PESSOAS NA EXPOCINE

A Expocine recebeu mais de 2 mil pessoas entre executivos e profissionais do mercado, o que a torna, sem dúvida, a maior convenção do seu segmento na América Latina com 600 credenciados a mais do que em sua primeira edição. (Reveja a cobertura completa do evento em: [exibidor.com.br/expocine](http://exibidor.com.br/expocine))

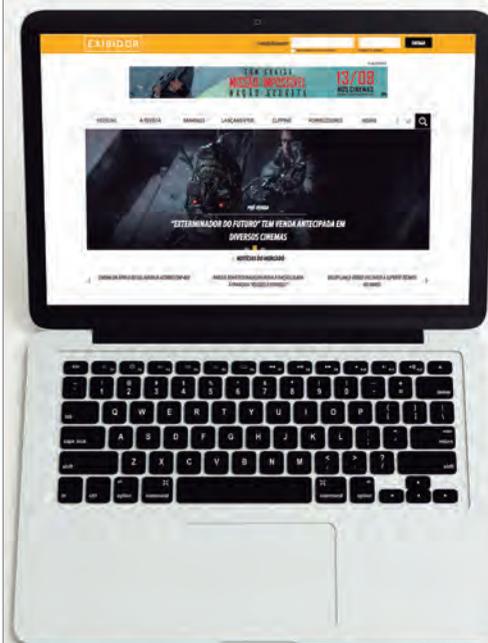


@RevistaExibidor



/RevistaExibidor

WWW.EXIBIDOR.COM.BR



ASSINE JÁ.  
APENAS R\$ 15,90/MÊS

EXIBIDOR

WWW.EXIBIDOR.COM.BR

## PRIMEIRA SALA ESCAPE NA ÁSIA



©DIVULGAÇÃO

A Barco e a China Film Group (CFG) anunciaram a instalação de sua primeira sala Barco Escape, cinema panorâmico com três telas, da Ásia no Changping AEON Cineplex, em Pequim (China), uma das maiores unidades do grupo CFG. Uma segunda sala foi aberta no CFG's United Square Cineplex, em Xangai.

O formato foi apresentado ao público com o filme **Maze Runner: Prova de**

**Fogo** (*Maze Runner: Scorch Trials*), distribuído pela Fox, que ficou no 1º lugar nas bilheteiras da China.

“A CFG é líder na indústria de cinema e estamos empolgados em fortalecer nosso relacionamento com a empresa por meio da apresentação desta experiência imersiva ao público da China”, disse Todd Hoddick, CEO da Barco Escape.

## CINEMARK ABRE COMPLEXO EM VARGINHA (MG)

A Cinemark inaugurou um complexo com capacidade para 800 espectadores em Varginha, no sul de Minas Gerais, a 318 km de Belo Horizonte. O novo espaço, instalado no Via Café Garden Shopping conta com quatro salas, todas com tecnologia 3D.

“Estamos muito felizes em abrir o sexto complexo da Cinemark no estado de Minas Gerais. A população de Varginha ganha agora uma opção de entretenimento com o que há de melhor em matéria de exibição”, ressalta Bettina Boklis, diretora de marketing da Rede.

Com a inauguração a Cinemark alcança a marca de 78 complexos em todo o Brasil.

## CENTERPLEX CONTINUA PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO



©DIVULGAÇÃO

A Centerplex está modernizando suas unidades, que já contou com a reinauguração dos cinemas de Poços de Caldas (MG), Maceió (AL) e Caraguatatuba (SP).

Na unidade da capital de Alagoas, por exemplo, a exibidora instalou totens para autoatendimento, numeração das poltronas e sistema que integra a compra do ingresso e da pipoca. Além disso, o cinema também recebeu um novo *layout* em seu *lobby*.

A rede conta com 14 complexos e 54 salas abertas ao redor do País com forte atuação no nordeste e interior de São Paulo.

# MUSEU DO RIO TEM FILME IMERSIVO EM 360 GRAUS

©DIVULGAÇÃO



O Museu do Amanhã, aberto recentemente no Rio de Janeiro (RJ), tem logo em sua entrada um filme imersivo, produzido pela O2 Filmes por meio do núcleo Outras Telas, projetado em um grande domo esférico. “A ideia é que o filme coloque o visitante em um outro estado de espírito, tire-o da Praça Mauá e ajude-o a baixar o batimento cardíaco e mudar a frequência cerebral”, diz o diretor Fernando Meirelles.

Por conta do desafio de produzir um filme imersivo, hoje a O2 tem feito outros projetos em realidade virtual para o mercado. “Depois desta experiência a empresa virou uma outra produtora. É um destes trabalhos que marcam nossa vida profissional”, finaliza Fernando Meirelles.

## PRIMEPASS PODE SER NOVO CANAL DE VENDAS PARA EXIBIDORES

Passado o período de testes ([tonk.es/appprimepass](http://tonk.es/appprimepass)), o PrimePass, serviço de assinatura online para acesso a diversos tipos de entretenimento digital, funciona como uma “assinatura de assinaturas” e pretende lançar produtos ligados também à música e ao VOD – Video On Demand. Entre as principais alterações no serviço está o fato de que o exibidor receberá o valor cheio de cada ingresso vendido.

O **Portal Exibidor** esteve na coletiva de lançamento do conceito de “passe ilimitado” e, no evento, Juan Balmaceda, diretor da empresa, explicou que esse conceito ainda não havia sido utilizado comercialmente no País e, para aproveitar essa oportunidade, o primeiro tipo de assinatura lançado pela empresa foi o passe para cinema.

Como o PrimePass não dependerá mais de uma parceria direta com exibidores, passa a funcionar por meio de cartões que utilizarão a rede MasterCard. Entre os principais motivos da mudança está o fato de que ela garante que o exibidor receba o valor cheio do ingresso.

Entenda melhor em: [tonk.es/primepass2016](http://tonk.es/primepass2016).

## MAIS UM CINEMA NO AMAPÁ

©DIVULGAÇÃO



O Cine Imperator abriu em dezembro um cinema no Vila Nova Shopping, em Macapá (AP), com duas salas, uma com capacidade para 115 e outra para 80 pessoas. O complexo conta com projetores das marcas Barco e Christie, som imersivo, *lounge* para espera e sala híbrida com poltronas normais e premium. As salas prestam homenagem a cinemas que marcaram época na cidade (Sala 1 – João XXIII e Sala 2 – Veneza).

Com a inauguração, a rede passa a contar com dois complexos de duas salas cada no Estado.

Para Jack Silva, diretor e proprietário, o novo cinema é de extrema importância para a região, pois “abre as portas para a expansão da rede, tendo em vista que os investimentos anteriores foram todos voltados para a tecnologia digital e não em infraestrutura”.

Macapá conta hoje com quatro empresas de exibição (Cine Imperator, Cine Macapá, Cinépolis Garden e Moviecom), totalizando 19 salas.

# TECNOLOGIA IMAX CHEGA A MINAS GERAIS

©DIVULGAÇÃO



A Rede Cineart e o Boulevard Shopping (BH) inauguraram em parceria a primeira sala IMAX de Minas Gerais. Juntas, as empresas investiram 1,5 milhão de dólares.

A sala 6 do Multiplex, que conta com 250 lugares e tela de 211 m<sup>2</sup>, foi aberta com a exibição de **Star Wars: Episódio VII – O Despertar da Força** (*Star Wars: Episode VII – The Force Awakens*) e já em seu primeiro final de semana obteve 100% de taxa de ocupação.

Para o gerente geral da exibidora, Lúcio Otoni, o lançamento acompanha o pioneirismo da Rede. “Fomos pioneiros na inauguração dos cinemas de rua da Capital e em trazer o cinema para dentro dos shoppings, no formato multiplex. Também inovamos ao lançar a primeira sala *premium* de Minas, entre outras inovações. E essa é outra novidade que, sem dúvida, irá surpreender os amantes do cinema. Investimos 1,5 milhão de dólares para implantar e utilizar a tecnologia IMAX com exclusividade em Minas e o Boulevard Shopping é o nosso grande parceiro nesse projeto, por sua visão e posicionamento”, explica.

## CHRISTIE COMEMORA VENDAS-RECORDE DE PROJETOR DIGITAL

Após iniciar em outubro o transporte para a China de seu projetor digital, CP2208, a Christie anuncia que teve vendas-recorde do produto no país.

Ao todo foram mais de 500 projetores, o que representa uma venda quatro vezes maior do que a realizada por uma concorrente no mesmo período e território, segundo a Christie.

Apesar do transporte do projetor só ter começado em outubro, a primeira venda teria acontecido em agosto para a Beijing International Radio, TV & Film Exhibition (BIRTV). O Christie CP2208 é um projetor para salas com telas menores do que 35 pés ou 10,6 metros.

## CINEFLIX VÁRZEA GRANDE (MT) TEM SEIS SALAS

A Cineflix abriu, em meados de novembro, um novo complexo em Várzea Grande (MT) com seis salas de cinema e capacidade total para 986 espectadores.

Essa é a 14ª unidade da empresa no País, sendo as demais localizadas em quatro Estados (São Paulo, Paraná, Goiás e Rio Grande do Sul) e no Distrito Federal.

A rede prevê inaugurações ainda este ano em: São Paulo (SP) – Cantareira Norte Shopping, Londrina (PR) – Auroara Shopping, Goiânia (GO) – Aparecida de Goiânia, Sumaré (SP) – Park City Shopping, Passo Fundo (RS) – Shopping Bella Città.

# DOLBY ATMOS<sup>®</sup>

**SOM IMERSIVO QUE TE ENVOLVE POR COMPLETO,  
INCLUSIVE SOBRE SUA CABEÇA**

DREAMWORKS  
**KUNG FU  
PANDA  
3**

**SOMENTE NOS CINEMAS**



KungFuPanda.com.br  
#KungFuPanda3

**3 DE MARÇO NOS CINEMAS EM 3D**  
TAMBÉM EM 2D

DREAMWORKS  
ANIMATED  
Kung Fu Panda 3 is a DreamWorks Animation production. All Rights Reserved.

© 2016 DOLBY DIGITAL. A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA: PROPRIEDADE DA FOX. SOMENTE PARA USO PROMOCIONAL. VENDA, DUPLICAÇÃO OU QUALQUER OUTRO USO DESTA MATERIAL É ESTRITAMENTE PROIBIDO.



dublado por  
**MARCELO MARROM**



dublado por  
**SAMANTHA SCHMUTZ**



dublado por  
**ROBSON NUNES**

**MARLON WAYANS**  
**50 TONS**  
*de* **PRETO**

FIFTY SHADES OF BLACK

**3 DE MARÇO**  
**NOS CINEMAS**

IM GLOBAL

bAby wAy

INGENIOUS

© 2015 FIFTY SHADES PRODUCTIONS, LLC.  
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.

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



VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME

UMA AVENTURA TAMANHO FAMÍLIA



# NORM

E

# OS INVENCÍVEIS

NORM OF THE NORTH

31 DE MARÇO NOS CINEMAS



ASSEMBLAGE



TM & © 2015 Norm Holdings, LLC. Todos os direitos reservados.

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

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA DO FILME



# HERÓIS NO CINEMA EM 2016

Este ano que está começando agora promete ficar para sempre nas mentes dos geeks ao redor do mundo. Seis grandes filmes adaptarão histórias em quadrinhos para as telas do cinema, sendo que dois deles nunca foram vistos antes (Esquadrão Suicida e Doutor Estranho) e o outro (Deadpool) era melhor não ter visto. E ainda temos os combates de Batman Vs. Superman e Capitão América contra Homem de Ferro na Guerra Civil que prometem estremecer a DC e a Marvel nos cinemas. Como dizemos no Omelete: **Que ano para ser nerd!**

POR MARCELO FORLANI – SÓCIO-FUNDADOR DO OMELETE | ILUSTRAÇÃO THOBIAS DANELUZ

## DEADPOOL

- **QUANDO ESTREIA:** 11 DE FEVEREIRO
- **PRIMEIRA HQ:** THE NEW MUTANTS #98 (FEV/1991)
- **NOS CINEMAS:** PARTICIPAÇÃO NO FILME DO WOLVERINE, MAS EM UMA VERSÃO COMPLETAMENTE DIFERENTE DESTA QUE VEMOS AGORA
- **QUANTO JÁ FEZ:** PRIMEIRO FILME SOLO, MAS X-MEN ORIGENS: WOLVERINE FEZ US\$ 373 MILHÕES NO MUNDO

## BATMAN VS SUPERMAN

- **QUANDO ESTREIA:** 24 DE MARÇO
- **PRIMEIRA HQ:** SUPERMAN - ACTION COMICS #1 (JUNHO/1938); BATMAN - DETECTIVE COMICS #27 (MAIO/1939)
- **NOS CINEMAS:** BATMAN JÁ ESTEVE EM SETE FILMES E O SUPERMAN EM SEIS, MAS ESTA É A PRIMEIRA VEZ QUE OS MAIORES HERÓIS DA DC ESTARÃO REUNIDOS
- **QUANTO JÁ FEZ:** SUPERMAN: US\$ 1.5 BILHÃO; BATMAN: US\$ 3.7 BILHÕES;

## CAPITÃO AMÉRICA GUERRA CIVIL

- **QUANDO ESTREIA:** 28 DE ABRIL
- **PRIMEIRA HQ:** CAPTAIN AMERICA COMICS #1 (MARÇO/1941)
- **NOS CINEMAS:** DEPOIS DE DOIS FILMES SOLO E DOIS JUNTO COM OS VINGADORES, O CAPITÃO AMÉRICA VAI ENFRENTAR O HOMEM DE FERRO - E NADA MAIS SERÁ COMO ANTES NO UNIVERSO MARVEL!
- **QUANTO JÁ FEZ:** US\$ 4 BILHÕES - CONTANDO OS DOIS FILMES DOS VINGADORES





# X-MEN APOCALIPSE

- **QUANDO ESTREIA:** 19 DE MAIO
- **PRIMEIRA HQ:** THE X-MEN #1 (SETEMBRO/1963)
- **NOS CINEMAS:** JÁ FORAM CINCO FILMES DO GRUPO MUTANTE ATÉ AGORA E NÃO HÁ PREVISÃO DE QUE O FIM ESTÁ PRÓXIMO. QUE BOM, POIS AS HQS AINDA TÊM ÓTIMAS HISTÓRIAS QUE PODEM IR PARA OS CINEMAS.
- **QUANTO JÁ FEZ:** US\$ 2.2 BILHÕES (NÃO CONTANDO FILMES DO WOLVERINE)

# ESQUADRÃO SUICIDA

- **QUANDO ESTREIA:** 4 DE AGOSTO
- **PRIMEIRA HQ:** APESAR DE UMA VERSÃO NA ERA DE PRATA (1959), O FILME VAI SE APROXIMAR MAIS DA VERSÃO MODERNA, QUE SURTIU EM LEGENDS #3 (1987)
- **NOS CINEMAS:** TIRANDO O CORINGA (JARED LETO), OS OUTROS PERSONAGENS VÃO APARECER PELA PRIMEIRA VEZ NO CINEMA NO TERCEIRO FILME DO UNIVERSO DC DOS CINEMAS, DEPOIS DE HOMEM DE AÇO E BATMAN VS. SUPERMAN
- **QUANTO JÁ FEZ:** PRIMEIRA APARIÇÃO

# DOCTOR ESTRANHO

- **QUANDO ESTREIA:** 3 DE NOVEMBRO
- **PRIMEIRA HQ:** STRANGE TALES #110 (JULHO/1963)87)
- **NOS CINEMAS:** INTERPRETADO POR BENEDICT CUMBERBATCH, O SHERLOCK DA SÉRIE DA BBC E KHAN EM STAR TREK ALÉM DA ESCURIDÃO, O FILME VAI MARCAR O INÍCIO DO UNIVERSO MÁGICO DENTRO DOS FILMES DA MARVEL
- **QUANTO JÁ FEZ:** PRIMEIRA APARIÇÃO

INFOGRÁFICO DESENVOLVIDO POR

# omelete

## DIRETOR DE “STAR WARS: EPISÓDIO IX” PROMETE REVELAR INFORMAÇÕES SOBRE PERSONAGEM REY



©DIVULGAÇÃO

Os fãs da saga Star Wars que ficaram com muitas dúvidas sobre a origem da personagem Rey em **Star Wars: Episódio VII – O Despertar da Força** (*Star Wars: Episode VII – The Force Awakens*) podem comemorar. Em entrevista ao Entertainment Tonight, o diretor de **Star Wars: Episódio IX** (*Star Wars: Episode IX*), Colin Trevorrow, disse que o longa terá muitas informações sobre a personagem vivida por Daisy Ridley.

Segundo o diretor, que também dirigiu **Jurassic World: O Mundo dos Dinossauros** (*Jurassic World*), a protagonista do primeiro filme da nova trilogia merece receber todos os esclarecimentos. “Temos que nos certificar que as respostas serão profundamente satisfatórias. As respostas parecem estar em algo que aconteceu há muito tempo e vamos contar o que aconteceu”, afirmou.

**Star Wars: Episódio IX** tem previsão de lançamento em maio de 2019.

## MICHAEL CAINE NÃO PRETENDE SE APOSENTAR

Em participação ao The Jonathan Ross Show, Michael Caine (**Batman – O Cavaleiro das Trevas**, *The Dark Knight*, 2008; e **Miss Simpatia**, *Miss Congeniality*, 2000) disse que não deseja se aposentar do cinema.

O ator de 83 anos e vencedor de 2 prêmios Oscar afirmou: “Você não se aposenta do cinema, o cinema que se aposenta de você. Se você não tiver sorte, isso acontece no seu primeiro filme. Quase aconteceu comigo, então por isso você tem que ir insistindo”, declarou.

Caine está no elenco de **Juventude** (*Youth*), comédia dramática com Harvey Keitel e Rachel Weisz que chega aos cinemas em breve.

## JUAN ANTONIO BAYONA ABANDONA DIREÇÃO DE “GUERRA MUNDIAL Z 2”

O diretor espanhol Juan Antonio Bayona, de **O Orfanato** (*El Orfanato*, 2007) e **O Impossível** (*The Impossible*, 2011), não dirigirá mais a sequência de **Guerra Mundial Z** (*World War Z*, 2012), longa estrelado por Brad Pitt.

O motivo seria a pressa em que a Paramount e a Plan B têm em lançar o longa em 9 de junho de 2017, mas Bayona gostaria de finalizar seu projeto **A Monster Calls** (sem título em português) antes de trabalhar no filme sobre os zumbis.

“Bayona não será capaz de filmar **Guerra Mundial Z 2** (*World War Z 2*) neste ano e a nossa ambição é de realizar o longa rápido. Ele é um grande diretor e desejamos trabalhar com ele em breve”, anunciou a Paramount em comunicado à imprensa.

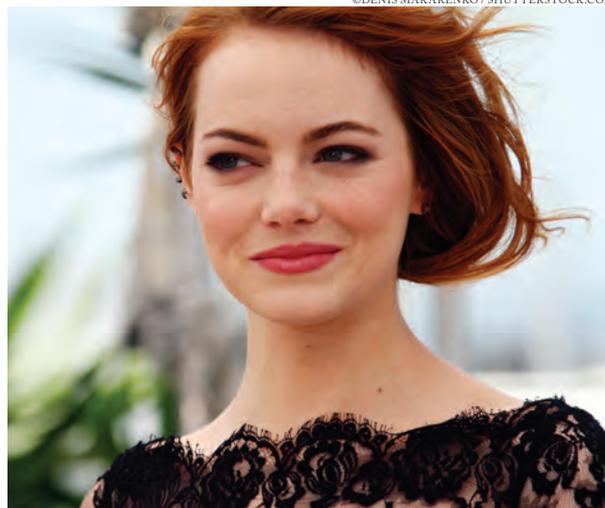
## EMMA STONE PODE SER CRUELLA DE VIL NOS CINEMAS

A atriz Emma Stone (*Amor a Toda Prova*, *Crazy, Stupid, Love*, 2011) poderá interpretar Cruella De Vil, a vilã da popular animação *101 Dálmatas*, em um novo longa-metragem.

Segundo o *The Hollywood Reporter*, a atriz está em negociação com a Disney para atuar na produção que contará a origem, os segredos e como Cruella se tornou obcecada por peles de animais.

A produção ainda não tem diretor, mas o roteiro será assinado por Kelly Marcel (*Cinquenta Tons de Cinza*, *Fifty Shades of Gray*). A estratégia do estúdio é criar *spinoffs* em imagem real das vilãs dos contos clássicos da Disney.

O personagem apareceu nas animações da Disney *101 Dálmatas* (*101 Dalmatians*, 1961) e *101 Dálmatas 2* (*101 Dalma-*



©DENIS MAKARENKO / SHUTTERSTOCK.COM

*tians 2*, 2003) e esteve nos cinemas em *live action* com *Os 101 Dálmatas* (*101 Dalmatians*), de 1996, e *Os 102 Dálmatas* (*102 Dalmatians*), de 2000. Nas versões para o cinema, o papel foi interpretado por Glenn Close (Albert Nobbs).

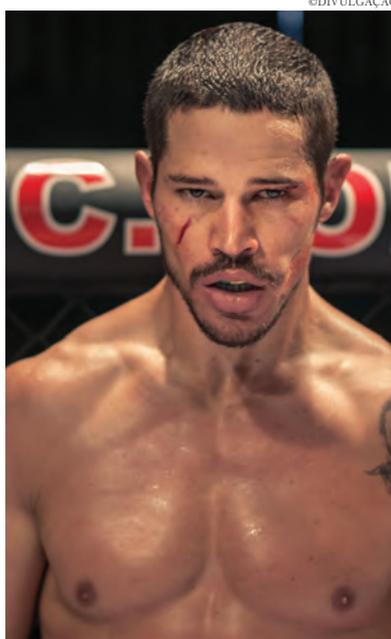
## LANÇAMENTO DE FILME SOBRE LUTADOR JOSÉ ALDO É ADIADO

A Downtown e a Paris Filmes decidiram adiar o lançamento de *Mais Forte que o Mundo – A História de José Aldo*.

O longa chegaria aos cinemas em 14 de janeiro, porém o lutador foi derrotado por Conor McGregor em apenas 13 segundos em sua última luta. Como toda a campanha de marketing do filme estava preparada para divulgar José Aldo ainda como o Campeão Peso Pena do UFC, as distribuidoras optaram por cancelar a estreia para não afetar a bilheteria.

O longa deve estrear em 26 de maio, segundo a Paris Filmes.

*Mais Forte que o Mundo – A História de José Aldo* é baseado na vida do lutador José Aldo, sua trajetória e como chegou ao MMA.



©DIVULGAÇÃO

## GUILLERMO DEL TORO DESMENTE BOATOS DE CANCELAMENTO DE “CÍRCULO DE FOGO 2”

O diretor e produtor Guillermo del Toro negou que a sequência de *Círculo de Fogo* (*Pacific Rim*, 2013) teria sido cancelada e afirmou que o longa “está acontecendo”.

Por meio de mensagem em sua conta no Twitter, del Toro desmentiu os boatos. “Círculo de Fogo 2’ cancelado? Não acredite em tudo que você lê. Ele ainda está acontecendo e eu vou permanecer no projeto de uma forma ou de outra”, disse.

A Universal tirou o longa de seu calendário de estreias, mas a produção deve ser retomada em alguns meses.

SEU ELI,  
AQUI TAMBÉM  
TEM CINEMA!

ENTÃO VAMOS LOGO,  
ZÉ MARIA. A SESSÃO  
JÁ VAI COMEÇAR!



VOCÊS FARÃO FALTA.

**tonks** ESPAÇO/Z

Vem aí o evento  
mais charmoso do mercado.

ESPAÇO/Z  
APRESENTA



# SHOW DE INVERNO

CAMPOS DO JORDÃO | 2016

---

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

# UNIFRANCE: UMA PONTE ENTRE O BRASIL E O CINEMA FRANCÊS

EXECUTIVA COMENTA ATUAÇÃO MUNDIAL DA ENTIDADE E A RELEVÂNCIA DO BRASIL PARA A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA FRANCESA

POR VANESSA VIEIRA | FOTO DIVULGAÇÃO

O CINEMA FRANCÊS já é reconhecido mundialmente e alguns de seus diretores são lembrados pelo público há gerações como George Méliès, François Truffaut e Jean-Luc Godard. Mas o mercado cinematográfico da França é igual a qualquer outro: precisa de promoção, novidades e bilheteria, ou seja, precisa de atenção constante.

Com esse objetivo de promover o cinema local em outros países, a UniFrance foi criada em 1949, na França. Desde então, a entidade realiza estudos em âmbito mundial e desenvolve seu banco de dados com cada vez mais informações sobre filmes e profissionais do setor. Além disso, a UniFrance também apoia eventos e ajuda produtores e outros profissionais a entrar em contato com o mercado mundial de cinema.

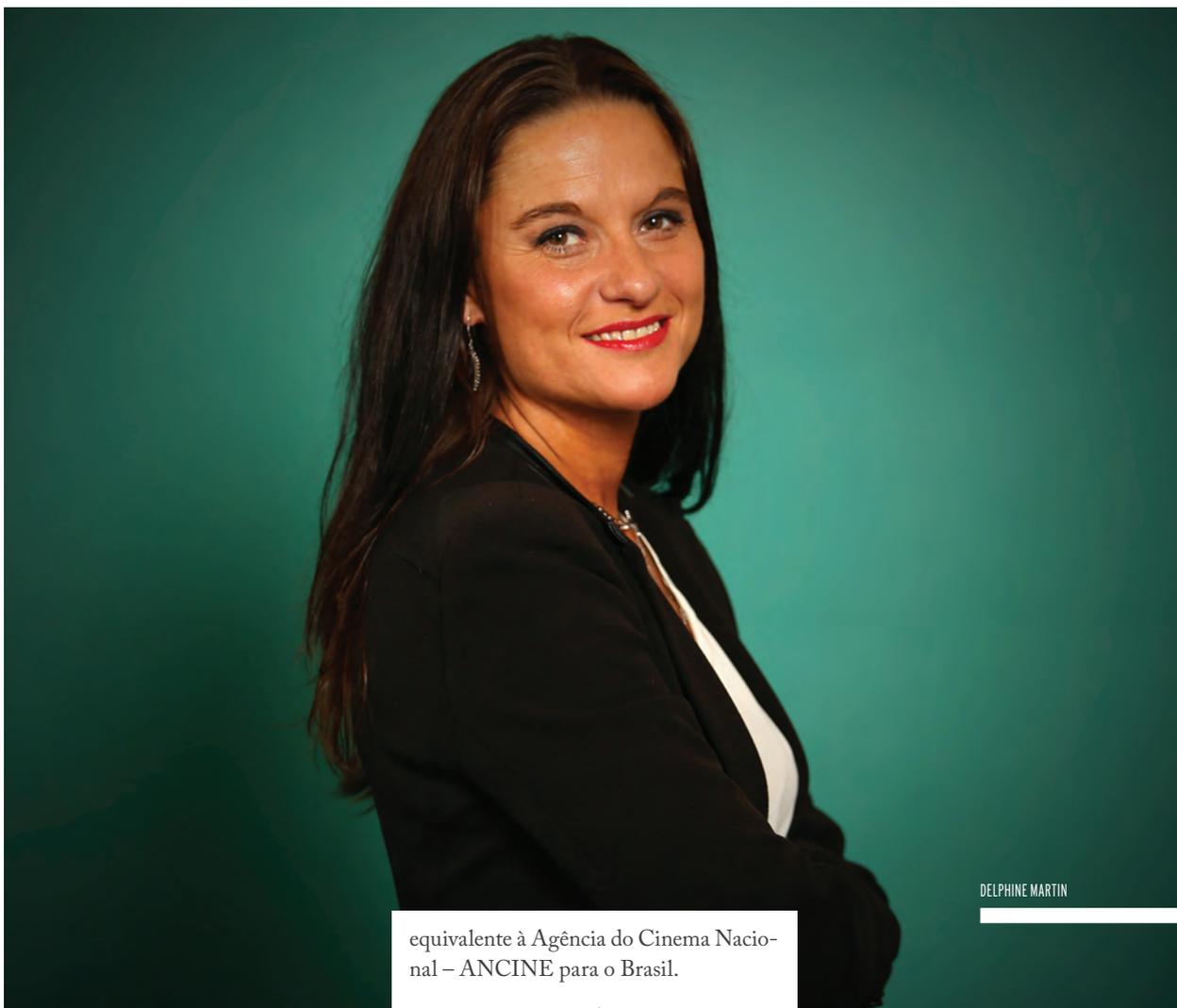
Um desses territórios interessantes para as produções francesas é o Brasil que, atualmente, é o quarto país em termos de bilheteria desses filmes fora da França. Aqui, em terras brasileiras, o cinema francês já vendeu mais de 5 milhões de ingressos só em 2015.

Foi pensando nessa relevância do mercado nacional para a cinematografia da França que a **Revista Exibidor** entrevistou Delphine Martin, gerente de estudos e mercados da UniFrance para a América Latina, Espanha, Portugal e Oceania. Para a executiva, a preocupação com a bilheteria mundial do cinema francês é de extrema importância, mas aponta que, para esses números crescerem, é preciso muito trabalho duro.

**REVISTA EXIBIDOR - QUAIS OS OBJETIVOS DA UNIFRANCE COMO ENTIDADE DESDE SUA CRIAÇÃO EM 1949?**

**Delphine Martin** – A UniFrance realiza estudos sobre os mercados internacionais e sua evolução e pode, assim, oferecer a sua *expertise* verdadeiramente única desde 1949.

Nós acompanhamos os filmes franceses nos mercados internacionais, da sua venda à sua distribuição. A entidade está presente em todas as fases da vida de um filme francês no exterior: desde a seleção por um festival reconhecido ou sua exibição em um mercado internacional, até seu lançamento em um ou mais territórios estrangeiros. Dessa forma, aumentamos o valor de todos os filmes franceses recentes.



DELPHINE MARTIN

equivalente à Agência do Cinema Nacional – ANCINE para o Brasil.

**COMO A UNIFRANCE ATUA EM ÂMBITO MUNDIAL? EM QUANTOS PAÍSES A ENTIDADE CONTA COM ESCRITÓRIOS FIXOS?**

A UniFrance é uma associação e tem cerca de 1.000 membros entre produtores de longas e curtas, exportadores, agentes de vendas, diretores, atores, roteiristas e agentes de talentos. Temos escritórios em Paris, Nova York, Mumbai, Pequim e Tóquio.

**QUAL SERIA A ESTRATÉGIA PRINCIPAL DA ENTIDADE PARA PROMOVER O AUDIOVISUAL FRANCÊS?**

Nossa estratégia é realmente acompanhar a vida do filme francês para que possamos ser úteis em cada fase da vida do conteúdo.

Por isso, nós lidamos apenas com a promoção do cinema francês. Outra organização chamada TV France Internacional está encarregada de lançamentos e programas não-cinematográficos

A UniFrance participa de mais de 60 festivais e mercados internacionais incluindo Festival de Cannes, Festival de Berlim, Toronto International Film Festival e Festival Internacional de Veneza. Durante esses eventos, a associação facilita a presença de equipes artísticas, contrata assessoria de imprensa local e disponibiliza aos profissionais franceses áreas de promoção e comercialização.

Nós também realizamos eventos dedicados ao cinema francês e seguimos os lançamentos de filmes no exterior. Com a CNC (Centre National de la Cinématographie ou Centro Nacional de Cinematografia, em tradução livre), a UniFrance gerencia comissões e apoio ao lançamento de produções francesas no exterior. A CNC seria para o mercado da França o

como séries televisivas. Assim, todos os nossos serviços, regimes de apoio e contatos são oferecidos aos profissionais da indústria cinematográfica.

Entre os serviços prestados pela UniFrance, temos um banco de dados extremamente completo com informações sobre filmes franceses, tanto longas quanto curtas-metragens, e com contatos de profissionais que trabalham na indústria cinematográfica internacional.

Nosso diretório de informações, contatos e *network* é uma referência para os profissionais do setor, que os utilizam como uma base diária em seu trabalho para encontrar informações sobre um filme em particular, empresa ou pessoa, de acordo com seus cargos ou atividade.

**VOCÊS TÊM REPRESENTANTE OFICIAL NO BRASIL?**

A UniFrance não tem representante no Brasil. Mas chegamos a contar com um profissional entre o fim da década de 1980 e o início da década de 1990. Na ocasião, o representante morava no Rio de Janeiro.

**QUAL A IMPORTÂNCIA DO MERCADO BRASILEIRO DE CINEMA PARA A UNIFRANCE E O CINEMA FRANCÊS?**

O Brasil é um país muito importante para a UniFrance em termos de resultados de bilheteria. Afinal, em 2015, o Brasil foi o quarto território estrangeiro com maior bilheteria de longas-metragens franceses. Mais de 5,3 milhões de ingressos foram vendidos no País, arrecadando cerca de € 19,1 milhões, que equivale a aproximadamente a R\$ 85,2 milhões.

Tivemos um público recorde no Brasil no ano passado, registramos um aumento de 44% em relação a 2014. Além disso, o mercado brasileiro é o segundo mais importante para os filmes franceses na América Latina, vindo logo depois do México.

Ao todo, 74 filmes franceses foram lançados em 2015 nos cinemas brasileiros.

**QUAL O PRINCIPAL DESAFIO DA ATUAÇÃO DA ENTIDADE NO BRASIL?**

Nosso principal objetivo no Brasil é aumentar o número dos filmes franceses lançados, mas também queremos expandir a aquisição de longas-metragens em produção. O fato é que o mercado brasileiro de cinema está crescendo e tem cada vez mais cinemas em mais cidades do País, além de mais produções. Por isso, nossa meta é atingir novos públicos que não costumavam ver os lançamentos franceses.

**A UNIFRANCE JÁ REALIZOU PROJETOS NO BRASIL?**

Em 2008 a UniFrance criou um festival chamado Panorama do Cinema

Francês. O evento contou com a colaboração da Embaixada da França no Brasil e da distribuidora Imovision. Entre os exibidores, contamos com o apoio das empresas Reserva Cultural e Grupo Estação. Nós organizamos o festival por quatro anos até 2011. No entanto, desde 2012 o evento é realizado pela companhia BonFilm.

**COMO É O RELACIONAMENTO ENTRE A UNIFRANCE E AS ENTIDADES BRASILEIRAS COMO A AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE OU O PROGRAMA CINEMA DO BRASIL?**

O relacionamento da UniFrance com a ANCINE é muito construtivo. Nós compartilhamos informações sempre e temos trabalhado muito em conjunto desde quando criamos o festival Panorama do Cinema Francês. Isso porque organizamos algumas reuniões entre profissionais e conferências entre os produtores.

franceses. Ajudamos os distribuidores tanto a lançar os longas-metragens quanto a trazer atores.

Também temos contato com exibidores como a Reserva Cultural, o Grupo Estação e o Grupo Espaço, mas com menos frequência.

**EXISTEM EVENTOS BRASILEIROS QUE CONTAM COM O APOIO OU A ORGANIZAÇÃO DA UNIFRANCE?**

Apoiamos dois eventos: o Festival do Rio e a Mostra Internacional de São Paulo. Temos um bom relacionamento com a Ilda Santiago e com a Renata de Almeida, executivas responsáveis respectivamente pela realização do Festival e da Mostra. Também damos o nosso apoio para trazer atores franceses todo ano.

---

## “NOSSA ESTRATÉGIA É REALMENTE ACOMPANHAR A VIDA DO FILME FRANCÊS PARA QUE POSSAMOS SER ÚTEIS EM CADA FASE DA VIDA DO CONTEÚDO”

---

DELPHINE MARTIN

---

Também estamos trazendo a CNC para o Brasil e estamos muito próximos do Programa Cinema do Brasil – CdB desde o seu início. Um destaque é o contato que temos com profissionais, principalmente com André Sturm, presidente do CdB.

**VOCÊS TÊM CONTATO COM OS EXIBIDORES OU OS DISTRIBUIDORES QUE ATUAM NO BRASIL?**

Sim, nós estamos em contato com a maioria dos distribuidores brasileiros, com foco naqueles que lançam filmes

Damos apoio financeiro ao Festival Varilux de Cinema Francês por meio de financiamento de passagens aéreas para atores que vão promover os filmes que serão lançados pelos distribuidores locais.

**QUAIS SÃO OS PRÓXIMOS PASSOS DA UNIFRANCE EM SEU CONTATO COM O BRASIL?**

Atualmente não temos um projeto específico no Brasil, mas estamos interessados em ideias para desenvolver e promover ações voltadas ao cinema francês como novos festivais e outras ações voltadas para a distribuição cinematográfica. **E**

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



**CARROSSEL 2**  
o filme

**JULHO**

**UM NAMORADO PARA MINHA MULHER**



**SETEMBRO**



**JOSÉ LORETO CLÉO PIRES**

**MAIS FORTE QUE O MUNDO**  
A HISTÓRIA DE JOSÉ ALDO

**BREVE**

# MERCADO AVALIA VPF

APÓS CERCA DE UM ANO DE ACORDO ATIVO, EXIBIDORES E INTEGRADORAS AVALIAM O PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO

POR VANESSA VIEIRA | FOTO DIVULGAÇÃO

**COM O FIM DA DIGITALIZAÇÃO** dos cinemas brasileiros mais próximo do que nunca, o mercado tem também amadurecido a implantação do VPF – Visual Print Fee ou taxa de cópia digital, em tradução livre.

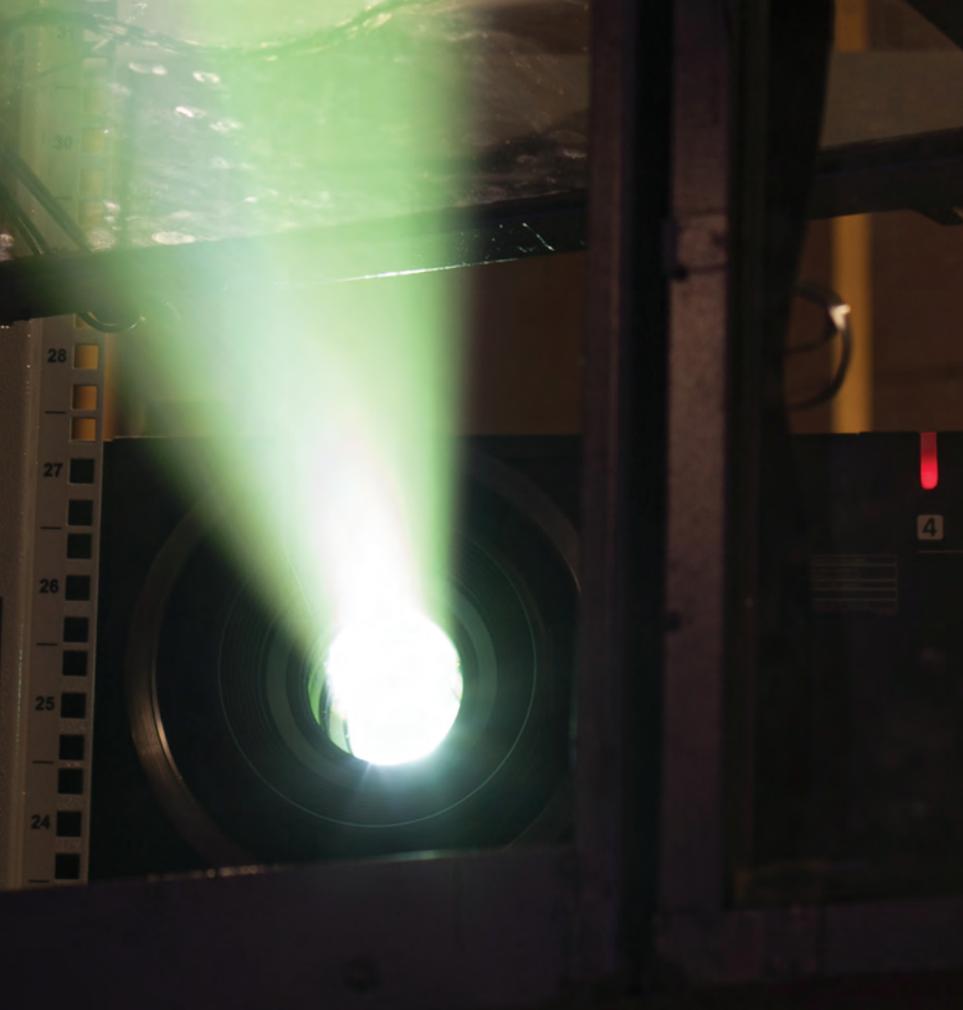
Para os poucos que ainda não sabem, o VPF é um processo gerido por uma integradora, no qual distribuidores concedem uma compensação financeira para auxiliar exibidores com os custos da digitalização dos projetores. Essa compensação se motivaria, inclusive, no baixo custo da cópia digital quando comparado ao da cópia em 35mm, que também

demanda uma logística mais complexa e, por consequência, mais cara.

A novidade chegou ao mercado entre 2012 e 2013, quando apenas 30% do parque exibidor nacional estava digitalizado. Ainda em 2013, o VPF foi matéria de capa da **Revista Exibidor** (Veja em: [tonk.es/vpfedicao09](http://tonk.es/vpfedicao09)). No entanto, grande parte dos contratos foram assinados apenas em meados de 2014 e 2015 conforme os cinemas foram modernizados. Atualmente o mercado brasileiro registra mais de 90% de salas digitais, começa a entrar na etapa de coleta da taxa em alguns contratos e, como qualquer processo novo, ainda tem alguns pontos que podem ser aprimorados.

## INTEGRADORES EM AÇÃO

Com um total de 538 salas atendidas em 2015, a GDC já anunciava em 2013 as parcerias assinadas com as seis principais distribuidoras de Hollywood: Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal e Warner. De acordo com Rodolfo Domingues, diretor geral da integradora no Brasil, os contratos com as *majors* exigiram um estudo fiscal do País realizado em conjunto para adaptar o VPF à realidade local. Além dos estúdios internacionais, a empresa também possui contratos com distribuidoras nacionais e, entre os exibidores, tem parceria com Espaço Itaú de



Cinema, Orient, Cine Roxy, Moviecom, UCI Cinemas, entre outros.

O programa na GDC, iniciado em 2014, conta com uma plataforma online para receber as informações dos exibidores e, em 2015, começou a emitir algumas faturas. O executivo avalia positivamente o atual momento do VPF no Brasil e na empresa, mas aponta que o bom andamento da operação demanda um trabalho em conjunto. “A implantação do VPF é um processo minucioso que requer muita atenção com o fluxo das informações. Para termos sucesso, é necessário um trabalho mútuo e entregas periódicas de dados tanto do lado do exibidor quanto do distribuidor”, explica.

Domingues aponta que a implantação do processo exigiu que os agentes envolvidos criassem novas rotinas corporativas e até mesmo novos departamentos, o que seria um dos motivos para o setor sentir uma lentidão nos programas de VPF. O profissional explicou também

que, na GDC, o período entre a entrega dos dados por parte dos exibidores e o repasse final do recurso demoram entre dois e três meses, envolvendo várias etapas que vão da entrega de dados de programação do exibidor, passando pelo relacionamento com as distribuidoras, até o repasse final aos cinemas.

Para o executivo, uma das chaves para que todos os agentes envolvidos estejam

alinhados é o bom relacionamento entre as partes. “Nós todos trabalhamos sempre em conjunto porque de outra forma o VPF não aconteceria”.

Por sua vez, a Quanta DGT, que conta com 1.030 salas brasileiras em seu programa, iniciou a etapa de coleta do VPF em 2015 e tem a mesma opinião quanto às dificuldades sofridas na implantação do mecanismo. “A condução de um novo modelo de negócios em um mercado já consolidado nunca é fácil, demanda muito diálogo, flexibilidade e paciência. O processo é complexo, mas estamos caminhando de forma consistente”, defende Suzana Lobo, diretora de operações da integradora.

Em relação à demora para o pagamento do VPF aos exibidores, Tieres Tavares, CEO da Quanta, aponta que é resultado do mecanismo ter implicações no Brasil e no exterior, além de estar atrelado a aspectos que incluem exigências do BNDES, burocracia por parte das distribuidoras e a adaptação de todos os agentes do mercado ao preenchimento dos relatórios.

A integradora também valoriza o bom relacionamento e a aproximação entre os agentes do setor e, assim, Suzana Lobo afirma que, entre os distribuidores, “a curva de aprendizado com relação ao VPF é diferente para cada empresa”. As majors teriam um processo mais simples por já estarem acostumadas a lidar com o recurso, enquanto os distribuidores menores

---

**“NÓS TODOS TRABALHAMOS SEMPRE EM CONJUNTO PORQUE DE OUTRA FORMA O VPF NÃO ACONTECERIA”**

---

Rodolfo Domingues, GDC

---

estariam em meio à adaptação. Já em relação aos exibidores, a executiva comenta que a maior facilidade de programação, proporcionada pela tecnologia digital, tem até mesmo aumentado a quantidade de filmes que eles querem programar. Mas isso depende exclusivamente da negociação entre cinema e distribuidor.

#### PERSPECTIVA DA EXIBIÇÃO

Sobre a implantação do VPF, exibidores entrevistados pela **Revista Exibidor** não se arrependem de terem iniciado o processo. “Considero o VPF importantíssimo para que a digitalização possa ser concluída”, defende João José Neto, sócio diretor da rede Moviecom. Alguns exibidores como Mauri Palos, do Cine 14 Bis, apontam a necessidade de se respeitar o período de adaptação necessário ao bom andamento do mecanismo. “Sem essas parcerias e interações não seria possível continuar a ser exibidor em cidades pequenas”, comenta.

Palos ainda defende a facilidade que a própria digitalização dos cinemas trouxe para o relacionamento com distribuidores. E, segundo Neto, isso teria melhorado, ainda que pouco, o acesso a lançamentos.

**“CONSIDERO O VPF  
IMPORTANTÍSSIMO  
PARA QUE A  
DIGITALIZAÇÃO  
POSSA SER  
CONCLUÍDA”**

J. José Passos Neto, Moviecom

## “A CONDUÇÃO DE UM NOVO DE MODELO DE NEGÓCIOS EM UM MERCADO JÁ CONSOLIDADO NUNCA É FÁCIL, DEMANDA MUITO DIÁLOGO”

Suzana Lobo, Quanta DGT

Já Oyama Cruz, gerente de programação da Lumière Cinema, destaca uma situação diferente. “Apesar de não ser a maioria, ainda temos distribuidoras com certo preconceito quanto ao VPF, o que dificulta o processo de aquisição de filmes. Nas distribuidoras que já se adequaram ao mecanismo, o relacionamento é tranquilo”, explica. Outra situação incômoda foi notada por Milton Durski, diretor geral da Cineplus, para quem a assinatura do contrato do VPF, em julho de 2015, trouxe cerca de três meses de dificuldade para adquirir novos conteúdos das distribuidoras e ainda uma cobrança errada por parte da integradora. Mas, de acordo com o executivo, essas questões foram resolvidas no fim de 2015 tanto com as distribuidoras quanto com a integradora.

Apesar do mecanismo ser visto como necessário à digitalização dos cinemas e também como facilitador, o processo ainda demanda melhorias como a desburocratização e uma melhor adequação às rotinas do exibidor. Cruz, da Lumière, por exemplo, explica que os relatórios são feitos quando o cinema está fechando outros filmes e não de acordo com o ritmo da programação, o que atrapalharia a rotina da empresa. Já para Neto, da Moviecom, a maior dificuldade que enfrenta é receber os valores arrecadados.

Mesmo com as demandas apontadas, os exibidores entrevistados afirmam que as integradoras se mostram sempre abertas a esclarecimentos e ao diálogo. Alguns executivos chegaram, inclusive,

a sugerir soluções como uma emissão de relatório alinhada com o processo normal de programação das salas dos exibidores e uma digitalização maior do próprio relacionamento entre os agentes envolvidos.

Quanto aos distribuidores, até o fechamento desta edição nenhuma das quatro empresas contatadas pela **Revista Exibidor** encaminhou seus apontamentos.

#### PRÓXIMOS PASSOS

Tanto as integradoras quanto os exibidores reconhecem que o processo do VPF teve um início conturbado e precisa de melhorias, mas que também é um dos principais mecanismos que aceleram a digitalização do parque exibidor nacional. “Com o andamento do processo os problemas serão resolvidos e acredito que logo tenhamos tudo fluindo de forma natural”, defende Neto, da Moviecom.

Já entre as integradoras há um consenso em relação à necessidade de transparência no processo junto ao exibidor e ao distribuidor. “Eu diria que a nossa melhoria tem que ser contínua”, complementa Domingues, da GDC.

Assim, o mercado trabalha para transformar esse recurso em algo natural para o setor e comemora a digitalização quase total do parque exibidor como uma conquista feita a muitas mãos. ■



**CHRISTIE®**

A experiência  
completa para cinema



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

**A Christie tem.**

Envolva 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)

# NOVO SISTEMA DE CONTROLE DE BILHETERIA: BUROCRACIA OU OPORTUNIDADE?

POR: MARCOS TAVOLARI

**NOS ÚLTIMOS DIAS DE 2015** a Agência Nacional do Cinema – ANCINE editou norma que regulamenta o Sistema de Controle de Bilheteria (SCB), após mais de uma década de debates quanto a forma de se obter informações estratégicas que possam gerar conhecimento sobre o mercado de exibição, melhorar a qualidade da regulação e das ações de fomento sob responsabilidade da Agência. A norma, em si, é simples. Resta avaliar se os impactos podem ser positivos para o desenvolvimento do mercado ou se apenas acarretarão em mais encargos burocráticos que aumentam o custo de operação, especialmente para os pequenos exibidores.

O sistema de monitoramento da atividade cinematográfica direto da fonte primária, que é a operação da bilheteria, confere diversos ganhos, especialmente para a gestão de direitos autorais e a aferição da participação devida aos produtores, dissipando dúvidas sobre a atuação dos distribuidores. Para os fins sistêmicos da política setorial, este monitoramento permite compreender melhor as condutas e estruturas do mercado, verificando a efetividade das políticas de regulação e de fomento, do cumprimento da cota de tela à inteligência do *market share*. Mas, e quanto aos exibidores? O que se pode esperar de positivo para este segmento?

O principal ganho está na criação de uma base democrática de informações que possa servir à inteligência competitiva do mercado. Os pequenos e médios exibidores muitas vezes não dispõem de ferramentas e relatórios estratégicos. O acesso à base

de informações do conjunto do mercado, se for em tempo real, poderá auxiliá-los na construção de estratégias flexíveis de programação que maximizem seus resultados, inclusive na própria relação com os distribuidores pode ser alterada considerando este conhecimento mercadológico.

Outra questão passa pela reformulação do modelo de cota de tela ou a criação de medidas compensatórias, especialmente aplicadas às restrições impostas aos grandes lançamentos ou aos custos da meia-entrada. As informações diferenciadas podem auxiliar no debate com a Agência em relação às rígidas medidas que atualmente impõem. Também positiva é a possibilidade de se construir políticas de fomento desburocratizadas que utilizem os dados do sistema para a criação de uma política de suporte automático à exibição, criando uma forma inteligente e rápida de acesso ao fomento direto, especialmente a fundo perdido, via conta automática. Sem excesso de papel, análises e burocracia.

Para os provedores de serviços, surge uma ampla gama de oportunidades no desenvolvimento de sistemas gerenciais e aplicativos, para empresas e consumidores.

A regulação trazida pela Instrução Normativa nº 123/2015 estabelece um prazo para adequação dos sistemas e início da transmissão dos dados, sendo de 120 dias para as redes exibidoras com mais de 20 salas e de 180 dias para os demais. A norma prevê que a ANCINE poderá prorrogar os prazos de ofício ou mediante requerimento do exibidor, por necessidade técnica ou força maior. Também estabelece que, em caso

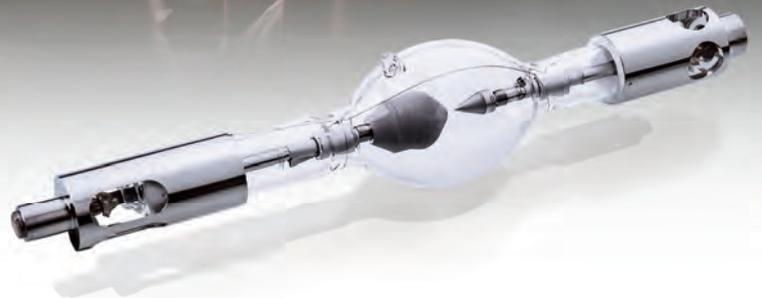
de comprovada impossibilidade de cumprimento, o exibidor poderá solicitar à ANCINE dispensa temporária da obrigação de transmissão de dados de bilheteria, se o exibidor for responsável por uma rede exibidora com, no máximo, 5 salas e o requerimento de dispensa estiver instruído com relato das ações planejadas para a regularização do procedimento. O descumprimento da obrigação de envio dos dados de bilheteria ou seu envio em desacordo com o disposto na norma sujeitará o exibidor às sanções previstas no Decreto nº 6.590/2008. Por isso, é relevante que os exibidores estejam atentos aos prazos para pedidos de dispensa temporária ou prorrogação.

Seguindo experiências internacionais, é desejável que a Agência ampare essa obrigação regulatória com ações de fomento direcionadas aos pequenos e médios exibidores, mitigando custos e possibilitando a mais rápida implementação do monitoramento. **E**



**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.



## 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.



A G U A R D E M . . .



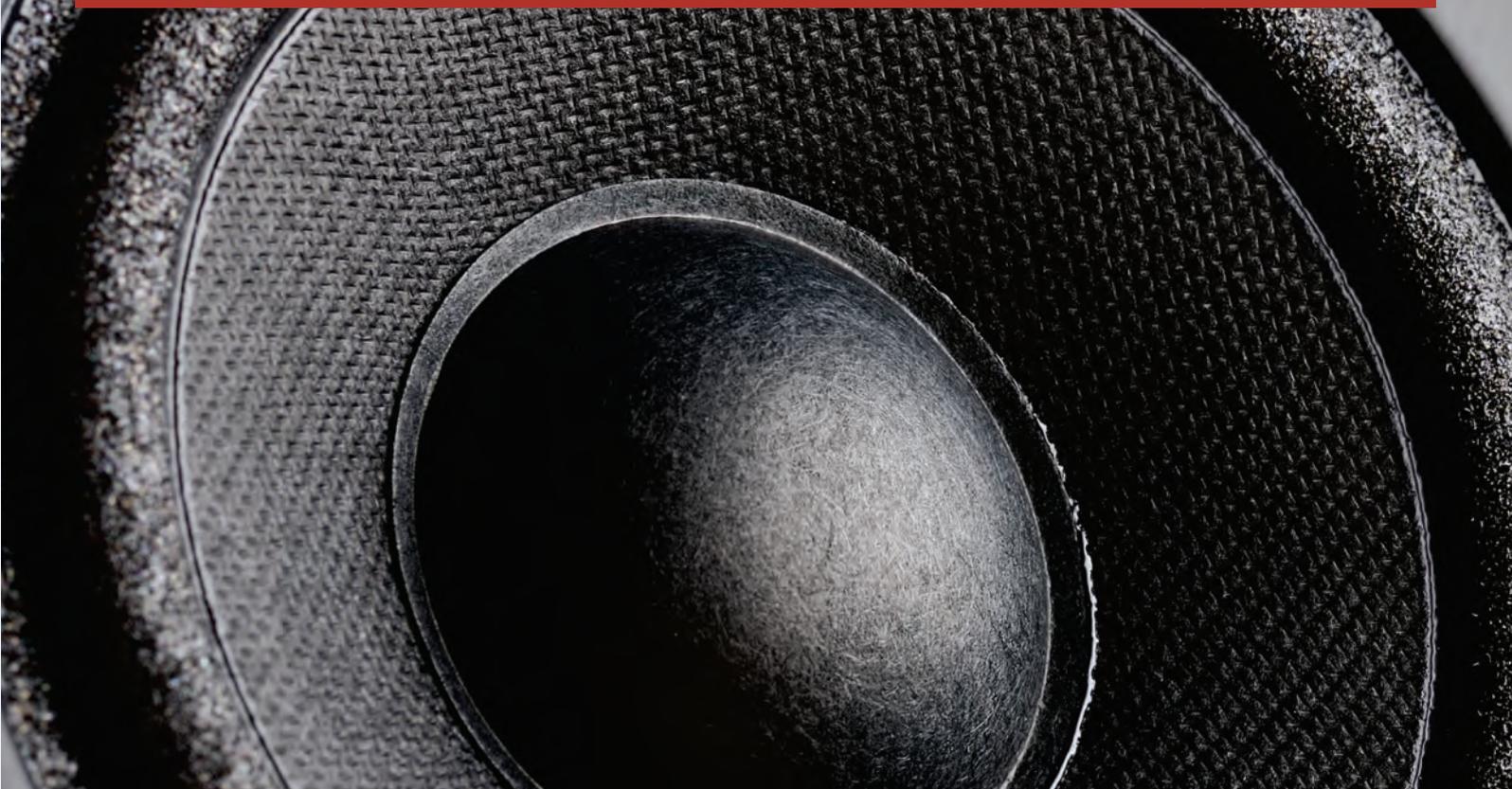
# EXPOCINE16

16 - 18 NOV 2016

N O S V E M O S L Á !

EXPOCINE.COM.BR

# Caixas Acústicas Centauro homologadas para som imersivo Dolby Atmos®



Há 80 anos a Centauro Cinema vem desenvolvendo soluções técnicas para melhorar a integração de equipamentos de projeção e sonorização em salas de cinema. A linha de caixas acústicas foi criada especialmente para o mercado exibidor considerando as normas técnicas internacionais, a aplicação de componentes que passam por exaustivos testes de qualidade, a utilização de matérias primas de primeira qualidade e o cuidado com os detalhes - tudo pensado e planejado para garantir resultados de excepcional desempenho técnico com um excelente padrão de acabamento. Esse refinamento técnico aliado a qualidade de nossos produtos foram reconhecidos pela Dolby Laboratories que em 2015 homologou nossa linha de caixas acústicas para utilização nos sistemas de som imersivo Dolby Atmos. A partir de agora a Centauro Cinema passa a oferecer uma solução completa em som imersivo para os exibidores - desde o projeto, fabricação de caixas acústicas até a instalação e manutenção destes equipamentos. Quer melhorar a experiência dos expectadores na sua sala de cinema? Fale com a gente e conheça com mais detalhes como podemos colaborar e fazer a diferença para o seu negócio, incluindo as vantagens como financiamento através do cartão BNDES.

**centauro SIP**  
SISTEMA INTEGRADO DE PROJETOS

em parceria com:

**DOLBY** **CHRISTIE**

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

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



**centauro**

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





# COM QUE ROUPA EU VOU?

RESPONSÁVEIS POR DEIXAR O CINEMA MAIS ACONCHEGANTE, OS REVESTIMENTOS PRECISAM DE CUIDADOS QUANTO À HIGIENIZAÇÃO E NORMAS TÉCNICAS DE SEGURANÇA

POR FÁBIO GUEDES | FOTOS DIVULGAÇÃO

**ACÚSTICA, FACILIDADE DE HIGIENIZAÇÃO** e, principalmente, segurança contra chamas são alguns dos aspectos essenciais a serem observados no processo de escolha dos revestimentos para cinemas.

Seja durante a construção ou reforma do complexo, ignorar a importância desses componentes pode ser o diferencial entre oferecer um serviço qualificado e respeitado pelos clientes ou obrigá-los a sofrer com ruídos desagradáveis, mau cheiro e até mesmo incidentes mais graves como os incêndios de grandes proporções.

E, convenhamos, não é esse tipo de experiência que os espectadores procuram quando se dispõem a sair do conforto de seu lar para ir ver um filme.

Para evitar problemas futuros e garantir que a instalação seja bem-sucedida, o gerente operacional da Santa Clara Poltronas, Adriano Silva, recomenda aos exibidores adquirir materiais que atendam à legislação do Corpo de Bombeiros, sempre com o respaldo de um engenheiro atestando com ART (Anotação de Responsabilidade Técnica).

“Hoje a tendência é utilizar o cortinado tipo painel para revestimentos nas paredes e, para o piso, usa-se muito o vinílico, ajudando bastante a parte de higiene da sala, além de ser escolhido por sua durabilidade e aspecto de novo por muito tempo”, orienta Silva.

A preocupação com os aspectos técnicos relacionados à segurança e manutenção é reforçada pela gerente técnica comercial da Lady Revestimentos, Andrea Rizetto, sobretudo no que diz respeito a materiais antichamas e antimanchas.

“Para o chão, usa-se carpete nas escadas e nos corredores piso vinílico,

devido à facilidade da manutenção. Nas paredes o recomendado é ter uma parte de carpete e a outra com tecido devido à acústica, sendo que todos os produtos devem atender às normas técnicas de inflamabilidade”, orienta ela.

No caso das instalações realizadas pela Santa Clara, Silva afirma aplicar diversos modelos de revestimentos, conforme a necessidade apresentada pelo parque de exibição.

Nas paredes, por exemplo, o ideal em muitos casos, segundo ele, é recorrer ao carpete tipo forração agulhado com gramatura de 500 a 550g/m<sup>2</sup> e espessura de 5,0 a 6,0mm, que tenha laudo de inflamabilidade aprovado conforme norma técnica específica de segurança.

“Também utilizamos cortinado plissado, com tecido 100% polyester e laudo de inflamabilidade ASTM 1230”, diz Silva.

Já nos pisos, quando o exibidor opta por carpetes, o gerente operacional da Santa Clara diz utilizar o tipo alto tráfico (COM 5) 100% sintético, com espessura de 10mm e laudo de inflamabilidade, também em conformidade com as normas de segurança.

Ao escolher o piso vinílico, o modelo mais apropriado, na sua avaliação, é o 100% PVC, com espessura de 2mm e laudo de inflamabilidade de acordo ao exibido pelas normas de segurança.

O custo total da instalação, sem contar a parte construtiva, pode variar de R\$ 500 mil a R\$ 1 milhão, dependendo do tamanho da sala.

#### **NOVAS TECNOLOGIAS PARA HIGIENIZAÇÃO**

Mais do que conferir à sala de exibição a aparência de malcuidada, a falta de higienização pode trazer problemas à saúde e causar transtornos que seriam

facilmente evitáveis por meio de uma manutenção preventiva bem-feita.

Manter os revestimentos sempre limpos, utilizando processos que sejam rápidos o suficiente para não exigir o fechamento temporário das salas, tem sido uma preocupação cada vez maior dos exibidores, provocando o surgimento de tecnologias e serviços especializados em suprir tais necessidades.

É o caso, por exemplo, da empresa Ceth, que foi buscar na Alemanha a nanotecnologia de higienização a seco que a permite emitir um certificado de eliminação de 99% de microbactérias e microrganismos.

Além disso, ao utilizar apenas 300 ml de água por metro quadrado, o método aplicado pela empresa diminui significativamente o tempo normal de secagem dos revestimentos e possibilita terminar o serviço mais rapidamente.

“Nossa equipe consegue fazer todo procedimento de higienização em cortinas, forração acústica, carpete e poltronas em um período de secagem que não passa de 15 minutos por metro quadrado”, explica Everson Mendes, diretor executivo da empresa.

“A higienização começa por volta das 7h, observando a grade horária do cinema e sempre privilegiando a sala na qual a primeira sessão inicia no horário mais tarde do dia. Se na sala 4 a primeira sessão é às 14h30, trabalhamos das 6h30 até as 14h e entregamos a sala pronta e seca”, complementa.

Em casos mais críticos, ele conta que a higienização da sala pode demorar até quatro dias, mas sem que seja preciso fechá-la. Outro aspecto que auxilia neste processo é o fato de não ser necessária a



montagem de andaimes no local. Toda a higienização das cortinas e componentes de difícil acesso é feita por meio de uma plataforma elevatória de fácil acessibilidade que chega a até 12 metros de altura.

Cinemark, Cinépolis, Espaço de Cinema e CineStar são algumas das redes que já fazem uso desse tipo de serviço. “Existem cinemas em que já temos contratos de dois anos. O nosso primeiro trabalho em algumas dessas salas chegava a demorar de cinco dias a uma semana e hoje levamos, em média, um dia e meio”, diz Mendes.

A JactoClean é outra que promete oferecer vantagens consideráveis no processo de higienização das salas. Uma de suas principais novidades para a limpeza de carpetes é o Aspirador Costal AJC33, que deixa as mãos livres para facilitar o seu manuseio em locais de difícil acesso como as poltronas.

Em situações de sujeira mais profunda e incrustada, a empresa recomenda

o uso das limpadoras a extração. Elas aplicam o agente químico no local a ser limpo e, em seguida, aspiram a sujeira e deixam a superfície praticamente seca, dependendo do tipo de material, condições climáticas e outros fatores.

“Esse equipamento proporciona bons resultados, sem que haja prejuízos estéticos ou na qualidade do carpete, estofamento ou tecido. Em alguns casos, será necessário esfregar o local para que a sucção seja mais eficiente. De modo geral, os locais podem ser limpos mais rapidamente e exigindo menor esforço físico dos operadores”, pontua Antonio Luis Francisco, diretor geral da JactoClean.

#### PERIODICIDADE DA LIMPEZA

Outra questão que deve ser observada é a periodicidade em que a sala de exibição deverá ser higienizada. Embora não haja regra específica para definir o prazo dos serviços realizados com esta finalidade, é preciso compreender os diversos fatores que atuam para prejudicar a higiene da sala e, então, criar uma ro-

tina para que tudo esteja sempre o mais limpo possível.

“A frequência média de limpeza dependerá de diversos fatores como as condições de utilização do tecido ou superfície estofada, condições climáticas, entre outros”, assinala Francisco, da JactoClean.

Para Everson Mendes, da Ceth, aspectos como região geográfica e a própria cultura do público também devem ser analisados pelos exibidores antes de decidir o período ideal para a higienização das salas.

“Vai de acordo com o processo de cada ambiente. Se a demanda é muito grande, tem bastante circulação, suja muita sala e o público não ajuda, indicamos de uma a duas vezes por mês. Pode variar também para uma a cada dois meses”, indica Mendes.

O mais importante, no final das contas, é se conscientizar da necessidade de investir em revestimentos em conformidade com as normas de segurança. É fundamental ainda que estes materiais disponham das condições necessárias para receber higienizações periódicas sem que sofram perda de qualidade.

O surgimento de novas tecnologias para higienização das salas, para uma limpeza mais eficiente e em menor espaço de tempo, mostra o quanto a preocupação com este tema tem evoluído de maneira geral nos complexos de exibição.

Resta aos exibidores fazerem a sua parte atentando para o prazo correto de realização deste serviço e escolhendo não apenas empresas que ofereçam o menor preço, mas que tenham a melhor solução aplicável ao seu caso. ■



ASPIRADOR DA JACTOCLEAN, SOLUÇÃO PARA HIGIENIZAÇÃO DE REVESTIMENTOS

MENTES IRÃO EXPLODIR



  
**masterImage**  
ABSOLUTELY 3D

— A ÚLTIMA —  
EXPERIÊNCIA EM 3D





# EXECUTIVAS DE DESTAQUE NO MERCADO

ELAS TRABALHAM COM UMA PAIXÃO ÍMPAR, UMA DEDICAÇÃO SEM PRECEDENTES E O RESULTADO SÓ PODE SER O MELHOR, NÃO SÓ PARA O CRESCIMENTO DO MERCADO, MAS TAMBÉM PARA O CONSUMIDOR FINAL

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

O MERCADO DA EXIBIÇÃO E DISTRIBUIÇÃO passou por longos anos povoado em sua maioria por homens, mas as mulheres chegaram com força total e provaram que seu espaço no mercado não é uma questão de gênero e sim de competência.

“O mercado tem demonstrado que, independente do sexo, o foco é a qualificação. Então, tendo qualificação e estando em um cargo de chefia, seja homem ou mulher, isso se mantém. A presença das mulheres em cargos assim aumentou significativamente”, conta a consultora de RH, Patrícia Fadini, da De Bernt Entschew Human Capital.

Ela ressalta ainda que a mulher tem uma característica importante que é a multitarefa, ou seja, olhar para o negócio e ao mesmo tempo estar em sintonia com outras áreas.

E em um mercado extremamente dinâmico, elas fazem a diferença. Jornalistas, profissionais de marketing, donas de casa, mães, advogadas, enfermeiras e administradoras de empresas que por algum motivo encontraram o cinema e por aqui decidiram ficar. Isso sem falar na dupla jornada de conciliar vida pessoal e profissional.

“Hoje vejo com muita satisfação que há muitas mulheres na área de programação, tanto na distribuição quanto na exibição. No Brasil, temos mulheres em todas as áreas da empresa. Não há qualquer tipo de preferência na contratação, privilegiamos a boa performance e ela vem tanto das mulheres quanto dos homens”, comenta a diretora geral da Fox/Warner, Patrícia Kamitsuji.

Soma-se a isso o fato de 2015 ter tido grandes bilheteiras com filmes protagonizados por mulheres: **Mad Max: Estrada da Fúria** (*Mad Max: Fury Road*), **Star Wars: Episódio VII – O Despertar da Força** (*Star Wars: Episode VII – The Force Awakens*), **Jogos Vorazes: A Esperança – O Final** (*The Hunger Games: Mockingjay Part 2*), **Cinquenta Tons de Cinza** (*Fifty Shades of Grey*) e **Loucas pra Casar**.

Para homenageá-las, a **Revista Exibidor** conversou com algumas profissionais que são destaque seja pela atuação, carreira ou pela história profissional. O fato é que elas são extremamente qualificadas e trabalham com uma paixão avassaladora. Obviamente não teria espaço para citar todas, mas conheça a trajetória de algumas que fazem a diferença no mercado cinematográfico.

**MARIÁ BASTOS**

(PROPRIETÁRIA DO CINE LÚMINE)

Enfermeira e instrumentadora durante anos, ela decidiu se afastar para se dedicar aos três filhos e à casa durante aproximadamente dez anos. Mas aquela paixão que cultivava pelo cinema desde os tempos de colégio, em que um professor apresentou a sétima arte e lhe dava pedaços de película, voltou quando ela se mudou para Penápolis (SP) e decidiu junto ao esposo abrir um cinema.

“Como nós gostávamos muito de cinema e queríamos fazer uma coisa diferente, as crianças já estavam maiores, então eu e meu esposo achamos que podíamos ter esse desafio pela frente. Confesso que não foi nada fácil para uma dona de casa aprender a lidar com isso. Por outro lado, eu sempre percebi que tinham muitas pessoas dispostas a ensinar”, revela.

Hoje, os três filhos a ajudam com o cinema, inclusive o mais novo, hoje com 15 anos, que tem incorporado ações inovadoras para a região.



“O cinema é imortal para mim. Tanto é que nós morremos e o cinema continua, essa é uma arte perfeita mesmo. Uma cidade não pode ficar sem cinema de jeito nenhum. O lugar que eu mais gosto de estar é dentro de uma sala”.

**“UMA CIDADE NÃO PODE FICAR SEM CINEMA DE JEITO NENHUM”**

Dentre os desafios enfrentados, Mariá veio desbravar o território paulistano para conhecer as distribuidoras, os programadores e estabelecer contato com fornecedores de equipamentos. “Venderam-nos equipamentos de projeção sucateados como se fossem máquinas de primeira linha. Tudo isso devido à nossa inexperiência e má assessoria. Esse fato somado à dificuldade inicial de pegar filmes em lançamento quase inviabilizaram nossa permanência no mercado”, recorda.

Seu maior aprendizado no mercado foi ter jogo de cintura para negociar os filmes e observação, conselho que ela repassa.

**“NÃO CONSEGUIMOS FAZER NADA SOZINHOS. AS PARCERIAS SÃO MUITO IMPORTANTES”****BETTINA BOKLIS**

(DIRETORA DE MARKETING DA CINEMARK)

Formada em Comunicação Social, Bettina passou 12 anos na Coca-Cola e dois anos na Tim (Telecom Italia). Há sete anos está no Cinemark. Sua história com o cinema começou quando atendia à conta da Cinemark dentro da Coca. Por ter acompanhado toda a trajetória da Cinemark no Brasil, viu de perto a evolução do mercado, principalmente sua profissionalização com as ferramentas de marketing.

Para ela o maior desafio é se diferenciar em um mercado que todos têm o mesmo produto, algo que com a experiência se torna mais fácil. “É posicionar nossa marca, trazer relevância para o cliente uma vez que todo mundo tem o mesmo produto. Como profissional, tem muita gente com muita experiência, com histórico de muitos anos, é um mercado que realmente

você consegue entender melhor com a experiência, que é muito valiosa”.

A executiva explica que, neste segmento, para se ter sucesso é preciso contar com o apoio dos outros profissionais. “Não conseguimos fazer nada sozinhos. As parcerias são muito importantes. Além disso, você tem que ter muita flexibilidade e claro que muita paixão”.

Bettina cita que a indústria é muito unida e que todos lutam para o mercado crescer, a concorrência entre os exibidores e entre os distribuidores caminha no sentido de manter a indústria e o negócio sempre fortes. “O nosso futuro precisa preservar isso, se a indústria estiver forte, conseguimos lidar com todas as outras plataformas que estão surgindo”.

## “O CINEMA ME ESCOLHEU E, DEPOIS, EU ESCOLHO O CINEMA A CADA DIA”

### ROBERTA CORREA

(DIRETORA A&B LATAM DA CINEMARK)

Engenheira elétrica com mestrado em Engenharia de Produção e em Comércio Exterior, atualmente é responsável pela área de Alimentos e Bebidas da Cinemark na América Latina. Suas experiências anteriores incluem as empresas Ipiranga e Ambev. “O cinema me escolheu e, depois, eu escolho o cinema a cada dia”, diz.

Seu começo foi difícil porque, mesmo para um cargo júnior, as empresas pedem experiência, mas o maior desafio está em conciliar vida pessoal e profissional.

“O maior desafio é administrar a ansiedade de querer fazer tudo ao mesmo tempo – trabalhar, estudar, ser mãe, viajar. Assim, aprendemos que existe o momento certo para cada coisa e que com tranquilidade, muita energia e foco é possível fazer tudo”.

A agilidade para Roberta foi seu maior aprendizado no mercado, pois com novos filmes a cada semana, os resultados mudam e é preciso ter vários planos de contingência disponíveis para manter os bons resultados.

“Concentrem-se em conhecer os detalhes do seu trabalho e em saber de onde vêm os resultados. Muitas ações são lindas e trabalhosas, proporcionam uma excelente exposição na mídia, mas não trazem resultados para o negócio”, indica.



## “AQUELA TELA GIGANTE REALMENTE É MÁGICA, ME ENFEITOU”

### PATRÍCIA COTTA

(GERENTE NACIONAL DE MARKETING DA KINOPLEX)

Carioca, graduada em Comunicação Social em 1990, com especialização em Propaganda e Publicidade e MBA em Gestão Empresarial pelo IBMEC. Em janeiro de 2011, Patrícia assumiu a gestão das áreas de marketing e programação do Kinoplex, passando à gerente nacional de marketing em 2013, cargo que ocupa hoje. “Foi casamento perfeito e amor à primeira vista, desde o início me apaixonei pelo cinema e sou muito feliz com o que faço. Aquela tela gigante realmente é mágica, me enfeitiçou”.

Sua carreira inclui passagens pela Xerox do Brasil (1988), Sul América Seguros (1998), TV Globo e Globo.com (2000) e Synapsis Soluções (2005).

Entre as dificuldades do mercado, ela menciona a homogeneidade de produtos para todos os concorrentes. “Temos que ser muito criativos na busca, criação e divulgação de novos produtos e conteúdos para o cinema”, comenta.

Cita ainda o desafio de equilibrar tradição e inovação em uma empresa com trajetória quase centenária, mas seu maior aprendizado é a concorrência saudável e amistosa. “Aqui todos se respeitam, somos unidos, admiramos o trabalho uns dos outros e construímos parcerias boas para todos”.

Além disso, é preciso jogo de cintura para conciliar a vida pessoal e profissional. Ela conta que certa vez uma funcionária sua atendeu à uma ligação do seu filho que tinha uma dúvida de matemática. Como ela estava no meio de uma reunião com o presidente, a funcionária esclareceu a dúvida. “Isso é parceria total, todo o meu time é assim”.

E para finalizar, aconselha: “Salto alto é “super feminino”, mas só combina com marketing nas festas de gala porque no dia a dia é mão na massa mesmo, as ações têm que acontecer e perder prazos é impensável, então é arregaçar as mangas e se juntar a toda a equipe para fazer acontecer”.

## “UM PROFISSIONAL DE MARKETING NUNCA PODE SE DAR POR SATISFEITO”

Formada em Publicidade pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, trabalhou na Fundação Roberto Marinho como assistente de marketing e na Salles, que hoje é a Publicis Norton, como coordenadora de mídia. Em 2001 entrou na UIP como coordenadora de mídia. Seu primeiro salto foi assumir a gerência de marketing para a América Latina, onde ficou por 10 anos.

“Foi um período de bastante aprendizado. Você imagina que eram pelo menos 12 países, era um trabalho muito rico porque cada país tem uma realidade, um número diferente de cinemas e os consumidores se comportam de forma diferente”, conta.

Em 2012, Luciana criou o departamento de Trade da Paramount no Brasil ao lado de César

### LUCIANA FALCÃO

(DIRETORA DE MARKETING DA PARAMOUNT)

Silva e foi chamada para ser a diretora de marketing da distribuidora, onde está até hoje.

Dentre os desafios profissionais, ela cita o primeiro *talent tour* que fez no Brasil para a Paramount com a cantora Kate Perry. “Foi muito desafiador porque só tivemos 1 mês para executar o projeto, mas também porque eu estava chegando e era uma responsabilidade muito grande”, conta a executiva que já trouxe ao Brasil os astros Tom Cruise e Arnold Schwarzenegger.

“Um dos maiores desafios, não só para mim, mas para a indústria toda, foi entrar nesse mundo digital. As redes sociais, YouTube, Facebook, mídia programática, todas essas

novidades são um desafio porque você sai daquela mídia tradicional e tem que entrar nesse mundo digital. E o bonito para mim é o que essa nova geração de equipes de marketing vem fazendo, que é justamente se reinventar”, completa.

Seu maior aprendizado ao longo desses 15 anos foi planejamento. “Planejar é muito importante. Eu espero que eu continue aprendendo porque eu acho que um profissional de marketing nunca pode se dar por satisfeito, tem que buscar informação”.

Para ela, por trás de todo o glamour do trabalho com cinema, tem muita dedicação. “É muito trabalho, mas é divertido, não tem rotina. Então às vezes a gente sofre, mas depois ri bastante”.

### PATRICIA KAMITSUJI

(DIRETORA GERAL NO BRASIL DA JOINT OPERATION FOX/WARNER)

Ela começou na indústria cinematográfica em 1996 na Cinemark, em Dallas, antes da abertura da empresa no Brasil. Por lá, trabalhou na área de operações e teve treinamento em praticamente todas as áreas, inclusive auditoria de cinemas e projeção de filmes. Em 1999 foi contratada pela Hoyts General Cinema como diretora geral para abertura da empresa no Brasil e ficou até dezembro de 2002, quando foi para a Fox como diretora de vendas. Em 2006, Patricia foi promovida à diretora geral da Fox e, em 2012, tornou-se a diretora geral da Fox e da Warner.

Um dos seus grandes desafios foi comandar o início da *joint operation* da Fox e da Warner Bros. no Brasil, inclusive, estando grávida na época.

“Uma operação de *joint* demanda muito trabalho porque são duas empresas, cada uma com sua cultura e equipe que passam a trabalhar sob o mesmo teto com mudança de sistema, adequação de procedimentos



etc. — e eu estava grávida do meu segundo filho”, conta ao revelar sua admiração pelas mulheres que, além de performar na empresa, ainda têm que cuidar dos filhos.

## “TEMOS QUE DIGITALIZAR A INDÚSTRIA, O PENSAMENTO, AS AÇÕES E NÃO SOMENTE OS PROJETORES”

A executiva revela que o seu grande aprendizado no negócio é ouvir os exibidores, mas ao mesmo tempo desafiá-los a modernizar e atrair cada vez mais espectadores para os cinemas. “Temos que digitalizar a indústria, o pensamento, as ações e não somente os projetores”.

Para trabalhar com cinema, além dos requisitos normais de qualquer empresa, a executiva diz que é preciso ter paixão. “O que faz a nossa indústria tão especial e com profissionais que trabalham há tanto tempo é contar com pessoas que adoram seu trabalho. Sou formada em Administração de Empresas e a princípio poderia trabalhar em qualquer setor, mas quando tive a oportunidade de trabalhar no *startup* de uma empresa que construiria cinemas no Brasil, achei fascinante e desde então não saí mais dessa indústria. Completarei 20 anos em 2016”.

## MARICY LEAL

(GERENTE DE MARKETING DA CINEMARK)

Formada em Propaganda e Marketing pela faculdade Emerson Solage, em Boston, começou sua carreira em cinema com um estágio na Low Cineplex, após passar por grandes agências de publicidade como a McCann-Erickson e a DTV. Quando voltou ao Brasil, a Cinemark tinha apenas dois anos, foi então que começou em operações, onde ficou por 10 meses e logo migrou para o marketing. Hoje, são mais de 16 anos de empresa. Mas sua ligação com o cinema já vinha de muito tempo. Sua mãe foi dona de locadora durante 20 anos.

“Eu acho que, lá no fundo, já tinha uma sementinha plantada e, com o passar dos anos, a paixão foi virando amor”.



## “A CADA OBSTÁCULO QUE VOCÊ ENFRENTA, ACABA SOMANDO PARA NO FINAL EVOLUIR”

Conciliar a carreira com a vida pessoal nem sempre é fácil. “A mulher ainda carrega um peso muito grande em casa. Conciliar isso com o trabalho, ainda é um grande desafio”, conta.

É na soma do dia a dia que Maricy acumula aprendizados. “A resiliência e a experiência contam muito. A cada ano, a cada obstáculo que você enfrenta, seja ele um erro ou um aprendizado, acaba somando para no final você evoluir”.

Na área de marketing, ela ressalta que é preciso ficar atento às oportunidades, às tendências do mercado, afinal, essa é uma área muito dinâmica e com muitas mudanças.

## “IR AO CINEMA É COMO IR A UM TEMPLO, NÃO É SÓ O TRABALHO, VOCÊ FICA ALI COMPLETAMENTE DENTRO DA HISTÓRIA”

## CAMILA PACHECO

(DIRETORA DE MARKETING DA FOX)



Começou sua trajetória profissional na área de promoções na RMB (Refinações de Milho Brasil), que depois foi incorporada pela Unilever. Trabalhou também na agência Núcleo de Promoções, onde atendia a conta da Fox, na divisão de *home entertainment*.

Camila entrou na Fox em 2004 trabalhando tanto para a área de cinema como para *home entertainment*, fez promoções durante nove anos, em 2008 assumiu a área digital da Fox América Latina e, em 2012, assumiu a diretoria de marketing. Sua formação é em Comunicação Social pela ESPM, com especialização em marketing e publicidade, e pós-graduação em Gestão Cultural e Evento pela ECA.

“Eu sou abençoada, nunca passei por um trabalho em que eu não gostasse ou não estivesse feliz, então não tive muita dificuldade, sempre tracei metas muito altas. A partir do momento em que eu atingia metas, eu aumentava, colocando mais desafios nas minhas atribuições”.

Dentre os desafios profissionais, Camila cita o Réveillon de Copacabana temático de **Rio 2**. “Era algo que nunca tinha sido feito, um evento de proporção gigantesca. Foi um grande

desafio chegar ao final e conseguir fazer. Teve a dedicação de todos os envolvidos, da Fox, da prefeitura do Rio, da Fox Los Angeles, enfim, foi um projeto muito grande”.

Trabalhar com cinema é motivo de muito orgulho e um aprendizado constante. “Passar por todas essas mudanças que o mercado de cinema teve nos últimos anos serve de aprendizado diário. É muito dinâmico, orgânico. É preciso estar sempre antenado e com a capacidade de se reinventar”.

Para ela a paixão e a dedicação nessa área andam juntas. “Se você faz com paixão, com vontade, não tem como dar errado. Sempre fui apaixonada por cinema. Para mim, ir ao cinema é como ir a um templo, não é só o trabalho, você fica ali completamente dentro da história, do que está se passando”.

Suas memórias incluem momentos mais que especiais. “Ainda lembro daquela menininha que eu era em Campinas, fascinada pelos artistas, pelo cinema. A primeira vez que eu entrei em um estúdio da Fox, chorei copiosamente, parecia uma criança no parque de diversões porque eu nunca pensei em estar lá, que era possível chegar lá”.

## BEATRIZ PASSOS PUPO

(DIRETORA FINANCEIRA E TI DA MOVIECOM)



Graduada em Análise de Sistemas pela PUC-Campinas e com MBA em Gestão Empresarial pela FGV Management, ela está há 14 anos na Moviecom. Sua experiência profissional ainda inclui passagens pela IBM Brasil, Itautec, ITG e KMC.

Com o mercado de TI em constante ascensão, Beatriz não enfrentou grandes dificuldades, mas teve como desafios se manter em um processo contínuo de aprendizado para estar sempre atualizada em relação às novas tecnologias.

Apesar de atuar em uma área técnica, a executiva nasceu e cresceu no ambiente cinematográfico. “Faço parte da terceira geração de uma família que começou a trabalhar com distribuição e atualmente se dedica

## “ACABEI SENDO SEDUZIDA PELO NEGÓCIO, QUE ATÉ HOJE ME FASCINA”

ao mercado de exibição. Havia trabalhado mais de dez anos na minha área de formação (Análise de Sistemas) e, quando voltei dos Estados Unidos, meu pai e os meus irmãos estavam em franco desenvolvimento com a Moviecom. Na época dedicavam muitos esforços na informatização do negócio e enxergamos que meu envolvimento seria interessante. Acabei sendo seduzida pelo negócio, que até hoje me fascina”, revela.

Um dos maiores aprendizados que teve no mercado de exibição foi conciliar áreas distintas no mesmo negócio. “O mercado de exibição envolve tanto a parte de serviço como a de comércio e é um mercado com características muito específicas, com a concorrência cada vez mais acirrada”, explica Bia.

## “17 ANOS EM UMA ESTRANHA HISTÓRIA DE AMOR”

Entrou na Cinemark em setembro de 1998 como estagiária de arquitetura no departamento de expansão. A vaga foi uma indicação da mãe, que lhe entregou um anúncio de jornal enquanto ela ainda era estudante. Desde então se passaram 17 anos sempre no mesmo departamento. Em 2011 foi promovida como diretora de expansão.

“Recém-chegada no País e com o conceito multiplex pouco conhecido, minha mãe

### ANDREA PUPPO

(DIRETORA DE EXPANSÃO DA CINEMARK)

repetia a todo momento: Olha lá hein, esse povo de cinema é sempre bem estranho”, brinca, “e lá se vão 17 anos de uma ‘estranha’ história de amor pelo que faço”.

Como desafio profissional, Andrea comenta que é manter a empresa sempre como líder do mercado e referência de parceria junto a outros empreendedores. Já no âmbito

pessoal é tentar equilibrar os papéis de mãe, filha e esposa, principalmente no posto de executiva que viaja bastante.

A capacidade rápida de adaptação e adequação às novas situações é apontada como seu maior aprendizado no mercado.

Seu conselho aos profissionais é: “Orgulhem-se. Trabalhamos em uma indústria que antecipa e define a diversão de milhões de pessoas”.

## JULIANA RIBAS

(DIRETORA DE MARKETING DA UNIVERSAL PICTURES BRASIL)

Formada em Publicidade e Propaganda pela FAAP e com MBA na ESPM, ela praticamente nasceu em uma produtora de cinema. Seu pai, Walbercy Ribas, é um premiado publicitário da área de animação e comanda sua produtora, a Start Anima, há mais de 50 anos.

Com apenas 15 anos ela passou a trabalhar oficialmente com o pai e aos 17 assumiu a produção executiva do longa **O Grilo Feliz** (2001).

“Neste trabalho pude aprender e participar de todas as etapas da produção de um filme, desde o roteiro até o lançamento, que foi

## “MINHA CARREIRA ATÉ HOJE FOI CHEIA DE DESAFIOS, NENHUMA DAS OPORTUNIDADES FOI FÁCIL”

todo coordenado por mim. Foi então que tive a primeira experiência no marketing de lançamento de filmes para cinema”, conta.

O sucesso do lançamento do filme possibilitou que Juliana aumentasse seus contatos e participasse da seleção para a primeira vaga na Fox Film para cuidar da área de produção nacional. Após quatro anos como gerente de produções locais, foi convidada para assumir o cargo de gerente de marketing da Fox, onde ficou por mais quatro anos e meio.

Depois de passar um ano na diretoria de marketing da PlayArte, foi convidada para o mesmo cargo na Universal Pictures em 2013.

“Logo em julho de 2013 o acordo com a Sony se iniciou e pude começar a contratar as pessoas que fariam parte da primeira equipe de marketing exclusiva da Universal Pictures no Brasil. Felizmente, tudo deu certo e tivemos o maior ano da história da Universal em 2015”, comemora.

Juliana conclui dizendo que sua carreira foi cheia de desafios, nenhuma das oportunidades foi fácil, mas cada uma delas a ajudou a crescer, aprender e chegar onde está. “Sou grata a todos que fizeram parte dessa história e espero manter essa trajetória de sucesso por muitos e muitos anos”.

## “O PROFISSIONAL PRECISA MESCLAR UM POUCO A VEIA PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E AGÊNCIA DE PUBLICIDADE”

**CRISTIANA RODRIGUES**  
(MARKETING DA DOWNTOWN FILMES)

Ela já trabalhou em assessoria de imprensa, departamento de comunicação e até Relações Públicas do Caesar Park, mas foi no departamento de marketing da Lumière, onde ficou por 10 anos, que começou sua relação com o cinema. Agora, como responsável pelo departamento de marketing da Downtown Filmes, completa 10 anos de empresa.

“Cada filme é um desafio porque a gente tem que estudar bem o perfil do público-alvo e a estratégia de lançamento. Um desafio especial na minha profissão foi o lançamento de **Cidade de Deus**, que mobilizou não só a distribuidora, mas o mercado como um todo”, conta.

Lançar filme nacional é também um desafio constante, mas o aprendizado é diário.

“Aprendemos todos os dias, mas acho que o maior aprendizado é saber os melhores caminhos que vão fazer com que aquele produto funcione bem no ponto de venda. Que o espectador se sinta instigado a assistir, que o filme chame a atenção e tenha um resultado expressivo”.

Aos novatos que desejam ingressar na área, Cristiana indica que é preciso ser um pouco de tudo. “O profissional de distribuição precisa mesclar um pouco a veia produção, botar o bloco na rua, captar parceiro promocional e ao mesmo tempo ter uma pegada de agência de publicidade, ou seja, ter sagacidade, juntar agência de publicidade com produção”.

## “É PRECISO TENTAR ANTECIPAR O CONHECIMENTO E COMO VOCÊ IMAGINA QUE O MERCADO VAI SER DAQUI A ALGUM TEMPO”

**BEATRIZ SCHIMIDT**

(DIRETORA DO ESPAÇO ITAÚ)

Formada em direito, trabalhou em três escritórios de advocacia, mas foi no cinema que encontrou parada definitiva. Em 1996 trabalhou no jurídico do Unibanco e lá teve oportunidade de migrar para outras áreas como RH.

“Em RH tive a oportunidade de ter uma visão de empresa, de gestão de pessoas, gestão de finanças e, nessa época, o Unibanco, como sócio da empresa de cinema, estava buscando uma pessoa para fazer a gestão financeira, administrativa e como eu gosto de desafios, aceitei. Me candidatei para assumir esse negócio de cinema dentro do banco e aí foi assim que migrei para a área de cinema”.

A dinâmica do mercado lhe deu uma diversidade profissional imbatível e é uma das coisas que mais lhe fascina.



“É um mercado que está mudando muito, principalmente agora com a questão da digitalização. Tem que conhecer muito o mercado, as pessoas olham de fora e imaginam o que é trabalhar com o cinema, mas você tem que conhecer todas as variáveis, o que compõe toda a cadeia, o que é produção, como é a distribuição, como é a exibição, como essas três coisas se misturam e se comunicam. É preciso antecipar o conhecimento e como você imagina que o mercado vai ser daqui a algum tempo”, indica.

Ao completar quase oito anos nesse mercado, Bia comenta que as duas mudanças na sua carreira, tanto de área como de profissão, foram seus principais desafios, mas a mágica do cinema a escolheu e assim ela se vê “velhinha trabalhando com cinema, cuidando das salinhas”.

Dentre as executivas bem-sucedidas no mercado cinematográfico, podemos citar ainda D. Elda Coltro (PlayArte), Andrea Dourado (Sony), Denise Novais (Warner), Martha Cavalheiro (Fox), Roberta Fraissat (Disney), Mônica Portella (UCI), Adriana Cacace (Flix Media) e Eliete Moraes (Imagem Filmes). No Portal Exibidor você encontrará, durante as próximas semanas, as entrevistas individuais completas com as executivas citadas nesta reportagem.

# NÓS EVOLUÍMOS COM O MERCADO

2001

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

2006



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

2007

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

2008



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

2009

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

2011

E

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

2012 **tonks host**

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

2014



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

2016



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

2013

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

2015

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

**tonks**

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

# A PAIXÃO DE TARANTINO VAI DO FILME ÀS SALAS DE CINEMA

POR: IGOR KUPSTAS

**NESSE RECESSO DE FIM DE ANO** passei uma semana em Miami, onde tive a chance de assistir à versão “Roadshow” do **Os 8 Odiados** (*The Hateful Eight*), novo filme do Quentin Tarantino, projetado em 70mm.

## ROADSHOW - O CINEMA TEATRAL

O formato “Roadshow” se consagrou nos anos 1950 em Hollywood e consiste em um lançamento limitado aos principais centros urbanos de um filme que, via de regra, era apresentado em um corte exclusivo, geralmente com algumas cenas extras, um prelúdio e um intervalo, e que depois era lançado no país todo em um formato mais enxuto.

O prelúdio servia para colocar os espectadores no clima. Por uns 15 minutos, a audiência ouvia as principais músicas da trilha sonora antes do filme começar, no “Overture”. O fim da música era marcado pelo abrir das cortinas no cinema e a revelação da telona. Um ritual que faz falta pra muita gente.

O filme parava durante a sessão para um intervalo, no qual as pessoas iam ao banheiro, comprar algo na bomboniere ou fumar. Alguns filmes entregavam programas com informações sobre a produção.

O “Roadshow” nos EUA tinha lugares marcados em vários cinemas antes disso ser comum, o ingresso era mais caro e as pessoas se vestiam bem, tal qual para ir à ópera. Aliás, esta mistura de experiência dos musicais e teatro era o grande diferencial, uma resposta ao começo da era do televisor e do *home entertainment*.

Curiosamente, eu me lembro, nos anos 80, quando eu tinha uns 9 anos, de

ver o corte “Roadshow” no VHS duplo (ou triplo?) do filme **Ben-Hur** (*Ben-Hur*, 1960), o que não fazia nenhum sentido pra mim à época (e não faz muito até hoje). Em casa, ver uma tela parada por 10 minutos de música no Overture era um pedido pra apertar a tecla FF.

## A EXPERIÊNCIA TARANTINO

Desde o primeiro filme, **Cães de Aluguel** (*Reservoir Dogs*, 1993) a marca de Tarantino é a reverência a estilos, músicas e experiências cinematográficas. Pesquisador e fã voraz, Tarantino trouxe de volta o cinema independente, o pulp, o surf rock e atores engavetados. Um dos maiores defensores da película em Hollywood (juntamente a Christopher Nolan e Martin Scorsese), ele filmou **Os 8 Odiados** em 65mm, UltraPanavision, formato widescreen 2.76.1 que não era utilizado desde 1966 (tem um vídeo bem legal sobre no site oficial do filme, veja em: [tonk.es/roadshowhatefulight](http://tonk.es/roadshowhatefulight)).

Na sessão, o filme teve a abertura com a música de Ennio Morricone, o Deus das trilhas sonoras de faroeste, e um intervalo de 12 minutos em que eu sai e tive tempo de comprar pipoca. No total, o corte do filme teve 20 minutos a mais, com 6 minutos de cenas extras.

A sala, no entanto, não era uma gigante construção para 900 pessoas como o antigo Astor, que eu tanto adorava na Avenida Paulista, mas uma sala típica de multiplex, o que me decepcionou um pouco. Eu es-

perava talvez algo na dimensão do Marabá, mas a experiência foi reduzida a uma janela diferenciada em uma tela comum. Confesso que me atrapalhou nos primeiros 20 minutos, mas depois eu mergulhei.

A Diamond, distribuidora do filme no Brasil, tentou reproduzir o processo por aqui, mas teve limitações técnicas, uma vez que praticamente não existem mais projetores 70mm no País.

Goste dos seus filmes ou não, são malucos como o Tarantino que lutam para manter vivas as tradições dos filmes que fizeram desta arte e do espaço do cinema um ambiente de devoção. E em tempos que muito se discute a “experiência cinematográfica”, é interessante ver que muito do que se aponta como tendência era feito há mais de 60 anos. Assim como o Tarantino faz com seus filmes e roteiros, todos podemos reciclar e trazer nossa paixão pela sétima arte de volta em seus mínimos detalhes, da película à cadeia, à tela. A diferença está nos detalhes. ■



**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.



# 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



FEVEREIRO 2016 EXIBIDOR 49  
www.gdc-tech.com



“CARROSSEL” TEVE ÓTIMOS RESULTADOS. SEQUÊNCIA JÁ ESTÁ EM GRAVAÇÃO

# GRANDES “PEQUENOS” LANÇAMENTOS

APARENTEMENTE ELES SÃO FILMES “PEQUENOS”, MAS, QUE SE CONFIRMAM COMO SUCESSOS QUANDO SÃO LANÇADOS. PARTE DESSE RESULTADO É GRAÇAS AO OLHAR DIFERENCIADO DA DISTRIBUIDORA AO LANÇAR O PRODUTO

POR NATALÍ ALENCAR | FOTOS DIVULGAÇÃO

**NEM SÓ DE BLOCKBUSTER** vive a indústria cinematográfica, mas de todo filme que tem uma boa história e potencial para atrair público. Assim, as distribuidoras inovam, criam estratégias para apresentar novos produtos e comprovam que não há apenas receitas prontas para o sucesso, mas sim formas criativas para mostrar histórias diferentes.

O mercado está repleto de bons exemplos e 2015 foi um ano com uma safra que surpreendeu. Para além das fronteiras de sucessos já esperados e marcas consolidadas, pode-se citar a bilheteria de produções

que se destacaram seja pela temática, pelo conteúdo ou ainda pelo potencial de negócios que geraram como **Carrossel**, o **Filme** e **O Pequeno Príncipe** (*Le Petit Prince*), ambos da **Paris Filmes**; **Que Horas ela Volta?**, distribuído pela **Pandora Filmes**; e, mais recentemente, **O Quarto de Guerra** (*War Room*), da **Canzión Filmes**.

## ENTENDER E DIALOGAR COM O PÚBLICO

**O Pequeno Príncipe** estreou em 20 de agosto, após ter pré-estreia paga em mais de 350 salas. Na ocasião, ocupou o segundo lugar no ranking brasileiro com 330 mil ingressos, mas nas três semanas seguintes liderou o Top 10 Brasil (respectivamente com público de 282 mil, 407 mil e 200 mil). No ranking de presença

nos complexos, a animação estreou em 76%, em seguida aumentou para 82% e 89%, nas duas semanas posteriores se manteve com presença superior a 80%. No total, o filme atraiu mais de 2 milhões de pessoas. Os números mostram o crescimento após a estreia e um resultado final surpreendente para o segundo território a lançar a produção, após a França.

Gabriel Gurman, diretor de marketing da **Paris Filmes**, explica que o filme foi trabalhado com a proposta de popularizar o conteúdo, parte graças à escolha dos dubladores (Larissa Manoela, com forte apelo

para o público infantil) e Marcos Caruso (ator bastante conhecido pelo público adulto). E, para isso, as redes sociais contribuíram bastante. “Fizemos praticamente duas campanhas separadas em todas as redes. Uma dialogando com um público mais popular, deixando realmente na linguagem que ele está acostumado a ver, com um tipo de conteúdo que ele tem interesse, e outra totalmente compartilhável com as frases da obra já bem conhecidas pelos fãs. Eu acho que esses dois públicos diferentes acabaram se somando de alguma forma. Conseguimos entender bem os dois, as demandas e diferenciamos para somar”.

O profissional esclarece que foi preciso entender de que maneira, por meio da linha de comunicação, era possível atingir de forma eficaz cada um desses públicos, sem que um atrapalhasse o outro.

Outro caso de sucesso da Paris Filmes é **Carrossel**, que inclusive lhe rendeu o Prêmio ED 2015 de Surpresa do Ano. (Veja mais na página 54).

O primeiro filme da Paris Produções chegou após um longo hiato em que a safra de filmes nacionais voltado ao público infantil não chegava perto da época de ouro dos **Trapalhões** e **Xuxa**.

**Carrossel** chegou às telonas em 23 de julho e manteve durante quatro semanas sua presença em mais de 80% dos complexos. Por três semanas seguidas esteve em terceiro no Top 10 Brasil respectivamente visto por 459 mil, 358 mil e 170 mil pessoas. No total, o filme levou mais de 2,5 milhões de pessoas aos cinemas.

Gurman conta que o filme era uma incógnita e que foi preciso amadurecimento da equipe para quebrar pré-conceitos. Além disso, foi preciso dialogar de maneira diferente com faixas etárias específicas.

“Estávamos tratando as crianças como crianças e percebemos que eles queriam ser tratados como ‘aspirantes’ a adolescentes. No começo falávamos ‘e aí, galerinha?’, mas não é ‘galerinha’, é ‘galera’. A partir do momento em que entendemos essa linguagem e o que eles esperavam, aí foi o nosso ganho. Tinha um tipo de comunicação para crianças de 4 a 7 anos, outro para de 8 a 11 e outro para de 12 a 14”, comenta.

A estratégia também contou fortemente com o suporte das redes sociais, inclusive com a participação dos mini-youtubers.

“Olhando para trás, foi a maior surpresa de todas porque foi preciso mudar nossa postura. Os exibidores encorajaram bastante e o aumento do circuito veio também por conta de um pedido deles que entraram com outra opção e depois se arrependeram”, revela.

Pouco mais de um mês após ter saído de cartaz, a produção entrou no Netflix e continuou dialogando com o seu público e mantendo a marca forte até o anúncio do segundo filme, já previsto para estrear em julho deste ano.

Outra aposta da distribuidora é **Os Dez Mandamentos – O Filme** que, somente na pré-venda, vendeu 3,2 milhões de ingressos até o fechamento dessa edição. Com o sucesso confirmado, a produção representa a segunda vez que a Paris emplaca um filme com origem de TV fora do selo Globo Filmes.

#### APOSTAR EM NOVAS TEMÁTICAS E NICHOS ESPECÍFICOS

Após alcançar mais de 8 milhões de espectadores nos EUA, o filme **Quarto de Guerra** foi destaque no ranking de melhor média de público por sala



“O QUARTO DE GUERRA” TEVE A MELHOR MÉDIA DE PÚBLICO DURANTE ALGUMAS SEMANAS APÓS O LANÇAMENTO

“O PEQUENO PRÍNCIPE” AMPLIOU CIRCUITO DE EXIBIÇÃO APÓS ESTREIA





FAMA INTERNACIONAL RESULTOU EM BOA BILHETERIA PARA “QUE HORAS ELA VOLTA?”

em três semanas seguidas. O filme foi lançado no Brasil em 03 de dezembro em apenas 46 salas, aumentou gradativamente as exibições e chegou à terceira semana em 74 salas. Até o fechamento desta matéria, o filme já havia contabilizado 323 mil ingressos vendidos. A princípio o filme entrou apenas na rede Cinépolis, mas aos poucos chegou a outros cinemas do País.

“Após o sucesso e procura do público, os exibidores se interessaram pelo filme que se manteve na segunda cine-semana, abrindo mais 20 novas salas e expandindo para novas redes de cinemas. Na terceira semana outras 23 novas inserções foram confirmadas no circuito”, afirma Gilsemar Silva, diretor executivo da Canzión Films, distribuidora do longa.

Ele explica que o filme trabalha com dois temas fortemente presentes em nosso cotidiano como o relacionamento conjugal ou familiar e a oração. Assim, a estratégia inicial foi desenvolvida sobre esses dois pilares para alcançar o grande público. Após o sucesso da estreia novas ações foram realizadas nas praças onde o filme já era exibido.

“Em tempos de crise como a que vivemos atualmente no Brasil, na qual valores se perderam, o filme aborda, sem titubear, temas como o divórcio, que cresceu 160% em 10 anos, apontando um caminho para as famílias superarem as estatísticas. Não existe uma receita para o sucesso, mas sim uma estratégia específica para cada lançamento”, declara.

#### FORTIFICAR A PRESENÇA DO FILME NA IMPRENSA

Graças às boas críticas e por ser escolhido para representar o Brasil na disputa de uma vaga para Melhor Filme Estrangeiro no Oscar, embora tenha ficado de fora da premiação, **Que Horas Ela Volta?** teve um aumento considerável em suas salas.

Em sua quarta semana, o longa chegou a 18 novas cidades. A produção estreou em 27 de agosto em apenas 91 salas, fazendo uma média de 287 espectadores. Na segunda semana, diminuiu para 69, na terceira subiu para 78 telas e depois aumentou a presença em mais 70 novas salas, um crescimento de 90% do circuito.

Segundo o diretor da Pandora Filmes, a carreira internacional do filme contribuiu muito e o filme atingiu um resultado muito além para um filme nacional que não é blockbuster.

“Acho que tem a especificidade do filme, tínhamos uma diretora muito atuante, uma atriz muito conhecida e uma carreira internacional muito boa, o que permitiu que a gente usasse esses ativos”, diz André Sturm.

Parte da estratégia consistiu em fazer com que o filme fosse citado no maior número possível de veículos, com matérias, críticas e entrevistas. “Enfim colocar o filme realmente na mídia. Fizemos um trabalho grande em redes sociais, criamos páginas e maneiras das pessoas seguirem os acontecimentos do filme. Foi realmente uma maratona de dois meses para colocar o filme em evidência”.

**Que Horas ela Volta?** vendeu 454 mil ingressos.

Dessa forma as distribuidoras quebram paradigmas, barreiras e propõem soluções para mostrar ao exibidor e ao público final que nem só de comédias nacionais ou grandes produções vive o mercado de exibição, mas sim da pluralidade e versatilidade, bem típicos do Brasil. Porque não existe filme bom ou ruim, mas sim aquele que consegue dialogar e criar identificação com o espectador. **E**

# CINEMARK MANIA

O PROGRAMA DE VANTAGENS MAIS DIVERTIDO DO BRASIL.

PROMOÇÕES

DESCONTOS

CINEMARK  
MANIA

INGRESSO  
GRATUITO\*

UM  
BRINDE  
POR SEMANA

ADQUIRA JÁ O SEU  
CARTÃO NAS BILHETERIAS.

DEPOIS É SÓ SE CADASTRAR NO SITE  
DA CINEMARK PARA COMEÇAR A APROVEITAR  
TODOS OS BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS  
E GANHAR UM INGRESSO, QUE VALE  
PARA QUALQUER SESSÃO DE 2ª A 5ª,  
INCLUSIVE PARA AS SALAS 3D E XD.

\*ACESSE O REGULAMENTO EM [CINEMARK.COM.BR/CINEMARKMANIA](http://CINEMARK.COM.BR/CINEMARKMANIA) E SAIBA MAIS.

CINEMARK®  
MANIA

[f](#) [t](#) [v](#) [y](#) [cinemarkoficial](#) [cinemark.com.br](#)

CINEMARK®

É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.

# 8º PRÊMIO ED DESTACA O TRABALHO DA FOX/WARNER E CINEMARK

DISTRIBUIDORA CONQUISTA QUATRO TROFÉUS E EXIBIDORA LEVA TRÊS. GLÓRIA PIRES FOI UMA DAS HOMENAGEADAS

POR SAMARA VENTURA E NATALÍ ALENCAR | FOTO DIVULGAÇÃO

A **COOPERAÇÃO MÚTUA** entre os dois grandes pilares da cinematografia, a exibição e a distribuição, gera sempre motivos para celebrar. Afinal, entre exibidores e distribuidores, quem é que vive sem o outro?

Assim, o mercado chegou à 8ª edição do Prêmio ED que, pela primeira vez, foi realizado dentro de uma sala de cinema. Quem cedeu o espaço foi o Kinoplex Itaim (São Paulo). Parte da mudança é reflexo do atual panorama econômico do País, porém em nada alterou a grandiosidade da festa.

Embora já bastante acostumado com a premiação, “seu” Eli Jorge Lins de Lima não conteve o nervosismo por conta da

presença de uma das atrizes de maior contribuição para a cinematografia nacional, Glória Pires, que foi homenageada com o Troféu Profissional do Cinema Nacional.

“O Prêmio ED é uma celebração muito especial e quem recebe não esquece nunca. Gostaria de agradecer o apoio de todos e vamos continuar crescendo. 2015 foi um ano difícil, mas esperamos que o próximo seja melhor porque o brasileiro é apaixonado por seu País”, afirmou o então presidente do SEECESP (Sindicato Empresas Exibidoras Cinematográficas Estado São Paulo) e da Centerplex em um dos seus últimos momentos junto ao mercado cinematográfico. Na ocasião, ele sinalizou seu desejo em fazer uma grande festa quando o Prêmio ED chegar a 10 edições.

No segmento Exibição, a grande contemplada foi a Cinemark com três prêmios: (Destaque Cinema Inaugurado em Capital e Região Metropolitana [SP], Destaque Profissional de Programação para Vinicius Pagin e Destaque Equipe de Marketing).

Outro grupo exibidor que se destacou foi a Cinesystem com dois troféus (Profissional de Marketing para Sâmara Kurihara e Grupo Exibidor com 100 ou mais salas). Já a gaúcha GNC foi contemplada com o Destaque Complexo de Cinema Inaugurado no Interior pela unidade em Balneário Camboriú (SC) e a mineira Cineart recebeu o Destaque Grupo Exibidor com até 99 salas.

No segmento de Distribuição, a grande vencedora foi a Fox/Warner que conquistou quatro prêmios: Destaque Equipe de Vendas; Destaque Profissional de Programação para André Vinicius; Destaque Profissional de Marketing para Rodrigo Fante e Destaque Empresa de Distribuição.

“Essas duas equipes trabalham incansavelmente para fazer o melhor, não importa o tamanho do filme ou o estúdio, fazemos o melhor para cada um. É um prazer trabalhar, ter ideias e conseguir vibrar com os resultados de cada sala”, comentou Patricia Kamitsuji, diretora no Brasil da Fox/Warner.

A Fox Film acumulou seu sétimo troféu na categoria Destaque Equipe de Marketing e a Warner recebeu o Desta-

que Campanha de Lançamento em até 299 Salas no fim de semana de abertura por **Magic Mike XXL**. Paris e Universal também foram premiadas respectivamente com o Destaque Surpresa do Ano para **Carrossel, O Filme** e Destaque Campanha de Lançamento em 300 ou mais Salas para a animação **Minions**.

O Prêmio ED foi finalizado com um almoço e muita confraternização entre os participantes. Para 2016 a cerimônia está marcada para 08 de dezembro e infelizmente não terá mais a presença de dois grandes líderes e entusiastas do mercado cinematográfico, “seu” Eli Jorge de Lima e José Maria Oliveira, lembrados eternamente por terem não só criado o Prêmio ED, mas por terem contribuído com muito trabalho e empenho para o crescimento do mercado. **E**

## UMA SINGELA HOMENAGEM PARA GRANDES PROFISSIONAIS

O Troféu Alexandre Adamiu foi entregue a Jairo Nogueira, gerente de programação da California Filmes. Conhecedor de diversas áreas da indústria do cinema, o profissional contribui com o mercado há 25 anos. “Fiquei muito feliz com a homenagem. É muito gratificante. Acredito que é preciso ter dedicação, pois este é um segmento bastante específico”, indicou o profissional.

Já o Troféu Francisco Campos foi entregue a Jaime Tavares, ex-gerente de vendas da Paris Filmes. Um importante nome do setor com atuação em distribuição e exibição em diversas empresas por mais de cinco décadas.

Com muita emoção, “seu” Eli comentou sua relação com Tavares. “Fiz questão de entregar este troféu pois o conheço há muitos anos. É o reconhecimento por seu trabalho e honestidade”. Eli e Tavares cultivaram uma bonita amizade de muitos anos.

Marcio Fraccaroli, CEO da Paris Filmes, também falou sobre sua relação com o homenageado. “Ganhei um amigo para o resto da vida e tive o privilégio de tê-lo sempre ao meu lado”. Jaime Tavares agradeceu a homenagem aos amigos e à plateia.

O Troféu Profissional do Cinema Nacional foi entregue por Patricia Kamitsuji, diretora geral da Fox/Warner no Brasil, à atriz Glória Pires, que conta com mais de 15 de títulos em sua filmografia e é responsável por levar mais de 16 milhões de espectadores aos cinemas. Bastante alegre, a atriz que estreou recentemente o filme **Linda de Morrer** agradeceu: “Eu fiquei muito emocionada com essa indicação. Todo mundo que é envolvido com o cinema sabe como é trabalhoso. Mas, de alguma forma, é um lugar que me faz respirar, me alimenta”, declarou.

Confira detalhes no **Portal Exibidor**: [tonk.es/premioed2015](http://tonk.es/premioed2015).

## DESTAQUES 2015

### EXIBIÇÃO

#### **Destaque Cinema Inaugurado em Capital e Região Metropolitana**

Cinemark Cidade São Paulo (São Paulo-SP)

#### **Destaque Cinema Inaugurado no Interior**

GNC Camboriú (Balneário Camboriú-SC)

#### **Destaque Profissional de Programação**

Vinicius Pagin (Cinemark)

#### **Destaque Equipe de Programação**

Kinoplex

#### **Destaque Profissional de Marketing**

Sâmara Kurihara (Cinesystem)

#### **Destaque Equipe de Marketing**

Cinemark

#### **Destaque Grupo Exibidor com até 99 Salas**

Cineart

#### **Destaque Grupo Exibidor com 100 ou mais salas**

Cinesystem

### DISTRIBUIÇÃO

#### **Destaque Campanha de Lançamento em até 299 Salas**

Magic Mike XXL (Warner)

#### **Destaque Campanha de Lançamento em 300 ou mais Salas**

Minions (Universal)

#### **Destaque Surpresa do Ano**

Carrossel, O Filme (Paris Filmes)

#### **Destaque Profissional de Programação**

André Vinicius (Fox/Warner)

#### **Destaque Equipe de Vendas**

Fox/Warner

#### **Destaque Profissional de Marketing**

Rodrigo Fante (Fox/Warner)

#### **Destaque Equipe de Marketing**

Fox Film

#### **Destaque Empresa de Distribuição**

Fox/Warner

### HOMENAGEADOS

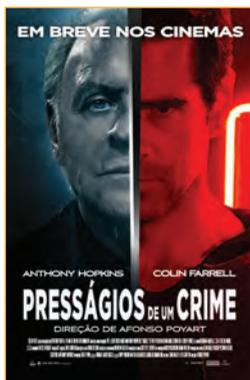
Troféu Alexandre Adamiu – Jairo Nogueira

Troféu Francisco Campos – Jaime Tavares

Profissional Cinema Nacional – Glória Pires







25/02/2016

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
<b>PRESSÁGIOS DE UM CRIME</b> (SOULANCE)	Afonso Poyart	Jeffrey Dean Morgan, Colin Farrell, Anthony Hopkins, Abbie Cornish, Marley Shelton, Janine Turner, Xander Berkeley, Kenny Johnson, Joshua Close	Diamond
<b>DEUSES DO EGITO</b> (GODS OF EGYPT)	Alex Proyas	Gerard Butler, Geoffrey Rush, Nikolaj Coster-Waldau	Paris
<b>CINQUENTA TONS DE PRETO</b> (FIFTY SHADES OF BLACK)	Michael Tiddes	Marlon Wayans, Jane Seymour, Kali Hawk, Mike Epps, Fred Willard, Andrew Bachelor, Kate Miner, Affion Crockett, Tina Grimm	Imagem
<b>COMO SER SOLTEIRA</b> (HOW TO BE SINGLE)	Christian Ditter	Dakota Johnson, Alison Brie, Jake Lacy, Rebel Wilson, Leslie Mann, Nick Bateman, Damon Wayans Jr., Anders Holm, Jason Mantzoukas	Warner

03/03/2016

<b>KUNG FU PANDA 3</b> (KUNG FU PANDA 3)	Jennifer Yu	Vozes de: Jack Black, Angelina Jolie, Seth Rogen, Bryan Cranston, Rebel Wilson	Fox
<b>APAIXONADOS - O FILME</b>	Paulo Fontenelle	Nanda Costa, Rafael Vianna, Roberta Rodrigues, João Baldasserini, Paloma Bernardi, Danilo de Moura	H2O
<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
<b>UM HOMEM ENTRE GIGANTES</b> (CONCUSSION)	Peter Landesman	Will Smith, Gugu Mbatha-Raw, Alec Baldwin, Paul Reiser, Brie Larson, Stephen Moyer, Adeleke Akinnuoye-Agbaje, Luke Wilson	Sony
<b>MEU AMIGO HINDU</b>	Hector Babenco	Willem Dafoe, Maria Fernanda Cândido, Barbara Paz, Selton Mello, Guilherme Weber, Reynaldo Gianecchini	Europa
<b>MUNDO CÃO</b>	Marcos Jorge	Lázaro Ramos, Babu Santana, Adriana Esteves	Downtown/Paris

10/03/2016

<b>ZOOLANDER 2</b> (ZOO LANDER 2)	Ben Stiller	Ben Stiller, Owen Wilson, Benedict Cumberbatch, Kristen Wiig, Olivia Munn, Will Ferrell, Penélope Cruz, Christine Taylor, Billy Zane	Paramount
<b>AVE, CÉSAR!</b> (HAIL, CAESAR!)	Ethan Coen, Joel Coen	Scarlett Johansson, Channing Tatum, Josh Brodin, George Clooney, Ralph Fiennes, Dolph Lundgren, Jonah Hill, Tilda Swinton	Universal
<b>O PRESIDENTE</b> (THE PRESIDENT)	Moshen Makhmalbaf	Mikheil Gomiasvili, Dachi Orvelashvili	California
<b>MULHERES NO PODER</b>	Gustavo Acioli	Dira Paes, Totia Meirelles, Elisa Lucinda, Rogéria, Chica Xavier	Downtown/Paris
<b>TRUTH</b> (TRUTH)	James Vanderbilt	Cate Blanchett, Robert Redford, Topher Grace, Dennis Quaid, Elisabeth Moss, Bruce Greenwood, Slacy Keach, John Benjamin Hickey, David Lyons	Mares
<b>VIDAS PARTIDAS</b>	Marcos Schetchman	Naura Schneider, Domingos Montagner, Milton Gonçalves, José de Abreu	Europa

17/03/2016

<b>ZOOTÓPIA</b> (ZOOTÓPIA)	Byron Howard, Rich Moore	Vozes de: Rodrigo Lombardi e Monica Iozzi	Disney
<b>MIRACLES FROM HEAVEN</b> (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Patricia Riggen	Jennifer Garner, Martin Henderson, Queen Latifah, Brighton Sharbino, John Carroll Lynch, Kylie Rogers, Hannah Alligood, Eugenio Derbez	Sony
<b>SHUT-IN</b> (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Farren Blackburn	Naomi Watts, Jacob Tremblay, Oliver Platt	Diamond
<b>TRUMAN</b> (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Cesc Gay	Ricardo Darín, Javier Cámara, Dolores Fonzi, Eduard Fernández, Álex Brendemühl, Pedro Casablanc, José Luis Gómez	Pandora
<b>A VINGANÇA ESTÁ NA MODA</b> (THE DRESSMAKER)	Jocelyn Moorhouse	Kate Winslet, Liam Hemsworth, Hugo Weaving, Sarah Snook, Judy Davis, Caroline Goodall, Kerry Fox, Shane Bourne, Rebecca Gibney	Imagem
<b>O ESCARAVELHO DO DIABO</b>	Carlo Milani	Thiago Rosseti, Marcos Caruso, Jonas Bloch	Downtown/Paris
<b>FLORESTA MALDITA</b> (THE FOREST)	Jason Zada	Natalie Dormer, Taylor Kinney, Eoin Macken	Diamond
<b>VISÕES DO PASSADO</b> (BACKTRACK)	Michael Petroni	Adrien Brody, Sam Neill, Robin McLeavy	PlayArte

FILME	DIREÇÃO	ELENCO	DISTRIBUIDORA
<b>BATMAN VS. SUPERMAN: A ORIGEM DA JUSTIÇA</b> (BATMAN VS. SUPERMAN: DAWN OF JUSTICE)	Zack Snyder	Henry Cavill, Amy Adams, Ben Affleck, Diane Lane, Jesse Eisenberg, Jeremy Irons, Holly Hunter, Laurence Fishburne	Warner
<b>FATHERS AND DAUGHTERS</b> (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Gabriele Muccino	Amanda Seyfried, Russell Crowe, Aaron Paul, Diane Kruger, Jane Fonda, Ryan Eggold, Ouyenzhané Wallis, Bruce Greenwood	California
<b>LA FRENCH</b> (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Cédric Jimenez	Jean Dujardin, Gilles Lellouche, Céline Sallette, Mélanie Doutey, Benoît Magimel, Guillaume Gouix, Bruno Todeschini, Féodor Atkine	Imovision
<b>RESSUREIÇÃO</b> (RISEN)	Kevin Reynolds	Tom Felton, Cliff Curtis, Joseph Fiennes, Peter Firth, Mark Killeen, María Boto, Stephen Hagan	Sony
<b>A FRENTE FRIA QUE A CHUVA TRAZ</b>	Nevile de Almeida	Chay Suede, Bruna Linzmeyer	Downtown/Paris
<b>MEMÓRIAS SECRETAS</b> (REMEMBER)	Atom Egoyan	Christopher Plummer, Martin Landau, Bruno Ganz	Diamond
<b>O JOVEM MESSIAS</b> (THE YOUNG MESSIAH)	Cyrus Nowrasteh	Sean Bean, David Bradley, Jonathan Bailey	Paris
<b>O QUE EU FIZ PARA MERECEER ISSO</b> (UNE HEURE DE TRANQUILLITÉ)	Patrice Leconte	Christian Clavier, Carole Bouquet, Valérie Bonneton, Rossy de Palma, Stéphane De Groodt, Sébastien Castro, Christian Charmetant, Arnaud Henriot	Mares
<b>MEU NOME É RAY</b> (ABOUT RAY)	Gaby Dellal	Naomi Watts, Elle Fanning, Susan Sarandon	Diamond
<b>TRIPLE 9</b> (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	John Hillcoat	Teresa Palmer, Gal Gadot, Aaron Paul, Kate Winslet, Norman Reedus, Woody Harrelson, Casey Affleck, Anthony Mackie, Chiwetel Ejiofor	Sony
<b>NORM E OS INVENCÍVEIS</b> (NORM OF THE NORTH)	Trevor Mall	Vozes de: Rob Schneider, Heather Graham, Bill Nighy, Zachary Gordon, Colm Meaney, Janet Varney, Loretta Devine	Imagem
<b>O OUTRO LADO DO PARAÍSO</b>	André Ristum	Eduardo Moscovis, Simone Iliescu, Jonas Bloch, Flavio Bauraqui, Davi Galdeano, Camila Márdila, Murilo Grossi, Mariana Nunes	Europa
<b>O ÚLTIMO VIRGEM</b>	Rilson Baco, Felipe Bretas	Fiorella Matteis, Guilherme Prates, Bianca Arantes, Renata Molinaro	Downtown/Paris
<b>POLICIAL EM APUROS 2</b> (RISE ALONG 2)	Tim Story	Olivia Munn, Kevin Hart, Ice Cube, Ken Jeong, Glen Powell, Benjamin Bratt, Tika Sumpter	Universal
<b>ZOOM</b>	Pedro Morelli	Gael Garcia Bernal, Mariana Ximenes, Jason Priestley, Don McKellar	Downtown/Paris
<b>RUA CLOVERFIELD, 10</b> (10 CLOVERFIELD LANE)	Dan Trachtenberg	Mary Elizabeth Winstead, John Goodman, John Gallagher Jr., Maya Erskine	Paramount
<b>COLLIDE</b> (SEM TÍTULO EM PORTUGUÊS)	Eran Creevy	Nicholas Hoult, Felicity Jones, Anthony Hopkins, Ben Kingsley, Nadia Hilker, Clemens Schick, Marwan Kenzari, Michael Epp	Diamond
<b>DEUS NÃO ESTÁ MORTO 2</b> (GOD'S NOT DEAD 2)	Harold Cronk	Jesse Metcalfe, David A.R. White, Ray Wise, Robin Givens, Hayley Orrantia, Ernie Hudson, Maria Canals-Barrera	California
<b>DE ONDE EU TE VEJO</b>	Luiz Villaça	Denise Fraga, Domingos Montagner, Manoela Aliperti, Marisa Orth, Juca de Oliveira, Fúlvio Stefanini, Laura Cardoso, Laila Zaid, Théo Werneck, Marcello Airoldi	Warner

24/03/2016



31/03/2016



07/04/2016



CHINESE THEATER HOLLYWOOD  
COM POLTRONAS DA IDEAL

# INDÚSTRIAS IDEAL: 90 ANOS DE TRADIÇÃO E CRESCIMENTO

CONSTANTE INOVAÇÃO MANTÊM FABRICANTE DE POLTRONAS NA LIDERANÇA DO MERCADO

POR SAMARA VENTURA | FOTOS DIVULGAÇÃO

**PRESENTES EM AUDITÓRIOS DE ESCOLAS,** teatros, cinemas e instituições culturais do México, as poltronas fabricadas pela Industrias Ideal vêm conquistando espaço em estabelecimentos de entretenimento do mundo inteiro.

Fundada em 1926 pelo empreendedor Fernando F. Letayf, mexicano de origem libanesa, a Industrias Ideal S.A. de C.V. iniciou no mercado basicamente como fabricante de cadeiras para sapataria e lojas. Já na década de 30, com o surgimento das primeiras redes cinematográficas do México, a empresa apro-

veitou a expansão do setor para instalar seus produtos em cinemas como Parisina, Alcazar, Palacio e Rex.

Ao longo dos anos ampliou sua participação em território mexicano com a realização de projetos como a atuação na produção de componentes para a Ford Motor Company, em 1964; a operação em instalações destinadas aos Jogos Olímpicos, em 1968; e a participação nas adequações no Palácio de Belas Artes e no Au-

ditório Nacional para a cerimônia de posse do presidente José López Portillo, em 1977.

Porém, foi em 1982, por meio da criação da Seating Concepts, empresa com sede em San Diego, Califórnia, e que opera como parceira de marketing de propriedade conjunta, que passou a comercializar seus produtos para os EUA e consolidou-se como a líder do mercado no país. Com a chegada das grandes redes cinematográficas norte-americanas nos anos 90, as cadeias nacionais menores iniciaram uma corrida ascendente de

POLTRONAS PREMIUM INSTALADAS  
NO CINETOPIA

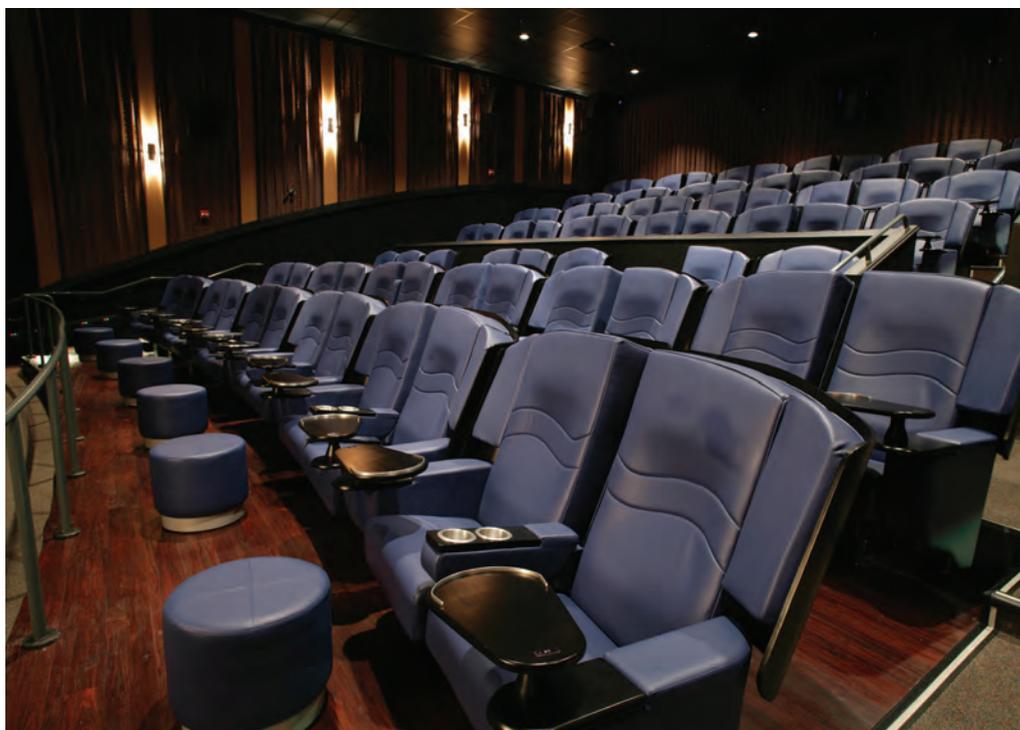
abertura de novos complexos de cinema e a Industrias Ideal passou, também, a atender este novo mercado.

“Felizmente, nossa capacidade produtiva e excelente atendimento ao cliente nos permitiram chegar aos 90 anos e ainda continuar a crescer. Hoje passamos por um processo evolutivo muito importante e queremos oferecer um serviço a nível mundial”, afirma Adrián Alpanseque, gerente de vendas para o Mercosul da companhia.

Atualmente, a empresa exporta seus produtos para países nos cinco continentes como Coreia, Japão, Turquia, EUA, Emirados Árabes e Brasil. Inclusive, suas poltronas estão instaladas nas quatro principais redes de cinemas da América Latina: Cinemex, Cine Colômbia, Cinemark e Cinépolis, além das grandes Cine Planet, Cine Unidos, Cineplex, GNC e o famoso Chinese Theater, da Hollywood Boulevard, em Los Angeles.

Outro fator fundamental para a trajetória de quase um século é a tradição advinda de um negócio familiar. Esta é a terceira geração de Letayfs na presidência da companhia que começou com Fernando F. Letayf, depois com seu filho, José Letayf e, hoje, com Juan Carlos Letayf, neto do fundador.

“O cinema é o mercado mais importante para nós, pois é o mais evolutivo, o que mais melhora o serviço oferecido ao



cliente. O teatro está relativamente igual de 20 anos para cá. Mas se você observar as ofertas que o cinema traz hoje, são muito diferentes de 20 anos atrás”, declara Alpanseque ao comentar a evolução do mercado. Para o executivo, com exceção da pipoca e do refrigerante, a poltrona é o único elemento palpável para o cliente.

Agora, entre os próximos passos da empresa está a aposta em poltronas *premium*, aconchegantes, porém menores que as *VIP*. Este é o mercado com maior crescimento nos EUA e no México e, com esta opção, pequenos e médios exibidores podem competir com grandes redes oferecendo uma alternativa sofisticada.

Apesar da crise econômica e política do Brasil e mesmo com as altas taxas e impostos para a importação de poltronas exigidos pelo governo brasileiro, a empresa considera que o País é fundamental para seu crescimento. Alpanseque afirma que o Brasil e o México são

os dois mercados mais importantes do Mercosul. “Temos uma estratégia de preços que permite que nossos produtos sejam acessíveis a todos os países do bloco. Mas estamos trabalhando para uma maior presença física no Brasil e há projetos de uma rede de distribuidores e de fornecedores de serviços. A empresa está crescendo por meio dos parceiros”.

Hoje a Industrias Ideal possui duas unidades fabris, uma localizada na Cidade do México e a outra na cidade de Lerma, ambas no México, totalizando mais de 1.200 funcionários e capacidade de produção de 2.500 assentos por dia. Mas, segundo Alpanseque, a relação da empresa com o Brasil é tão promissora que existe a possibilidade da ampliação de seu parque industrial. “Se um dia precisarmos abrir uma nova fábrica, com certeza será no Brasil”, encerrou o executivo. ■

# MANUAL DE CONTROLE DE BILHETERIA: UMA VISÃO JURÍDICA

POR: MARCOS ALBERTO SANT ANNA BITELLI

A PARTIR DA REGULAMENTAÇÃO do SBC – Sistema de Controle de Bilheteria, que trata do envio de dados periódicos sobre os resultados de bilheteria dos cinemas, toda transação de serviços de exibição cinematográfica deverá ser registrada mediante a emissão de bilhetes de ingresso. Além disso, a ANCINE acabou ultrapassando os limites do pedido de informações e determinou as informações que devem constar no ingresso do exibidor.

Assim, determina que o exibidor deverá expor as informações sobre o programa cinematográfico e as principais condições de prestação do serviço, de forma clara, no bilhete de ingresso e em lugar visível do complexo cinematográfico. Isso confirma uma tendência da ANCINE de querer exercer competências regulatórias no âmbito dos direitos do consumidor, atuação que parece um pouco fora do seu campo de atuação.

A norma cria definições de tipo de poltronas, de uma forma pouco usual na atividade. Diz que os assentos destinados aos espectadores são classificados em: I– assento padrão: todos os lugares que dão direito ao serviço padrão da sala; ou II– assento especial: relativo a lugar especial reservado na sala. Porém não se sabe exatamente que serviços especiais são esses.

O exibidor deverá enviar à ANCINE os dados de bilheteria dos complexos de sua rede exibidora: I– até às 10h (dez horas) do dia seguinte ao dia de exibição relatado, no caso dos complexos situados em municípios com população igual ou superior a 200 (duzentos) mil habitantes; ou II– até às 15h (quinze horas) do dia seguinte ao dia de exibição relatado, nos demais casos.

O setor de exibição é hoje um dos mais regulados do País. Não há nenhuma ati-

vidade econômica que o Estado tenha informação diária da empresa, de suas receitas e operações como uma sala de cinema. Nem mesmo a venda de remédios ou substâncias tóxicas e controladas.

A transmissão dos dados de bilheteria deverá ser feita por meio de sistema que observe as especificações do Manual Técnico do SCB agora publicado, bem como as demais instruções a serem expedidas pela ANCINE.

Os exibidores responsáveis deverão adequar seus sistemas e iniciar a transmissão dos dados nos seguintes prazos: I– em até 120 (cento e vinte) dias da publicação desta Instrução Normativa, no caso das redes exibidoras com mais de 20 (vinte) salas; II– em até 180 (cento e oitenta) dias, no caso das demais redes exibidoras.

A ANCINE publicará periodicamente em seu portal na internet relatórios com a consolidação das informações do SCB, que operará via internet. Os exibidores precisam consultar o Manual para tempestivamente se integrarem ao SCB. O procedimento começa com a certificação, para que se possa enviar rotineiramente os relatórios via sistema.

O descumprimento do envio dos dados de bilheteria ou em desacordo sujeitará o exibidor a penalidades. O Decreto menciona no art. 20 que realizar exploração de obras cinematográficas em qualquer suporte, em salas ou espaços de exibição, sem a utilização de sistema de controle de receitas de bilheteria, implica na penalidade de multa de

R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

Resta apenas analisar se as informações solicitadas pela ANCINE atendem ao princípio da legalidade, eficiência e necessidade, uma vez que em 2006 foi revogado o art. 18 original da MP 2228-1 que delimitava o relatório de exibição às informações enumerando as obras cinematográficas brasileiras e estrangeiras exibidas no período pelos cinemas de sua rede de exibição, número de dias de exibição, número de espectadores e renda de bilheteria.

Restou apenas o art. 17 no qual se diz que toda sala ou espaço de exibição pública destinada à exploração de obra cinematográfica em qualquer suporte deverá utilizar o sistema de controle de receitas de bilheteria, conforme definido em regulamento pela ANCINE. Essa autorização legal não significa um poder ilimitado de definição das informações a serem solicitadas do exibidor e merecem uma constante atenção sobre o tema. ■



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

# 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!**



Processador de áudio AP24

DP2K 6E/10S

Servidor de mídia Alchemy

WAVE3D sistema

A FOX WARNER PRESTA SUA HOMENAGEM  
PARA A PESSOA QUE SEMPRE  
DEDICOU SUA VIDA AO CINEMA.

Obrigado, Seu



EXIBIÇÃO & DISTRIBUIÇÃO  
DESTAQUES DO ANO | 2015

