

**REVISTA**

# **FILME B**

ABRIL DE 2011



## **4º SHOW DE INVERNO**

**OS FILMES  
DA ALTA  
TEMPORADA**

**AS NOVIDADES  
DO CINEMACON,  
EM LAS VEGAS**

**2010:  
UM ANO  
DE RECORDES**



**ingresso.com**

# O maior site de venda de ingressos do Brasil também desenvolve a solução integrada mais utilizada nos cinemas.

Sistemas de controle e cadastramento centralizados na matriz do exibidor, terminais de auto-atendimento, controle de acesso, bomboniere, sinalização de programação e produtos.



CHEGOU O NOVO APLICATIVO DA INGRESSO.COM  
PARA IPHONE. A FORMA MAIS SIMPLES, RÁPIDA E  
FÁCIL DE COMPRAR INGRESSOS.



comercial@ingresso.com

As principais redes de  
cinema estão aqui.

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

# A AVENTURA ESTÁ SÓ COMEÇANDO

Paulo Sergio Almeida

O cinema está mudando em velocidade de banda larga. Na exibição, inovações como 2K, 4K, 3D, a expansão do IMAX, Xtreme, IMM Sound System, entre tantas outras, se juntam à possibilidade de mostrar óperas, balés, *shows* musicais e eventos esportivos. Na distribuição, novas formas de comercialização prometem transformar o modelo das janelas, com a ascensão do *video on demand*, *electronic sell-through*, etc.

Mas nem todas essas inovações vão permanecer. O setor necessita hoje de um glossário e de um planejamento de prioridades para enfrentar o mercado. Vivemos no Brasil uma realidade jamais vista. Cresce o público, o número de salas, e, principalmente, as rendas. O produto nacional consegue se firmar com pouco mais de 20% de *market share*, ultrapassando R\$ 200 milhões em bilheteria.

Mas a melhor novidade talvez seja a inclusão da classe C entre os espectadores. Se consolidado, este fato poderá tornar o crescimento da atividade ainda mais sustentável. A valorização do real arremata este quadro de forma ainda mais positiva para exibidores e distribuidores.

Depois de avanços consecutivos, o mercado viu vários recordes serem batidos em 2010. É possível que 2011 não seja tão forte. Mas qualquer queda de público poderá ser compensada por maiores rendas, em virtude da grande quantidade de títulos em 3D e da expansão dessa tecnologia.

No campo internacional, a queda do mercado interno americano e a estagnação de outros importantes mercados tradicionais como França, Reino Unido e Itália foram compensadas por picos em países emergentes, como China, Rússia e Brasil.

Essas transformações não ocorrem por acaso. Elas têm como centro um esforço de Hollywood para equilibrar resultados, recorrendo a uma estratégia visionária de expansão que começou em meados da década de 90 e que envolveu grandes investimentos em infraestrutura para a construção de cinemas multiplex ao redor do mundo. Dessa forma, Hollywood tem conseguido manter sua hegemonia internacional. O cinema continua um produto potente, sobrevivendo a constantes ameaças mercadológicas. Mas para cada crise, um dinheiro novo.

Tudo isso é apenas parte de um objetivo mais ambicioso. Vivemos, neste momento, apenas o início da ampla digitalização do parque exibidor mundial, que exigirá, ainda, enormes investimentos. A aventura está só começando...

Foto: Ryan Miller/Capture Imaging



O processo de digitalização e o crescimento do mercado internacional dominaram a maior convenção do cinema americano



A valquíria

## 12 CONTEÚDO ALTERNATIVO

Redes de cinema apostam na exibição de óperas, balés e *shows*

## 18 ALTA TEMPORADA

O último filme da saga *Harry Potter* e uma nova safra de super-heróis se destacam na próxima temporada de férias



Harry Potter

## FATOS E NÚMEROS DO MERCADO 30

Um balanço do cinema no Brasil em 2010, ano marcado pela quebra de vários recordes

**Revista Filme B >>> Diretor:** Paulo Sergio Almeida **Editor:** Pedro Butcher **Editor-assistente:** Fernando Toste **Redator:** Tiago Lyra **Estagiários:** Bernardo Siaines e Beatriz Leite **Comunicação e marketing:** Denise do Egito **Projeto gráfico:** Cardume Design **Diagramação:** Ana Soares **Revisão:** Cristina Siaines **Pesquisa:** Elizabeth Ribeiro **Gráfica:** Walprint **Foto da capa:** Paulo Sergio Almeida >>> [www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br)



**o frio chegou, mas a Fox  
continua quente.**

**Confira os grandes lançamentos  
no Show de Inverno de 2011.**



ESTREIA 29/04



ESTREIA 03/06



ESTREIA 01/07



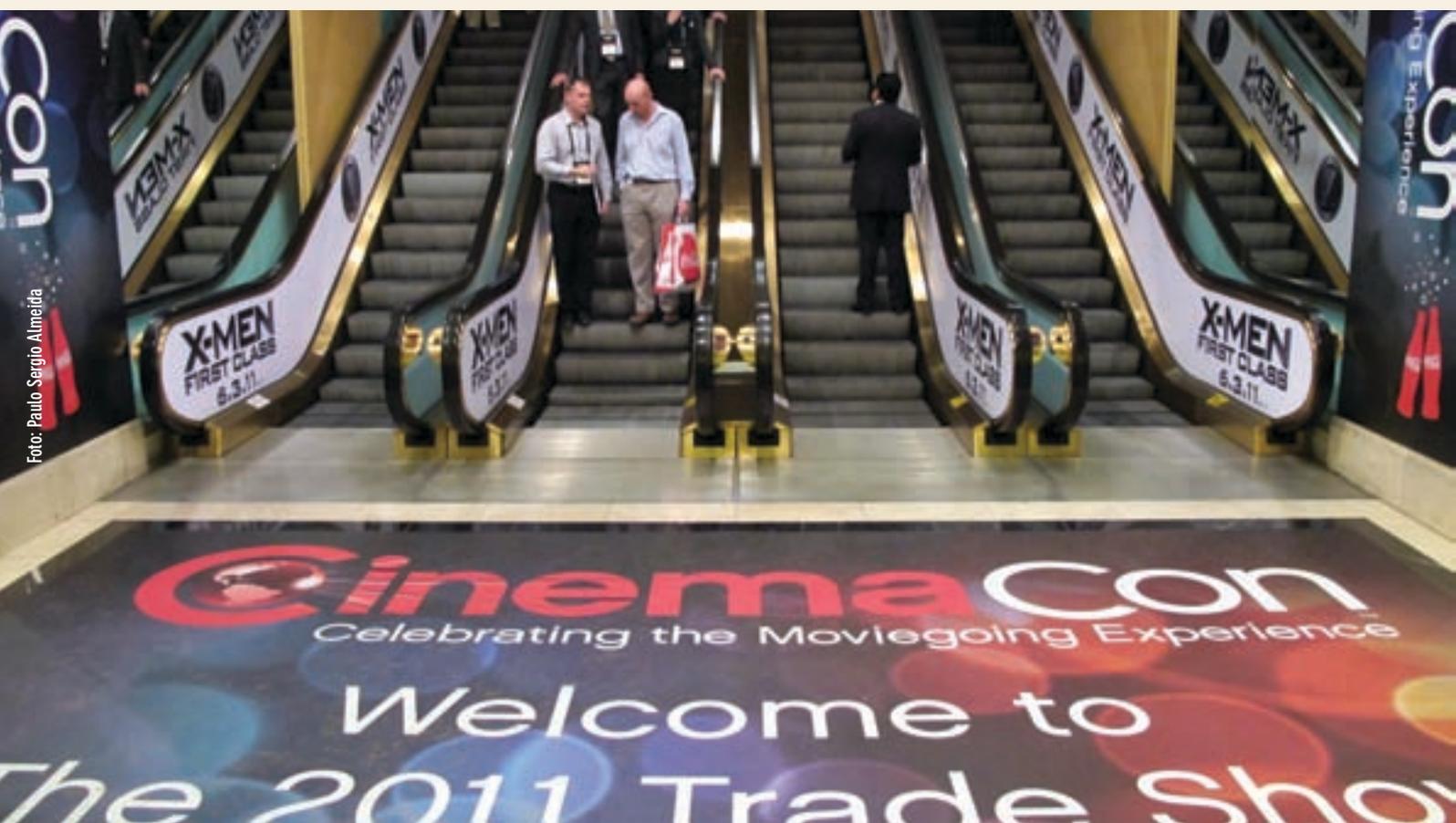
ESTREIA 22/07

**E mais:** Onde Está a Felicidade?, Rise of the Apes, The Darkest Hour,

The Sitter, What's Your Number?, Big Year, Now e Amanhã Nunca Mais. [www.foxexibidor.com.br](http://www.foxexibidor.com.br)



# Admirável mundo novo



Na maior convenção do cinema americano, o crescimento do mercado internacional e o processo de digitalização dominaram os debates e revelaram uma indústria em pleno processo de transformação

por Pedro Butcher e Paulo Sergio Almeida

**LAS VEGAS, EUA** – Pamela McClintock, jornalista responsável pela mediação do painel inaugural do CinemaCon (antigo ShoWest), iniciou os debates do evento com uma provocação: “A piada do momento é que, agora, os Estados Unidos são apenas mais um território para Hollywood”. Pouco antes, o presidente da Paramount International, Andrew Cripps, havia temperado o café da manhã dos exibidores com números que atestavam o crescimento das receitas mundiais em 2010 (*confira na página 10*): “Se você é bom apostador, certamente colocaria todas as suas fichas nas bilheterias estrangeiras”. O próprio organizador do CinemaCon, Matt Shapiro, fez coro logo no primeiro dia do evento: “Estamos descobrindo um mundo novo, muito além de Hollywood”.

Um dos momentos mais esperados do CinemaCon é o “State of the Industry”, em que os presidentes da NATO e da MPAA – representantes de dois pilares do setor, a exibição e a distribuição – realizam pronunciamentos oficiais sobre o “estado da indústria”. E aqui, mais uma vez, o mercado internacional foi o assunto dominante: “No ano passado, as bilheterias fora dos EUA e do Canadá superaram a marca dos US\$ 20 bilhões e responderam por impressionantes 67% do total”, disse John Fi-

thian, o presidente da NATO. “América Latina e Ásia cresceram mais de 20%. São números espetaculares”.

Chris Dodd, recém-empossado presidente da MPAA, foi ainda mais incisivo: “Sabemos que a bilheteria doméstica não é mais suficiente para sustentar Hollywood. Precisamos expandir nosso alcance. Os filmes que devem lotar as salas nos EUA precisam também lotar salas na China, na Rússia e no Brasil”, afirmou, referindo-se aos três mercados emergentes mais citados ao longo do evento.

Tamanha insistência deixou claro que, se o cinema americano sempre teve pretensões globais, nunca antes o mercado internacional teve um papel tão decisivo para fechar as contas dos estúdios – e essa tendência deve se acentuar ainda mais nos próximos anos. O debate mediado por Pamela McClintock, por exemplo, reuniu executivos com a missão de escolher produções locais que possam ser alvo de investimentos dos estúdios.

“Hoje estamos presentes em 11 países”, contou Sanford Panitch, presidente da Fox International Productions. “Começamos pela Índia, um território muito especial por ser o segundo maior mercado de cinema do mundo e por ter uma produção local que, historicamente, detém 95% de *share*. Quem não quer fazer parte de um sucesso desse tamanho?”, perguntou.

Mas os principais



Foto: Ryan Miller/Capture Imaging

alvos, hoje, são China e Rússia. Uma das grandes oportunidades de investir em produções locais está nos custos bem abaixo dos orçamentos hollywoodianos – e, portanto, nas chances de aumentar as margens de lucro. “Nossa primeira produção chinesa, *Hot Summer Days*, custou US\$ 2,4 milhões e rendeu US\$ 24 milhões”, contou Panitch. A Rússia também tem sido um caso de extremo sucesso com produções locais – a Disney, inclusive, está produzindo um filme em 3D no país.

Mas o principal foco da Disney também está na China. Recentemente, o grupo anunciou um investimento de US\$ 3,6 bilhões para construir um parque temático em Xangai. “Nossa missão é estabelecer a marca”, disse Jason Reed, vice presidente da Walt Disney Studios International Production. Reed chamou atenção, no entanto, para a ameaça de uma bolha de investimentos no país. “Está havendo um imenso fluxo de capital na produção cinematográfica. Eles estão fazendo negócios que não se justificam economicamente. É preciso estar atento às parcerias que você faz”, disse.

Neste mesmo painel, o modelo brasileiro de coprodução foi alvo de críticas do vice-presidente da Warner para o mercado internacio-



Foto: Ryan Miller/Capture Imaging

nal, Richard Fox: “O Brasil recorre a incentivos fiscais e parece ter desenvolvido um modelo bastante bom, mas que não é exatamente o que procuramos. Preferimos investir diretamente”, disse. “Por enquanto, o Brasil revelou grandes talentos internacionais, como Fernando Meirelles e Walter Salles”, completou Sanford Panitch, da Fox.

Outro assunto que dominou os debates e as conversas de corredor do CinemaCon foi a galopante digitalização das salas e todas as consequências desse processo, como o crescimento do 3D, do conteúdo digital e os inevitáveis e exorbitantes custos com a constante renovação tecnológica. John Fithian confirmou a retomada da substituição dos projetores 35mm por projetores digitais no mercado americano, um processo que havia se iniciado em 2007, mas foi praticamente abortado com a crise financeira de 2008. Agora, segundo dados da NATO, a digitalização já ocorre a todo o vapor: até o fim de 2010, 15,2 mil das 39,2 mil salas do país (quase 40% do total) já haviam migrado para o digital, sendo que 8,3 mil delas estão aptas a exibir filmes em 3D.

O presidente da NATO terminou seu discurso com um alerta aos exibidores americanos que ainda não aderiram à digitalização: “O relógio está correndo. A *vpf* (*virtual print fee*, modelo de financiamento em que os distribuidores financiam parte da compra de projetores digitais) não será mais uma opção depois de dezembro de 2012. As cópias em 35mm só estarão disponíveis até o fim de 2013. Se você é exibidor e não tomar uma decisão imediatamente,

a decisão que você está tomando é a de estar fora desse negócio”.

A digitalização, no entanto, representa uma profunda transformação tanto para os estúdios como para os exibidores. As questões mais delicadas são a complexidade da operação dos projetores e a ameaça da obsolescência, que exigirá investimentos altos e constantes. Michael Karagossian, um dos maiores especialistas no tema e um dos consultores para a criação dos padrões DCI, apresentou em sua palestra a próxima tecnolo-

**“Se você é exibidor e não tomar uma decisão imediatamente, sua decisão é estar fora desse negócio.”**

**John Fithian, presidente da NATO**

gia de projeção, em que as lâmpadas tradicionais serão substituídas por um processo de iluminação a *laser*. “É uma tecnologia ainda em fase de protótipos que deve estar no mercado em no máximo cinco anos”. No futuro, uma das possibilidades da

tecnologia a *laser* será a projeção holográfica.

Internacionalmente, porém, com raras exceções, o processo de digitalização ainda é bem mais lento. Nos painéis do International Day foi apresentado o caso do Reino Unido, considerado exemplar. Steve Perrin, diretor executivo da DFP (Digital Funding Partnerships), contou como os exibidores pequenos e médios do país se organizaram para contornar o maior problema da transição digital: viabilizar a *vpf*. Donos de cinema dos mais diversos perfis se uniram para criar a DFP, uma organização que reúne 130 cinemas e 400 salas de mais de 100 proprietários diferentes. Durante três anos de trabalho intenso, foi montado um modelo que tornasse possível a aplicação da *vpf* para todas essas salas. Apesar de contar com algumas salas mantidas e programadas pelo governo, o modelo não prevê qualquer forma de subsídio do Estado. “É um modelo 100% comercial e

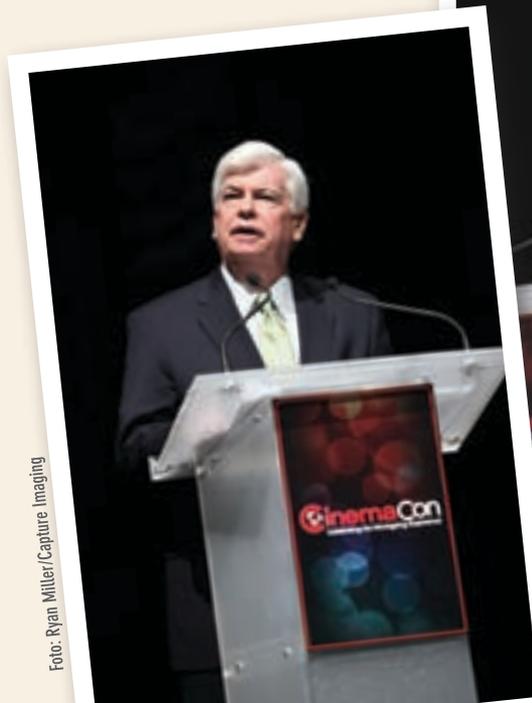


Foto: Ryan Miller/Capture Imaging



Chris Dodd, da MPAA (esquerda)  
John Fithian, da NATO

Foto: Ryan Miller/Capture Imaging



Óculos 3D em exposição na feira de negócios

sem fundos públicos. Foi um processo extremamente complexo, já que cada grupo tem necessidades diferentes, mas conseguimos chegar a um modelo e a digitalização dessas salas começará ainda este ano”, afirmou.

Ao lado do alerta de John Fithian sobre a digitalização e das perspectivas tecnológicas anunciadas por Karagosian, a principal novidade do CinemaCon, possivelmente, foi o discurso de Chris Dodd. Desde a aposentadoria de Jack Valenti, lendário presidente da MPAA por mais de 30 anos, entre 1966 e 2004, o cargo não era ocupado por alguém com tanta influência política. Dodd representou o estado de Connecticut no congresso americano pelo Partido Democrata por 36 anos – 30 deles como senador. Em contraste com o estilo moderado de Dan Glickman e Bob Pisano, substitutos de Valenti, Dodd apresentou um discurso bastante agressivo, principalmente em relação ao combate à pirataria. “A pirataria ameaça a integridade de uma indústria que emprega 2,5 milhões de pessoas só nos EUA. Precisamos continuar a trabalhar juntos, exigindo leis mais fortes para proteger a propriedade intelectual e medidas mais enfáticas para reforçar essas leis”, afirmou.

Dodd também deu sinais de que será agressivo em relação ao mercado internacional: “Não é possível,

por exemplo, que a China imponha um limite de importação de 20 filmes por ano, quando produzimos mais de 100”, disse. Em relação a um dos temas mais polêmicos do CinemaCon – a pressão para estreitar a janela de lançamentos –, Dodd disse: “Está claro para nós que se os cinemas falharem, nosso negócio vai falhar também. Quero que os exibidores

**“Está claro para nós que se os cinemas falharem, nosso negócio vai falhar também.”**

**Chris Dodd, presidente da MPAA**

saíam daqui sabendo que há uma nova pessoa no comando da MPAA e que estou do lado deles”, declarou à *Variety*.

Em relação aos números do primeiro trimestre, que apresentaram quedas de 20% em público e renda nas bilheterias domésticas, tanto Fithian como Dodd procuraram reverter o pessimismo que abateu os profissionais da indústria. “Quando vimos o crescimento de 2009, comemoramos. Em 2010, houve uma desaceleração e, no começo deste ano, as rendas apresentaram quedas maiores. Mas o céu não está caindo, acredito que o público vai voltar aos cinemas para ver nossos filmes”, afirmou Dodd. “O primeiro trimestre foi difícil”, completou Fithian. “Mas acreditamos que é uma questão dos filmes que estão no mercado. Com-

parações com um período que teve algumas das maiores bilheterias de todos os tempos (como *Avatar* e *Alice no país das maravilhas*) são realmente duras, e a partir de maio, as coisas vão melhorar. A temporada de verão parece ser uma das mais competitivas dos últimos tempos”.

De fato, as apresentações dos estúdios injetaram otimismo nos exibidores. A Paramount mostrou, com sucesso, trechos de *Super 8*, o novo filme de J. J. Abrams, que promete ser uma das surpresas da temporada. O estúdio mostrou ainda trechos de *Capitão América*, *Thor* e *Kung Fu Panda 2*, trazendo ao palco do Coliseum Jack Black, a voz de Po, o panda. Na apresentação da DreamWorks, destacaram-se o *remake* de *A hora do espanto*, com Colin Farrell, e o filme de ação *Gigantes de aço*, com Hugh Jackman. Mas os aplausos mais entusiasmados vieram para os 15 minutos de *Puss in Boots*, filme que transforma em estrela o Gato de Botas da franquia *Shrek*. A Sony realizou uma exibição da comédia *O zelador animal* e levou bonecos dos Smurfs para promover o primeiro longa dos personagens.

A Disney, por sua vez, mostrou uma de suas cartelas mais fortes dos últimos tempos com trechos de *Piratas do Caribe 4*, *Carros 2*, da Pixar, e o próximo filme dos *Muppets*, com Amy Adams e Jason Segel. Mas o verdadeiro *frisson* veio com os trechos de *The Avengers*, primeiro filme do estúdio após a aquisição da Marvel. Por fim, a Warner teve como grande destaque o primeiro *trailer* da comédia *Se beber não case 2*, e a exibição de trechos do esperadíssimo último capítulo da saga *Harry Potter*.

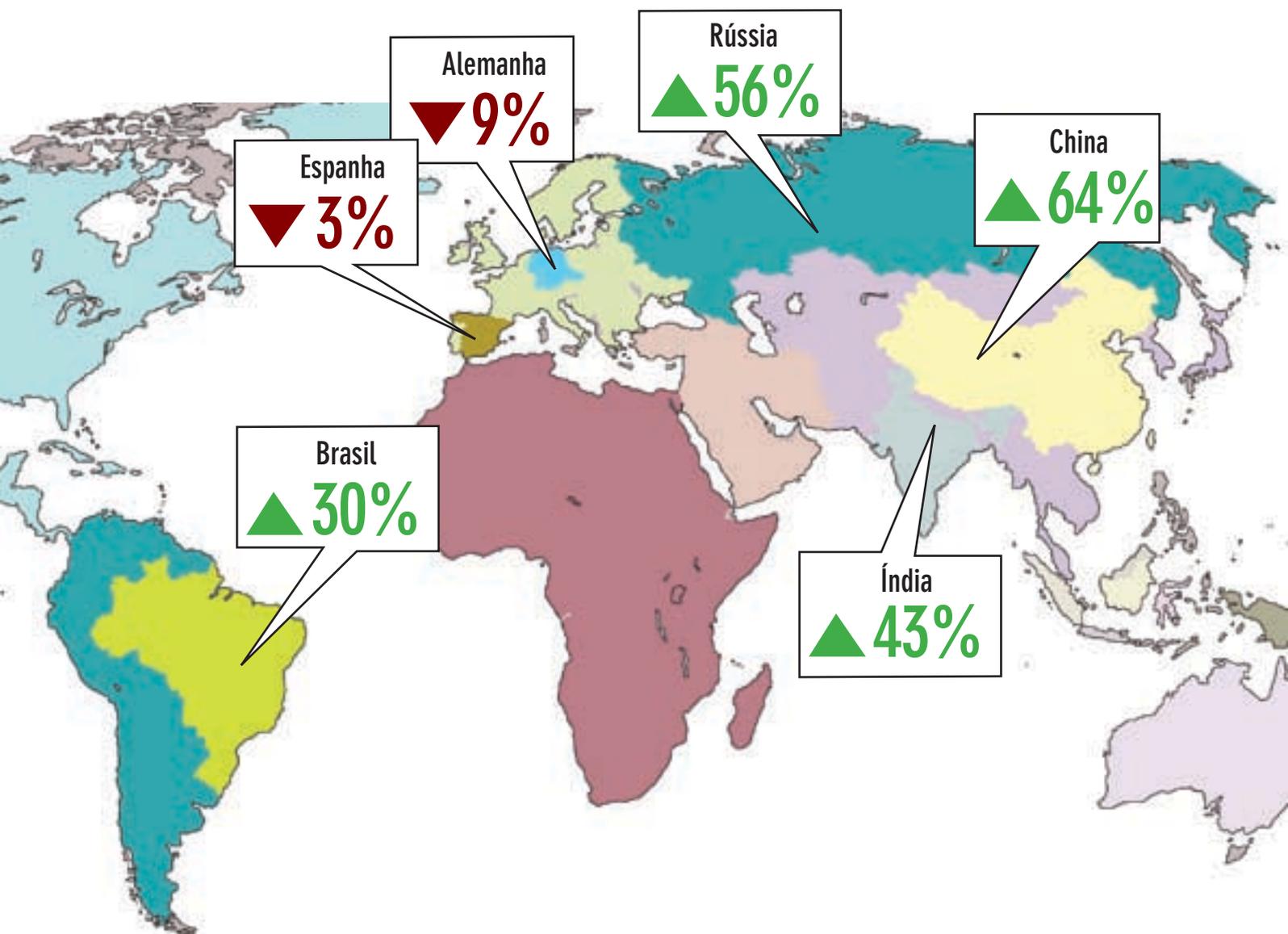


# HOLLYWOOD

## e a nova ordem mundial

Mercados como China, Índia, Rússia e Brasil crescem e ganham importância para o cinema americano

por Tiago Lyra

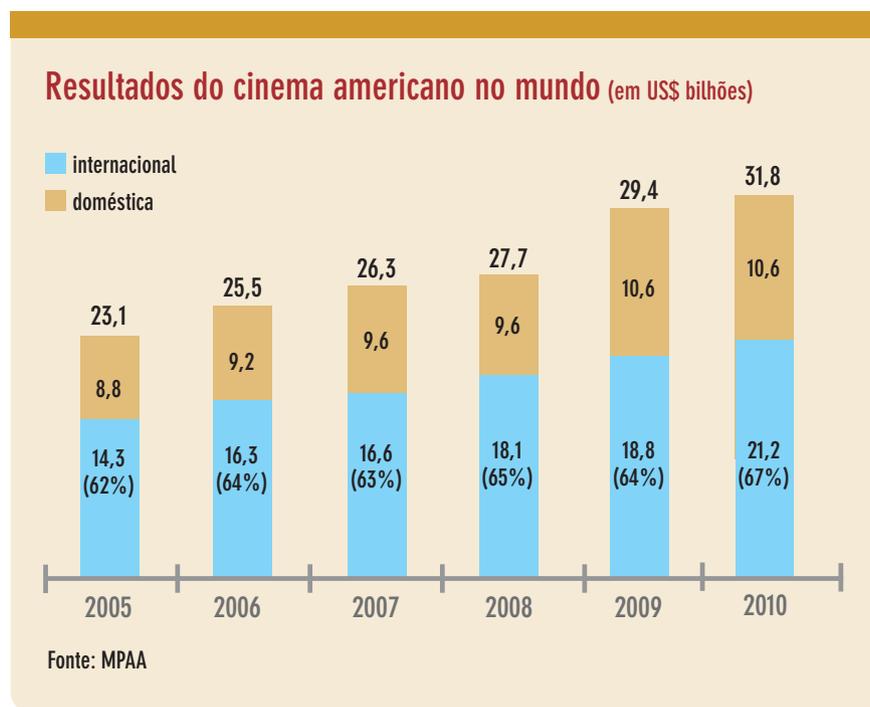


Nas últimas duas décadas, a equação do faturamento global dos filmes de Hollywood se inverteu. Até meados dos anos 80, as grandes produções americanas costumavam se pagar com a bilheteria doméstica. Todo faturamento que vinha de fora era lucro. Mas os tempos mudaram e, hoje, o mercado internacional já responde por quase 70% das receitas de Hollywood.

Essa transformação não se deu por acaso: ela é fruto de uma estratégia global, estabelecida a partir da estagnação do mercado de exibição americano e da forte concorrência da TV e do *homevideo*, cujos efeitos se fizeram sentir a partir dos anos 80. Para sobreviver nesse novo cenário, os estúdios apostaram todas as suas fichas em superproduções de orçamentos gigantescos, não raro repletas de efeitos especiais, e em campanhas de *marketing* cada vez maiores e mais sofisticadas. Um dos principais marcos dessa nova era foi *Titanic*, primeiro filme cujo orçamento ultrapassou a marca de US\$ 200 milhões.

Com os custos alcançando valores estratosféricos, o mercado doméstico já não seria suficiente para sustentar a indústria. Paralelamente, Hollywood planejou uma nova expansão internacional que teve como ponta de lança a construção de cinemas no formato multiplex ao redor do mundo – principalmente em mercados onde o potencial do cinema era subexplorado.

O resultado é que, nas últimas duas décadas, o mercado internacional passou a ganhar importância. Se, em 1986, as bilheterias domésticas representavam 75% do faturamento das produções dos grandes



estúdios, em 1998 essa proporção estava em 45% (doméstico) e 55% (internacional). Nos anos 2000, o mercado estrangeiro passou a representar mais de 60% do faturamento de Hollywood – chegando a 67% em 2010.

#### PAÍSES DA EUROPA EM QUEDA

Dentro desse contexto, novas transformações estão em curso. Com a estagnação daqueles que eram considerados os melhores mercados para o filme americano (Europa, principalmente), os estúdios voltaram sua atenção para os países emergentes – e o Brasil não ficou de fora dessa rota, impulsionado pela estabilidade financeira, pela ampliação do parque exibidor e pela consolidação do formato 3D.

Enquanto mercados poderosos como Alemanha, Espanha, França, Reino Unido e Itália mantiveram pequenos índices de crescimento ou

registraram quedas significativas, países como Rússia, China, Índia e Brasil tiveram crescimento exponencial. O maior crescimento foi o chinês, que teve uma impressionante alta de 64% em suas bilheterias em relação a 2009. Em seguida vieram Rússia (56%) e Índia (43%). O Brasil figura em quarto lugar, apresentando um aumento de 20% em público e 30% em renda – mas com a vantagem de ser considerado um país de crescimento sustentável, com o menor risco de “bolhas”.

Para os próximos anos, a expectativa é a de que o mercado internacional cresça ainda mais com o processo de digitalização das salas nos mercados emergentes, etapa fundamental para a expansão do circuito em 3D, que já corre a todo o vapor. Só o número de produções norte-americanas no formato previstas para 2011 já ultrapassa 40 títulos. ■



# A HORA DO CONTEÚDO ALTERNATIVO

U23D

Exibição de óperas, *shows* e eventos esportivos nos cinemas se afirmam como tendência na indústria

por Fernando Toste

Considerada um negócio tradicionalmente cauteloso e avesso a mudanças radicais, a exibição cinematográfica chegou um tanto atrasada à era digital. É certo que, comparada com a distribuição tradicional, a nova tecnologia apresentou uma alternativa para redução de custos, além de ter ampliado as margens de lucro através do bem recebido 3D. Mas a revolução que alguns proclamavam parece ainda distante. E o que surgiu como um pequeno coadjuvante no processo agora vem se afirmando como uma atividade multimilionária, que cresce a taxas altíssimas e atrai *players* de peso ao negócio do cinema: a exibição de conteúdos alternativos em salas de cinema.

Vista inicialmente com desconfiança por muitos exibidores, a entrada de produtos como óperas ao vivo, *shows* musicais, *games* e eventos esportivos nos cinemas de todo o mundo movimentou cerca de US\$ 46 milhões em 2008, cifra tímida num mercado de bilhões de dólares. Dois anos depois, porém, com a forte ampliação do parque digital em todo o mundo, esse número mais que

dobrou, ultrapassando os US\$ 100 milhões. A Screen Digest, uma das mais conceituadas empresas de pesquisa de entretenimento no mundo, estima que a exibição de conteúdo alternativo deve render mais de US\$ 500 milhões no mercado mundial em 2014, com potencial para chegar a US\$ 1 bilhão - cerca de 5% da renda total das bilheterias.

Uma das experiências mais bem-sucedidas até agora é a exibição de óperas ao vivo em HD. As transmissões de montagens do Metropolitan Opera de Nova York rendem mais de US\$ 40 milhões por ano, um sucesso global que atualmente atinge mais de mil salas de cinema nos cinco continentes. No Brasil, a distribuição das óperas do Met é o carro-chefe da Mobz, que também trouxe para os cinemas brasileiros apresentações de balé e *shows* de rock ao vivo.

À frente da companhia, Fábio Lima vê o conteúdo alternativo como a pedra de toque de uma profunda transformação no modelo de negócios que reina absoluto na indústria cinematográfica há mais de um século. “No futuro, os cinemas não serão apenas os templos da exibição de filmes, mas verdadeiras arenas multimídia, um palco onde as mais variadas atrações irão conviver”, avalia. “O cinema tem essa vantagem de ser percebido como uma tela nobre. Se você exibe um conteúdo diferente ali, todo mundo acha o máximo”.

Se por um lado o aumento da oferta de produtos pode trazer modificações radicais no conceito de sala de exibição, por outro, a ampliação do menu de conteúdos apresenta uma série de desafios, a começar pela adaptação a um pú-

blico mais segmentado e variado. “O público das óperas ao vivo tem um comportamento parecido com o do espectador de cinema”, diz Marcelo Bertini, presidente da Cinemark no Brasil, uma das redes que apostam com força na exibição de conteúdos alternativos. “Já a audiência do futebol e do Superbowl têm torcida, vibração... E o público de *shows* utiliza o espaço de outra forma, usando as áreas de circulação do cinema para dançar e conversar. Observar e estudar as reações dos diferentes públicos é essencial para entender e desenvolver esse novo modelo e pensar em como ele pode se encaixar na nossa atividade principal”.

Fábio Lima acrescenta: “O administrador da sala tem que se adaptar à nova proposta. Ele vai precisar ter uma estrutura muito maior. É preciso aprender a atender o cliente corporativo, o fã de *rock*, o metaleiro, o público de ópera. Tem que trabalhar diferente na venda, na comunicação e na experiência em si”. A apresentação ao vivo do *The Big Four* – evento que reuniu as quatro maiores bandas de *heavy metal* do mundo em 2010 – foi exemplar nesse sen-

tido. “O público paga um preço diferenciado e pede uma experiência diferenciada, mais parecida com um *show* do que um filme: os cinemas deixam as arandelas semi-acesas para que as pessoas possam se ver, contratam segurança especial e permitem o consumo de cerveja dentro das salas”.

De olho nessas primeiras experiências, grandes estúdios como Sony e Disney criaram divisões especializadas para explorar o conteúdo alternativo nos cinemas. A Hot Ticket, da Sony, já levou às salas espetáculos da Broadway, montagens do Cirque du Soleil, um *show* da cantora Celine Dion e outro do cantor *country* Kenny Chesney – este último em 3D. O lema da nova empresa é sugestivo: “If you can’t be there, be here” (“Se você não pode estar lá, esteja aqui”).

“A indústria da música sofreu exatamente o que o cinema começa a sofrer agora, com compartilhamento de arquivos na internet, pirataria e o VoD”, diz Fábio Lima. “Ela começou a tomar o rumo das apresentações ao vivo, que se tornou um negócio de US\$ 10 bilhões só nos EUA, com o valor do ingres-



Fotos: divulgação



Coppelia

so triplicando. E poderia vender muito mais. O problema é que o show esbarra em limitações como montagem e equipamentos caros, deslocamento das pessoas, etc. Aí entra a questão: qual é a janela mais próxima para escoar esse produto e atender a demanda?”.

O 3D foi e ainda é um fator essencial para o cinema como um todo – e isso também vale para os conteúdos alternativos. Recentemente, duas experiências bem-sucedidas confirmam o potencial do 3D para além dos filmes: a exibição da ópera *Carmen*, de Bizet, pela Rede Cinemark (em parceria com a Real D); e a re-apresentação de *U23D*, com distribuição da Mobz.

*Carmen*, em montagem do Royal Opera House de Londres, foi uma operação sem precedentes para a Real D, que apresentou a ópera em cerca de 1,5 mil telas em diversos países. No Brasil, a Cinemark programou quatro exibições em 29 salas – números que foram ampliados devido ao sucesso das primeiras apresentações. “O Brasil teve o segundo maior público entre todos os países”, diz Marcelo Bertini. “Nossa média de ocupação foi duas vezes maior que

a do segundo colocado”. A Cinemark assumiu toda a operação no país, incluindo divulgação e comercialização de patrocínios. “Vamos continuar evoluindo na tentativa de criar um novo modelo, buscando parceiros e interlocutores. Queremos ser participantes ativos do processo”, afirma.

Já *U23D*, filme-concerto da banda irlandesa, foi a primeira experiência em grande escala da Mobz com o conceito de programação sob demanda. A ideia é que as salas abram pré-venda de ingressos para determinados conteúdos e que, no futuro, o próprio público se mobilize para solicitar a exibição de outros. “A sessão sob demanda tende a ser um modelo futuro de programação, um serviço adicio-

nal”, explica Fábio, que aponta o sucesso dos sites de venda coletiva como uma novidade que educou o mercado para o novo modelo – que deve ser efetivamente testado com um projeto-piloto ainda no mês de abril. No caso de *U23D*, as mais de 300 sessões realizadas em 56 cidades diferentes no primeiro fim de semana não foram suficientes para atender a demanda – e novas sessões devem ser mobilizadas.

“Todos estão olhando exatamente para a mesma coisa neste momento”, conclui Fábio. “Esse negócio é sim convergente e é muito mais próximo do VoD do que se imagina. Quem não entender que a demanda tem relação com a comunicação está perdido, vai passar o resto da vida gastando com publicidade tradicional, sem ter a mesma eficiência de uma simples rede social. E esse mercado nem começou ainda”. ■

### MOBZ - CALENDÁRIO 2011/2012

DATA	COMPANHIA	ESPETÁCULO
09.05.11	Teatro Real de Espanha	Balé: Suíte flamenca e Bodas de sangue
14.05.11	MetOpera	A valquíria (Wagner)
29.05.11	Ballet Bolshoi	Coppelia
09.07.11	Ballet L'Opera National de Paris	Les enfants du paradis
15.10.11	MetOpera	Anna Bolena (Donizetti)
29.10.11	MetOpera	Don Giovanni (Mozart)
05.11.11	MetOpera	Siegfried (Wagner)
19.11.11	MetOpera	Satyagraha (Glass)
03.12.11	MetOpera	Rodelinda (Handel)
10.12.11	MetOpera	Faust (Gounod)
21.01.12	MetOpera	The Enchanted Island (Handel, Vivaldi e outros)
11.02.12	MetOpera	Gotterdammerung (Wagner)
25.02.12	MetOpera	Ernani (Verdi)
07.04.12	MetOpera	Manon (Massenet)
14.04.12	MetOpera	La traviata (Verdi)

Vêm aí os lançamentos  
que vão aquecer  
a nova temporada.



O Homem do Futuro



Cilada.com



Xingu



Bróder



Não Se Preocupe,  
Nada Vai Dar Certo



Corações Sujos



Família Vende Tudo

Acompanhe as novidades do cinema brasileiro no site  
[www.paginadocinema.com.br](http://www.paginadocinema.com.br)



**GLOBO FILMES**  
[www.globofilmes.com.br](http://www.globofilmes.com.br)

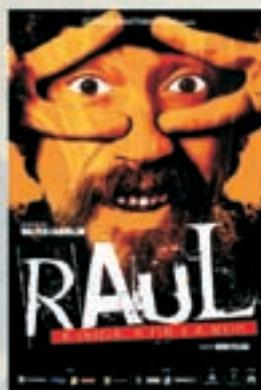
# ESTÁ ABERTA A TEMPORADA DOS GRANDES LANÇAMENTOS DA PARAMOUNT.

## LANÇAMENTOS NACIONAIS



02 de setembro

• Direção de Claudio Torres  
(A Mulher Invisível).



Em breve

• Direção de Walter Carvalho



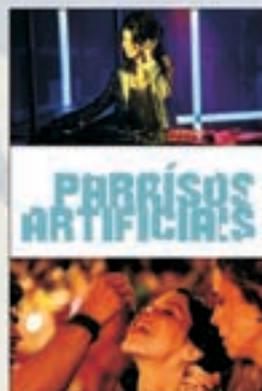
Em breve

• Direção de Marcos Jorge  
(Estômago).



Em breve

• Roteiro por Braulio Mantovani  
(Tropa de Elite e Tropa de  
Elite 2) e Carolina Katscho  
(2 Filhos de Francisco).



Em breve

• Direção de Marcos Prado (Estamira)  
• Produção Zazen Produções  
(Tropa de Elite e Tropa de Elite 2).

[www.paramountpictures.com.br](http://www.paramountpictures.com.br) • [twitter.com/ParamountBrasil](https://twitter.com/ParamountBrasil)



DREAMWORKS  
PICTURES



PARAMOUNT  
FILMS

PARAMOUNT  
BRASIL

## LANÇAMENTOS INTERNACIONAIS



29 de abril



10 de junho



01 de julho



29 de julho



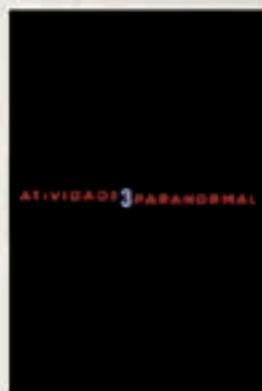
12 de agosto



09 de setembro



14 de outubro



21 de outubro



09 de dezembro



30 de dezembro

# O fim de uma saga

Em julho, *As relíquias da morte – Parte 2* encerra as aventuras do mago Harry Potter no cinema



08  
JULHO  
Warner



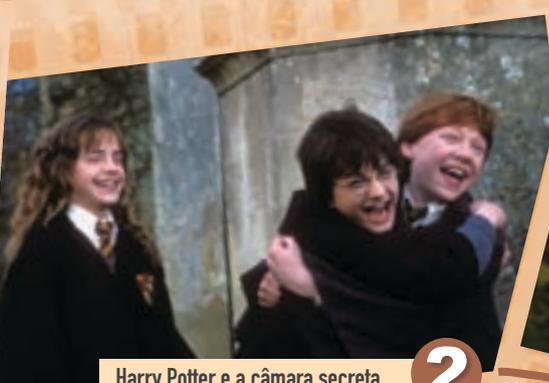
## HARRY POTTER E AS RELÍQUIAS DA MORTE – PARTE 2

Há dez anos, nasceu a aventura que logo se tornaria a maior franquia do cinema da década – e também uma das maiores de todos os tempos. Repetindo com os filmes o sucesso espetacular do mercado editorial, a série *Harry Potter* acumula números impressionantes em sua trajetória: foram US\$ 6,3 bilhões em renda no mundo inteiro (US\$ 2 bilhões só nos EUA) e 30,4 milhões de espectadores no Brasil. Alguns resultados chegam a parecer mágicos: com exceção do terceiro filme da série (o único lançado num mês de junho, quebrando o encanto), cada um deles vendeu em torno de 4,5 milhões de ingressos no Brasil – com variações mínimas. E não é preciso ser adivinho para dizer que o último filme da saga, *Harry Potter e as relíquias da morte – Parte 2*, o primeiro com exibição em 3D, tem tudo para superar esse padrão. Mas uma coisa é certa: o fim da saga dos bruxos de Hogwarts vai marcar toda uma geração para a qual Harry Potter é sinônimo de cinema.



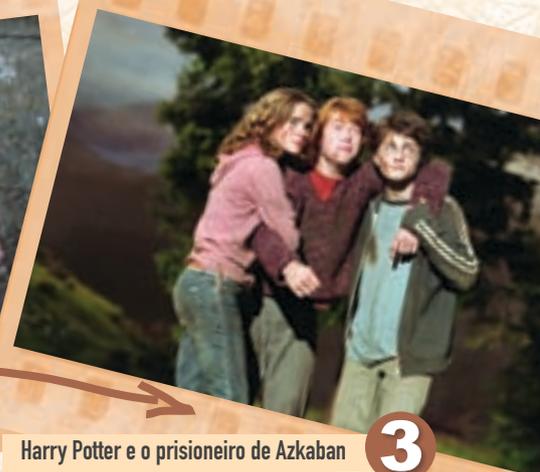
Harry Potter e a pedra filosofal

1



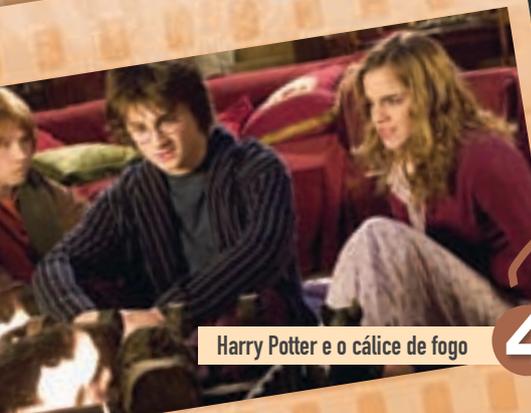
Harry Potter e a câmara secreta

2



Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban

3



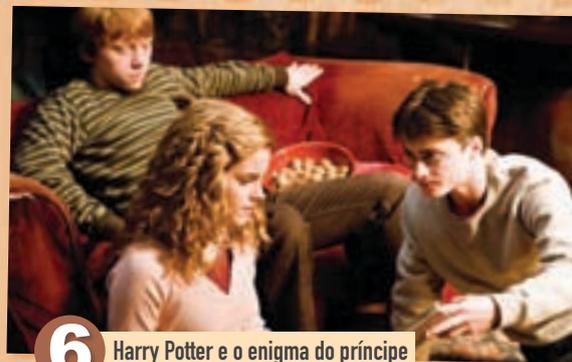
Harry Potter e o cálice de fogo

4



Harry Potter e a Ordem da Fênix

5

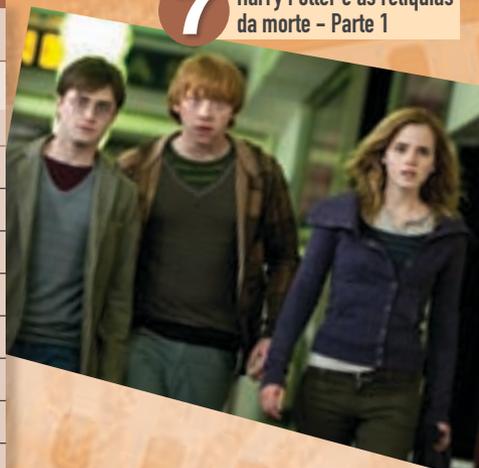


Harry Potter e o enigma do príncipe

6

7

Harry Potter e as relíquias da morte - Parte 1



### HARRY POTTER NO BRASIL

DISTRIBUIÇÃO: WARNER

	DATA	SALAS	TOTAIS		
			ABERTURA PÚBLICO	PÚBLICO	RENDA (RS)
A PEDRA FILOSOFAL	NOV/01	546	796.587	4.579.827	24.027.992,00
A CÂMARA SECRETA	NOV/02	578	879.660	4.578.475	26.461.002,00
O PRISIONEIRO DE AZKABAN	JUN/04	514	866.345	3.348.037	21.502.885,00
O CÁLICE DE FOGO	NOV/05	710	1.128.556	4.616.625	31.982.875,00
A ORDEM DA FÊNIX	JUL/07	787	873.530	4.263.793	31.751.279,00
O ENIGMA DO PRÍNCIPE	JUL/09	760	978.505	4.530.291	36.183.253,00
AS RELÍQUIAS DA MORTE - PARTE 1	NOV/11	861	1.250.468	4.565.991	38.998.191,00

Fonte: Banco de Dados Filme B

### BILHETERIA NOS EUA E NO MUNDO (EM US\$ MILHÕES)

	EUA	TOTAL
A PEDRA FILOSOFAL	317,5	968,6
A CÂMARA SECRETA	261,9	866,3
O PRISIONEIRO DE AZKABAN	249,3	795,4
O CÁLICE DE FOGO	289,9	892,1
A ORDEM DA FÊNIX	292,0	937,0
O ENIGMA DO PRÍNCIPE	301,9	933,9
AS RELÍQUIAS DA MORTE - PARTE 1	293,3	944,4

Fonte: Box Office Mojo



Harry Potter e as relíquias da morte - Parte 2

# Novas aventuras na tela

Apesar de trazer o fim da série *Harry Potter*, a temporada de férias de meio de ano de 2011 apresenta uma série de possíveis novas franquias, como as primeiras aventuras cinematográficas dos super-heróis *Thor*, *Lanterna Verde* e *Capitão América* e a versão para o cinema do desenho animado *Smurfs*. Além disso, outras franquias poderosas estão de volta, como *Velozes e furiosos*, *Piratas do Caribe*, *Transformers*, *Kung Fu Panda* e *Carros*.

## THOR

3D

29  
ABRIL  
Paramount

Um dos míticos heróis da fase clássica da Marvel Comics, o poderoso Thor é mais uma das criações de Stan Lee a passar dos quadrinhos para o cinema. Depois de amargar participações secundárias em telefilmes de seu colega Hulk, o deus do trovão ganha uma versão caprichada sob a direção de Kenneth Branagh – um especialista em intrigas palacianas (*Henrique V*, *Hamlet*). Pois é justamente a disputa de poder entre os candidatos ao trono do reino de Asgard que faz com que Thor (o novato Chris Hemsworth) seja expulso por seu pai Odin (Anthony Hopkins) e venha se exilar na Terra, onde ele se torna herói e conquista o coração da jovem Jane Foster (Natalie Portman).



Fotos: divulgação

06  
MAIO  
Universal

## VELOZES E FURIOSOS 5 - OPERAÇÃO RIO

O quinto filme da franquia *Velozes e furiosos*, inaugurada em 2001, promete apresentar todos os elementos que cativaram um público fiel: muita ação, carros e mulheres espetaculares, além da dupla Vin Diesel e Paul Walker nos papéis principais. Os quatro filmes anteriores renderam mais de US\$ 950 milhões em todo o mundo, mas *Velozes 5* tem uma novidade que vai interessar particularmente os espectadores brasileiros: desta vez, a história se passa no Rio de Janeiro, que serviu de locação para parte das filmagens.



## PADRE

3D

13  
MAIO  
Sony

Seguindo a receita de uma de suas principais franquias (*Resident Evil*), a Sony aposta em uma intensa mistura de ação e horror com o lançamento de *Padre*. A trama, adaptada de uma história em quadrinhos coreana, narra a jornada de um padre sem nome (o inglês Paul Bettany) que, em um mundo pós-apocalíptico, abandona sua paróquia em uma missão de busca e destruição dos vampiros que raptaram sua sobrinha. Dirigido pelo veterano dos efeitos especiais Scott Charles Stewart, *Padre* tem ainda como um de seus trunfos o lançamento em 3D.



3D

20  
MAIO  
Disney

## PIRATAS DO CARIBE 4



Criada pelo produtor Jerry Bruckheimer a partir de uma atração dos parques da Disney, a franquia *Piratas do Caribe* rendeu mais de US\$ 2,5 bilhões nas bilheteiras mundiais. No Brasil, foram quase nove milhões de espectadores. Depois da terceira aventura, lançada em 2007, o diretor Gore Verbinski anunciou que abandonaria o barco, e muitos acreditavam que a série estaria morta. Quatro anos depois, no entanto, chega às telas *Piratas do Caribe - Navegando em águas misteriosas*, em que Jack Sparrow (Johnny Depp) sai em busca da fonte da juventude, ao lado de Penélope Cruz. Esse é o primeiro filme da série com exibição em 3D.

27  
MAIO  
Warner

## SE BEBER, NÃO CASE 2

Lançada em 2009, a comédia *Se beber não case* superou todas as expectativas do mercado ao faturar quase US\$ 500 milhões no mundo. Com um elenco de revelações do humor norte-americano (como o barbudo esquisitão Zach Galifianakis e o veterano da TV Ed Helms), *Se beber não case* também caiu no gosto do público brasileiro: foram mais de 1,7 milhão de espectadores no país. Não chega a ser surpresa, portanto, que o estúdio tenha encomendado uma continuação. Novamente sob o comando do diretor Todd Phillips, todo o elenco principal se deslocou para a Tailândia, onde Stu Price (Helms) tenta mais uma vez se casar.

03  
JUNHO  
Imagem

## A ÁRVORE DA VIDA

Um dos diretores de maior prestígio do cinema americano atual, Terrence Malick se reúne a Brad Pitt e Sean Penn em seu novo longa, uma das grandes apostas para a seleção oficial do Festival de Cannes. Conhecido por sua filmografia pequena, porém consagrada - que inclui *Além da linha vermelha* (1998) e *Dias de paraíso* (1978) -, Malick narra aqui a história de uma família texana nos anos 50, desestruturada após a morte de um dos três irmãos.





03  
JUNHO  
Fox

## X-MEN - PRIMEIRA CLASSE

Depois de ser tema de três filmes, o famoso grupo de heróis mutantes da Marvel ganha um recomeço nos cinemas. *X-Men: Primeira classe* se passa nos anos 60 e conta a história da formação da equipe original liderada pelo professor Charles Xavier, além do primeiro encontro do grupo com o vilão Magneto. O filme tem direção de Matthew Vaughn e roteiro de Jane Goldman, a mesma dupla responsável por *Kick-Ass*.



3D

10  
JUNHO  
Paramount

## KUNG FU PANDA 2

Três anos depois de cativar plateias do mundo todo – inclusive no Brasil, onde fez mais de 3,8 milhões de espectadores –, o urso Po está de volta nesta nova animação dos estúdios DreamWorks. Enquanto tenta realizar o sonho de se tornar um dragão guerreiro ao lado dos Cinco Furiosos, Po se depara com um novo inimigo, dono de uma arma secreta capaz de permitir a conquista da China e provocar o fim do Kung Fu.

Fotos: divulgação

10  
JUNHO  
Disney

## QUALQUER GATO VIRA-LATA

Nesta versão para o cinema de *Qualquer gato vira-lata tem uma vida sexual mais sadia do que a nossa*, peça de Juca de Oliveira que levou um milhão de pessoas ao teatro entre 1998 e 2002, Cléo Pires vive Tati, uma jovem estudante cansada de ser ignorada pelo namorado Marcelo (Dudu Azevedo). Ela se oferece como cobaia para as pesquisas do professor Conrado (Malvino Salvador), que defende uma tese em que aplica as leis da biologia para entender as conquistas amorosas dos humanos.





3D

24  
JUNHO  
Disney

## CARROS 2

Xodó de John Lasseter, criador da Pixar, a animação *Carros* (2006) se transformou, ao longo dos anos, na mais lucrativa marca de licenciamento da Disney. Cinco anos depois, Relâmpago McQueen e sua turma estão de volta – mais uma vez sob a direção do próprio Lasseter, agora em versão 3D – para participar da Corrida dos Campeões, torneio que acontece em cinco países. Uma das novidades é a competidora brasileira Carla Veloso, recordista do circuito de Interlagos. O primeiro *Carros* faturou mais de US\$ 455 milhões no mundo e foi visto por 2,8 milhões de espectadores no Brasil.

3D

01  
JULHO  
ParamountTRANSFORMERS  
DARK OF THE MOON

A terceira aventura dos robôs alienígenas apresenta como principal novidade o formato 3D. Neste novo filme, Sam (Shia LaBeouf) é chamado pelos Autobots para salvar o mundo de uma ameaça que remonta à corrida espacial da Guerra Fria. Os Transformers teriam tido um papel importante na disputa e vão tentar chegar à lua enquanto surge um novo vilão, Shockwave. A direção continua nas mãos de Michael Bay.

08  
JULHO

Downtown/Paris

Fotos: divulgação



## CILADA.COM

Produtor de *Muita calma nessa hora* - grande surpresa nacional do ano passado, com mais de 1,4 milhão de espectadores –, Augusto Casé volta a apostar na comédia rasgada em *Cilada.com*, que leva para o cinema a série de TV criada e estrelada por Bruno Mazzeo. Em sua primeira “aventura” cinematográfica, o personagem de Bruno precisa desfazer a má fama de um vídeo divulgado pela ex-namorada na internet. O roteiro é do próprio Bruno Mazzeo e a direção, do experiente José Alvarenga (*Os normais 1 e 2*, *Divã*).



22  
JULHO  
Fox

## ASSALTO AO BANCO CENTRAL

Esta rara aposta brasileira no gênero policial tem como inspiração uma história verdadeira: o roubo de mais de R\$ 160 milhões do cofre do Banco Central de Fortaleza, em agosto de 2005. O crime foi considerado um dos mais sofisticados já cometidos no Brasil, e o episódio rendeu desdobramentos surpreendentes. Com roteiro de René Belmonte (*Se eu fosse você 1 e 2*), o filme traz no elenco Milhem Cortaz, Eriberto Leão, Lima Duarte e Giulia Gam. A produção é da Total Entertainment, e a direção, de Marcos Paulo.

22  
JULHO  
Paris

## LARRY CROWNE

Além de ser um ator popular, Tom Hanks é também produtor de séries de TV e, eventualmente, roteirista e diretor. *Larry Crowne*, comédia dramática sobre um homem de meia-idade que perde o emprego e resolve voltar à universidade, marca sua segunda experiência atrás das câmeras de cinema (a outra foi *The Wonders*, de 1996). Aqui, Hanks é também autor do roteiro e ator principal, ao lado de Julia Roberts.



3D

29  
JULHO  
Paramount

## CAPITÃO AMÉRICA: O PRIMEIRO VINGADOR

Considerado inapto para o serviço militar, Steve Rogers torna-se voluntário numa pesquisa ultrassecreta, que acaba transformando-o no Capitão América, super-herói dedicado a proteger os ideais americanos. O personagem foi criado por Joe Simon e Jack Kirby em 1941, e a primeira publicação do quadrinho (pela Marvel Comics) completa 70 anos em 2011.



05  
AGOSTO  
Fox

## RISE OF THE APES

Indicado ao Oscar por seu trabalho em 127 horas, James Franco estrela o novo filme da franquia de ficção científica *O planeta dos macacos*, sucesso nos cinemas desde a década de 60. Na verdade, *Rise of the Apes* funcionará como um recomeço da saga, mostrando os acontecimentos que levaram à situação do filme original, protagonizado por Charlton Heston em 1968. Os efeitos digitais são assinados pela empresa de Peter Jackson, responsável por *O senhor dos anéis*, *Avatar* e *Distrito 9*.



Fotos: divulgação

12  
AGOSTO  
Sony

## OS SMURFS

Os personagens da história em quadrinhos criada em 1958 pelo cartunista belga Peyo ganharam notoriedade nos anos 80, quando foram transformados em um desenho animado da TV com sucesso internacional. Agora, eles chegam à tela grande em um filme em 3D. Os produtores conceberam o projeto como uma trilogia, e este primeiro filme estreia no 53º aniversário de criação do desenho.

12  
AGOSTO  
Paramount

## SUPER 8

Inspirado nas aventuras de ficção científica realizadas por Steven Spielberg nos anos 1980, tais como *E.T.* e *Contatos imediatos do 3º grau*, *Super 8* conta a história de um grupo de adolescentes de uma pequena cidade americana que, na tentativa de fazer um filme amador, registra sem querer um acidente envolvendo um alienígena. Com o exército em seu encalço, os jovens tentam se defender como podem. *Super 8* tem direção de J. J. Abrams (*Star Trek*) e produção do próprio Spielberg.



## LANTERNA VERDE

19  
AGOSTO  
Warner

Depois de Batman e Superman, outro super-herói clássico dos quadrinhos da DC Comics chega ao cinema pela Warner. Nesta aventura espacial, o piloto de testes Hal Jordan é escolhido para ser o primeiro Lanterna Verde terrestre, integrante de uma tropa intergaláctica que jurou manter a ordem no universo fazendo uso de um anel com superpoderes. O longa tem direção de Martin Campbell e traz Ryan Reynolds no papel do herói espacial.

3D



19  
AGOSTO  
Downtown

## XINGU

A emocionante trajetória dos irmãos Villas-Boas, pioneiros no contato com índios de tribos até então isoladas e idealizadores da criação do Parque do Xingu, nos anos 60, é o tema desta superprodução da O2 Filmes, sob a direção de Cao Hamburger (*O ano em que meus pais saíram de férias*). Nos papéis principais estão João Miguel, Felipe Camargo e Caio Blat. A história forte e controvertida, somada a um elenco de alto nível, fazem de Xingu um dos filmes brasileiros mais esperados do ano.

26  
AGOSTO  
Disney

## O REI LEÃO

O clássico dos estúdios Disney de 1994, que faturou mais de US\$ 780 milhões em todo o mundo, volta aos cinemas convertido para 3D. Quem coordenou os trabalhos, para assegurar a qualidade da conversão, foi o produtor Don Hahn.

3D



02  
SETEMBRO  
Paramount

## O HOMEM DO FUTURO

Alçado à condição de estrela por sua interpretação como Capitão Nascimento em *Tropa de elite 1 e 2*, Wagner Moura é o protagonista deste novo filme de Claudio Torres, o primeiro depois do sucesso *A mulher invisível* (2,3 milhões de espectadores). Aqui, o diretor mais uma vez mistura comédia romântica e cinema fantástico ao narrar a história de Zero, cientista que acidentalmente volta no tempo e se vê diante da possibilidade de conquistar a mulher que perdeu na juventude.



Passar o inverno em Paris

**NAMORADOS PARA SEMPRE**

(BLUE VALENTINE)

**A SAGA CREPÚSCULO: AMANHECER - PARTE 1**

(THE TWILIGHT SAGA: BREAKING DAWN - PART 1)

**ABDUCTION**

**MIDNIGHT IN PARIS**

é um luxo. Passar os filmes da Paris no Brasil, é um arraso.

**LARRY CROWNE**

**UM NOVO DESPERTAR**  
(THE BEAVER)

**LA PIEL QUE HABITO**



PARIS FILMES

# Um ano de recordes

Os números do mercado de cinema no Brasil em 2010

*Tropa de elite 2*



- Com mais de 11 milhões de espectadores e R\$ 102,6 milhões de arrecadação, *Tropa de elite 2* estabeleceu um novo recorde para filmes nacionais e repetiu o raro feito de *Dois filhos de Francisco* (2005) ao acumular o posto de líder nacional do ano e de maior bilheteria geral de 2010.
- Marco do novo 3D digital, *Avatar* conquistou o posto de maior bilheteria no formato. Nas salas 3D, o filme faturou R\$ 61,2 milhões, cerca de 60% de sua renda total (R\$ 103 milhões).
- Distribuidora de *Avatar* e de outros sucessos como *Alvin e os esquilos 2* e *Nosso lar*, a Fox alcançou faturamento total de R\$ 232 milhões e conquistou, pelo segundo ano consecutivo, a maior participação de mercado entre as distribuidoras (18%).
- A rede Cinemark, por sua vez, permaneceu na liderança entre os exibidores, com arrecadação total de R\$ 424,2 milhões e *market share* de 33,6%.

## LÍDERES DO ANO

MAIOR BILHETERIA	<i>Tropa de elite 2</i>
MAIOR BILHETERIA NACIONAL	<i>Tropa de elite 2</i>
MAIOR BILHETERIA 3D	<i>Avatar</i>
EXIBIDOR NÚMERO 1	Cinemark
DISTRIBUIDOR NÚMERO 1	Fox

*Avatar*



## PÚBLICO

Público total	134.957.942
Ingressos <i>per capita</i>	0,7
Público dos dez mais	56.501.388
<i>Market share</i> dos dez mais	41,9%
Público filme nacional	25.630.636
<i>Market share</i> filme nacional	19,0%
Público filme estrangeiro	109.327.306
<i>Market share</i> filme estrangeiro	81,0%
Público filme 3D	17.702.921
<i>Market share</i> filme 3D	13,1%

## RENDA

Renda total R\$	1.261.339.644,00
Renda total US\$	755.293.200,00
Renda filme nacional R\$	225.787.370,00
<i>Market share</i> renda filme nacional	17,9%
Renda filme estrangeiro R\$	1.035.552.274,00
<i>Market share</i> renda filme estrangeiro	82,1%
Renda filme 3D R\$	244.722.679,00
<i>Market share</i> renda 3D	19,4%

- Os números de 2010 deram continuidade ao crescimento do mercado e estabeleceram novos recordes, registrando altas de cerca de 20% em público e 30% em renda em relação a 2009.
- Entre os fatores que contribuíram para esses resultados estão o aumento de público e renda dos filmes em 3D – resultado direto do aumento de salas adequadas ao formato –, os sólidos resultados da produção nacional e o desempenho dos *blockbusters* (nacionais e estrangeiros), que elevaram a participação de mercado do *top 10* do ano para quase 42%.

- O preço médio do ingresso atingiu em 2010 a marca de R\$ 9,35, um crescimento de 7% em relação a 2009. Nos últimos cinco anos, o aumento foi de mais de 35%.
- O principal fator que explica essa alta (além, é claro, da inflação) é a alavancada dos títulos em 3D nas bilheterias, para os quais os exibidores cobram um valor *premium*.
- Considerando somente o circuito 3D, o p.m.i. foi de R\$ 13,80. Além disso, a nova tendência das salas vips consolidou uma nova faixa de preço para os ingressos no Brasil, chegando a R\$ 46.

## PREÇO MÉDIO DO INGRESSO

Preço médio do ingresso R\$	9,35
Preço médio do ingresso US\$	5,60
Preço médio do ingresso 3D R\$	13,82
Preço médio do ingresso 3D US\$	8,28

Fonte: Dabatase Brasil / Banco de Dados Filme B



## TOP PRICES

Sala convencional R\$	22,00
Sala 3D R\$	28,00
Sala IMAX R\$	30,00
Sala vip R\$	46,00
Sala convencional US\$	12,64
Sala 3D US\$	16,09
Sala IMAX US\$	17,24
Sala vip US\$	26,44

## MULTIPLEX

Conjuntos multiplex	206
Salas multiplex	1.393
Público multiplex	108.268.420
Renda multiplex (R\$)	1.061.821.362,00
Renda multiplex (US\$)	635.821.174,85
Média público por sala multiplex	77.723

## CINEMAS / SALAS

Total de cinemas	673
Total de salas	2.225
Média público por sala	60.655
Habitantes por sala	85.723
Salas inauguradas	170
Salas de arte	163
Salas 3D	264
Salas IMAX	2



*Cinesystem Praia Grande / foto de divulgação*

- O ano de 2010 chegou ao fim com 673 cinemas e 2.225 salas em funcionamento no país, o que representa uma taxa de crescimento de 6% em relação aos totais de 2009.
- De janeiro a dezembro, foram inaugurados 43 novos cinemas, que somaram 170 salas.
- Dois fatos importantes mexeram com o setor da exibição no país. O primeiro foi o início das atividades no Brasil do grupo mexicano Cinépolis, que inaugurou seu primeiro complexo na cidade de Ribeirão Preto, em junho, e, até o fim do ano, já havia inaugurado cinco cinemas totalizando 35 novas salas. Outro fator importante foi a inauguração do primeiro complexo financiado pelo programa Cinema Perto de Você, do Governo Federal, que pretende estimular a construção de salas em bairros de periferia e cidades de médio e pequeno porte. O Cine 10 Sulacap, do Grupo Espaço, começou a funcionar em 1º de outubro e teve como um de seus maiores sucessos *Tropa de elite 2*.
- O número de salas 3D teve uma expansão considerável: no começo do ano, enquanto *Avatar* acumulava recordes de bilheteria, o Brasil contava com 97 salas no formato. Em dezembro, esse número saltou para 264.

Fonte: Dabatase Brasil / Banco de Dados Filme B

Times Square Station 



OS  
**SMURFS**

TAMBÉM EM **3D**  
**BREVE NOS CINEMAS**

ANIMATION

© 2011 Columbia Pictures Industries, Inc. All rights reserved. "Smurfs" and all related indicia are trademarks of Columbia Pictures Industries, Inc. "Smurfs: The Movie" is a trademark of Columbia Pictures Industries, Inc.

Verifique a classificação indicativa.

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

COLUMBIAS PICTURES

A Warner Bros.



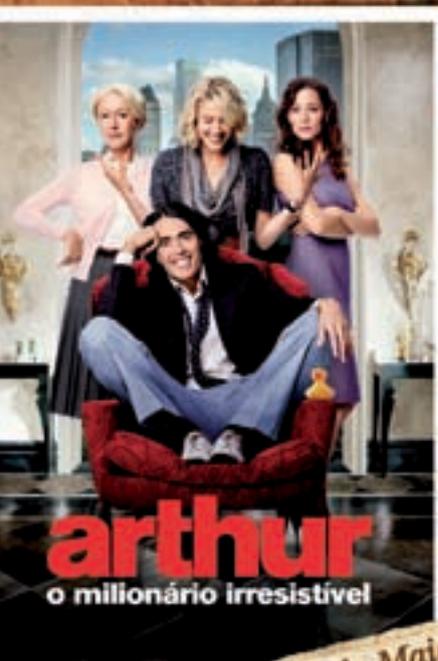
22 de Abril



19 de Agosto



*Pictures veio ao Show de Inverno 2011  
com uma safra de grandes lançamentos.*



6 de Maio

SE BEBER,  
NÃO CASE! 2

27 de Maio



15 de Julho



4 de Novembro

HAPPY FEET  
2  
O PINGUIM

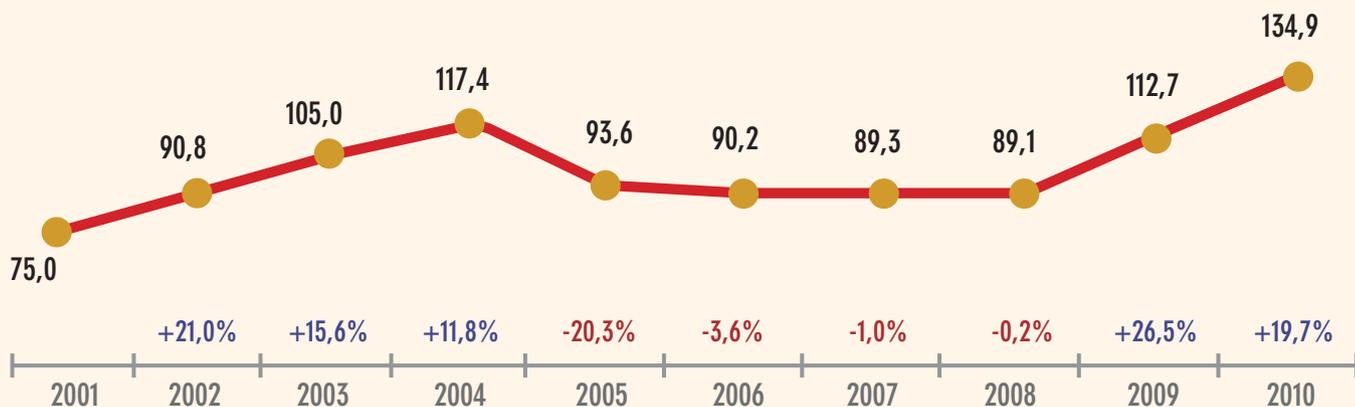
25 de Novembro

ESPAÇO/Z



# ➤➤➤ Evolução do mercado no Brasil (2001-2010)

## >> Público (em milhões)



Depois de sofrer uma queda em 2005 e passar por um período de estagnação até 2008, o público de cinema no Brasil apresentou saltos significativos em 2009 e 2010, voltando a ultrapassar a marca de 100 milhões de ingressos vendidos, superada pela última vez em 2004.

## >> Renda (em R\$ milhões)



Diferentemente do público, a arrecadação nas bilheterias sofreu queda apenas em 2005, mantendo-se praticamente estável entre 2006 e 2008, com crescimento bem mais expressivo em 2009 e 2010. A alta constante do preço médio do ingresso e a expansão do formato 3D nos dois últimos anos contribuíram para esse fator.

## >> Salas



O levantamento do total de salas no Brasil – um país de dimensões continentais e com um circuito em pleno processo de modernização – é uma tarefa complexa, mas os números acima servem como boa referência para se observar a tendência de crescimento do circuito exibidor nos últimos anos, depois da grande depressão dos anos 90 (o índice mais baixo foi em 1995, com 1.033 salas). O total de salas entre 2001 e 2007 foi coletado do Sindicato dos Distribuidores do Rio de Janeiro (que considera como cinemas salas de clubes e condomínios); a partir de 2008, os números são do Banco de Dados Filme B (que não considera essas salas). De qualquer maneira, é importante frisar que, apesar das inaugurações de novas salas a partir de 1997, muitas também fecharam suas portas, o que explica os pequenos índices de aumento ano a ano.

## >> Média de público por sala



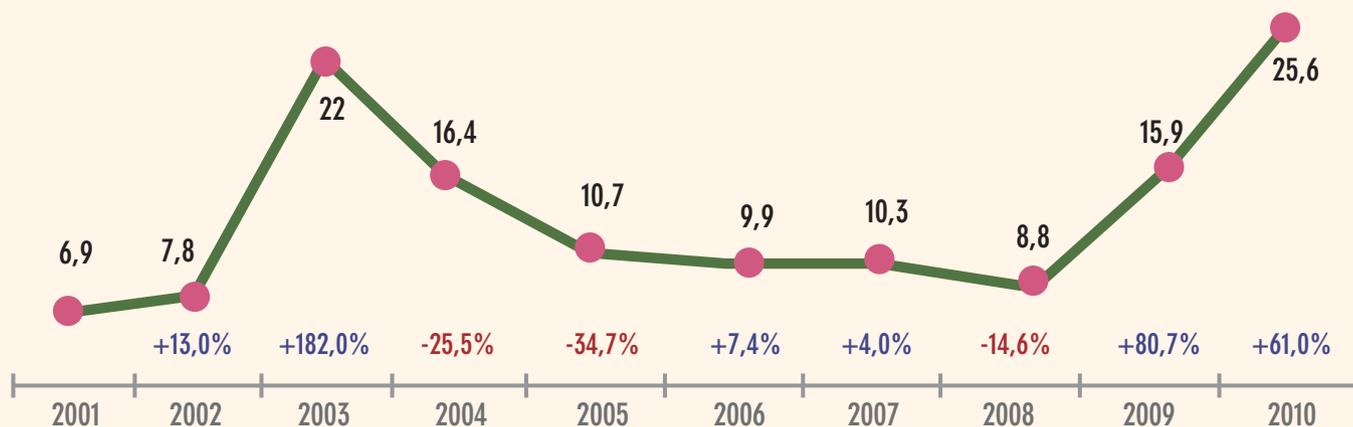
Um dos mais importantes índices da saúde do mercado, a média de público por sala apresentou quedas expressivas entre 2005 e 2007, período em que a expansão dos cinemas não foi acompanhada de um aumento do público. Em 2009, porém, a média voltou a superar a marca de 50 mil espectadores por sala e, em 2010, obteve o índice mais alto da última década, superior a 60 mil espectadores por sala.

## >> Preço médio do ingresso (em R\$)



O preço médio do ingresso no Brasil apresentou altas constantes na última década, mas seu aumento mais significativo foi mesmo em 2010, quando o formato 3D teve sua maior expansão. Entre 2001 e 2010, a alta foi de 70% – enquanto a inflação acumulada no período (pelo IPCA) foi de 89%.

## &gt;&gt; Público do filme nacional (em milhões)



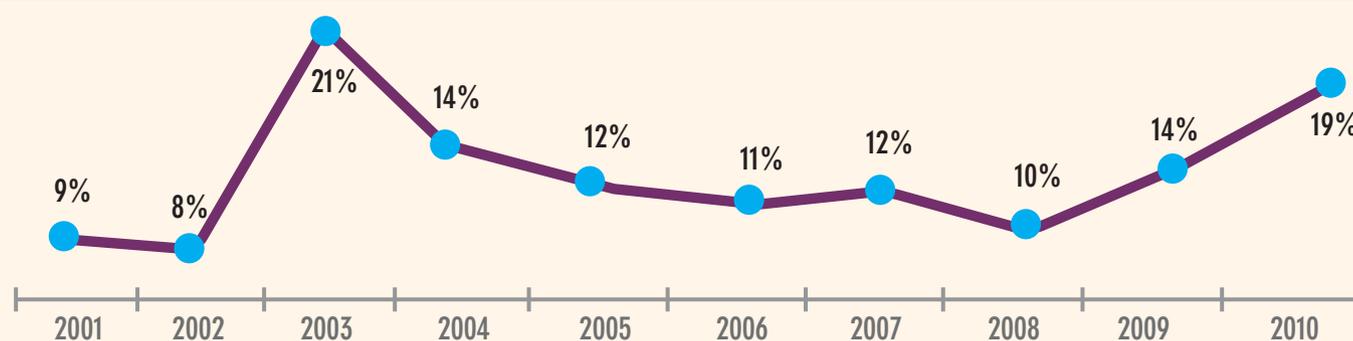
O público do cinema nacional sofreu variações drásticas ao longo da década, com picos em 2003 e 2010, anos em que o total de ingressos vendidos para os filmes brasileiros ultrapassou os 20 milhões. Nos anos intermediários, o público girou em torno dos 10 milhões de espectadores, com ocasionais saltos para a casa dos 15 milhões.

## &gt;&gt; Renda do filme nacional (em R\$ milhões)



Acompanhando a alta de público dos dois últimos anos, a renda do filme nacional registrou um crescimento robusto em 2009 (90%) e em 2010 (72%), para atingir, no último ano, uma bilheteria recorde de R\$ 225,7 milhões. A variação ao longo da década foi significativa: quatro anos registraram bilheteria acima dos R\$ 100 milhões e outros quatro anos, números entre R\$ 70 milhões e R\$ 80 milhões.

## &gt;&gt; Market share do filme nacional



Após alcançar, em 2003, o mais alto índice de participação de mercado da década, o filme nacional viu seu *market share* encolher ano após ano até 2008, quando a tendência foi revertida – essa foi a primeira vez desde a década de 1990 que o cinema brasileiro viu sua participação crescer por três anos consecutivos. Mesmo com mais público em 2010, o índice registrado foi menor porque o mercado como um todo também teve um crescimento elevado.

NÃO SE PREOCUPE, ESTAMOS JUNTOS COM  
PALHAÇOS, CAPITÃES, PORCOS E COELHOS  
trabalhando para deixar você cada vez mais feliz com o Cinema Nacional

LEANDRA LEAL CAUÃ REYMOND

# Estamos Juntos

UM FILME DE TONI VENTURI

TARCÍSIO MEIRA GREGÓRIO DUVIVIER



UM FILME DE HUGO CARVANA

SELTON MELLO PAULO JOSÉ

# O PALHAÇO

UM FILME DE SELTON MELLO

# CAPITÃES DA AREIA

UM FILME DE CECÍLIA AMADO

ALESSANDRA NEGRINI CACO CIOCLER



UM FILME DE AFONSO POYART

SELTON MELLO GRAZI MASSAFERA

# Billi Pig

UM FILME DE JOSÉ EDUARDO BELMONTE

TELE  
CINE

aurora

DELTA

MAC COMUNICAÇÃO

BANANEIRA  
FILMES

LAGOA

MAGA

ILUCCI MARIA

imagem  
Filmes



Eles estão chegando para *Première Mundial*,  
dia 15 de Abril, no Rio de Janeiro.

**VIN DIESEL**      **PAUL WALKER**      **DWAYNE JOHNSON**

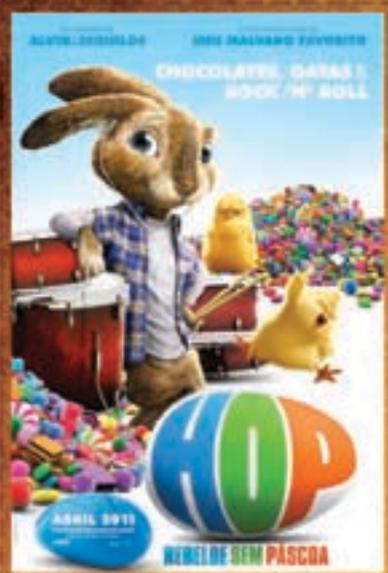
**VELOZES & FURIOSOS 5**  
OPERAÇÃO RIO

**06 DE MAIO NOS CINEMAS**

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

ORIGINAL FILM

VERIFIQUE A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA



**HOP - Rebelde sem Páscoa**  
21 de Abril de 2011



**Velozes & Furiosos 5**  
6 de Maio de 2011



**Os Olhos de Julia**  
13 de Maio de 2011

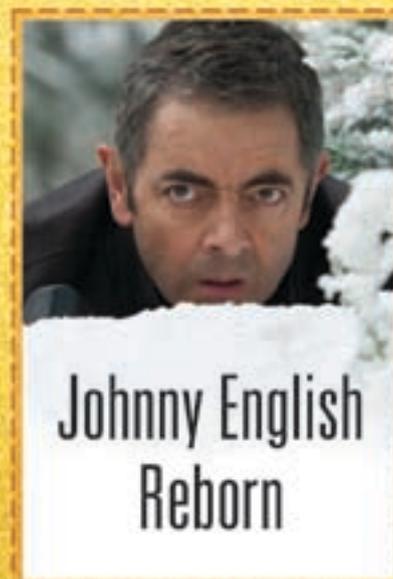
*Para um lançamento se tornar um sucesso,  
nada como começar em grande estilo.*



**Titulo ainda não definido**  
9 de Setembro de 2011



**A Águia da Legião Perdida**  
23 de Setembro de 2011



**Titulo ainda não definido**  
7 de Outubro de 2011

A UNIVERSAL PICTURE  
© 2011 UNIVERSAL STUDIOS  
Filmes distribuídos pela  
Paramount Pictures Brasil.

# Ranking filmes 3D

Por renda - atualizado até 28/2/2011

filme	dist	estreia	total de salas	salas 3D	total 3D		total geral		percentual 3D	
					público	renda (R\$)	público	renda (R\$)	público	renda
1 Avatar	FOX	dez.09	652	95	4.244.113	61.298.069,00	9.150.778	103.087.289,00	46,4%	59,5%
2 Shrek para sempre	PAR	jul.10	620	90	2.203.583	29.874.737,00	7.379.540	70.371.279,00	29,9%	42,5%
3 A era do gelo 3	FOX	jun.09	764	67	2.191.393	28.548.247,00	9.266.335	81.002.814,00	23,6%	35,2%
4 Enrolados *	DIS	jan.11	446	206	1.989.098	24.988.743,00	3.869.053	39.348.173,00	51,4%	63,5%
5 Alice no país das maravilhas	DIS	abr.10	487	129	1.933.223	27.269.891,00	4.348.031	47.880.885,00	44,5%	57,0%
6 Toy Story 3	DIS	jun.10	495	142	1.481.677	20.093.141,00	4.371.080	42.217.365,00	33,9%	47,6%
7 Fúria de titãs	WAR	mai.10	303	131	1.144.765	16.920.966,00	2.499.046	28.448.713,00	45,8%	59,5%
8 Como treinar o seu dragão	PAR	fev.10	368	122	986.606	13.548.955,00	2.044.132	21.932.170,00	48,3%	61,8%
9 As crônicas de Nárnia - A viagem...*	FOX	dez.10	556	186	892.194	11.240.938,00	2.140.111	21.110.695,00	41,7%	53,2%
10 Resident Evil 4 - Recomeço	SONY	set.10	298	138	836.086	11.519.549,00	1.433.002	16.464.980,00	58,3%	70,0%
11 O último mestre do ar	PAR	ago.10	251	123	722.422	9.634.424,00	1.561.023	16.147.861,00	46,3%	59,7%
12 Tron - O legado *	DIS	dez.10	480	200	721.911	9.433.575,00	1.122.405	12.724.189,00	64,3%	74,1%
13 Meu malvado favorito	UNI	ago.10	382	140	708.518	9.892.458,00	2.425.313	23.282.211,00	29,2%	42,5%
14 A lenda dos guardiões	WAR	out.10	223	28	699.191	9.414.592,00	1.045.554	12.479.728,00	66,9%	75,4%
15 Up - Altas aventuras	DIS	set.09	329	75	687.812	8.950.246,00	2.062.627	19.474.466,00	33,3%	46,0%
16 Megamente *	PAR	dez.10	463	195	687.295	8.930.133,00	1.659.670	16.048.326,00	41,4%	55,6%
17 Tá chovendo hambúrguer	SONY	out.09	255	73	624.417	7.830.800,00	1.432.778	13.807.229,00	43,6%	56,7%
18 Santuário *	PARIS	fev.11	277	207	541.528	8.095.134,00	653.575	9.233.264,00	82,9%	87,7%
19 Monstros vs Alienígenas	PAR	abr.09	361	46	476.758	6.458.000,00	1.413.730	13.547.882,00	33,7%	47,7%
20 Jogos mortais - O final	IMAG	nov.10	261	157	419.898	5.877.944,00	595.867	7.260.462,00	70,5%	81,0%
21 As viagens de Gulliver *	FOX	jan.11	448	165	418.208	5.544.239,00	1.318.894	13.406.462,00	31,7%	41,4%
22 Como cães e gatos 2 - A vingança...	WAR	set.10	198	129	363.709	4.478.627,00	564.096	6.249.551,00	64,5%	71,7%
23 Zé Colmeia - O filme *	WAR	jan.11	301	69	351.838	4.303.674,00	1.362.492	12.427.569,00	25,8%	34,6%
24 Viagem ao centro da Terra	PLAY	jul.08	225	9	327.046	3.653.028,00	1.318.714	11.077.656,00	24,8%	33,0%
25 Os fantasmas de Scrooge	DIS	nov.09	120	77	312.127	3.993.185,00	446.196	5.378.653,00	70,0%	74,2%

Fotos: divulgação



Alice no país das maravilhas



A era do gelo 3



Avatar

filme	dist	estreia	total de salas	salas 3D	total 3D		total geral		percentual 3D			
					público	renda (R\$)	público	renda (R\$)	público	renda		
26		O Besouro Verde*	SONY	fev.11	430	219	309.094	4.319.246,00	516.211	6.092.619,00	59,9%	70,9%
27		Premonição 4	PLAY	fev.10	233	96	304.586	4.195.228,00	787.222	8.231.807,00	38,7%	51,0%
28		Força G	DIS	ago.09	304	68	272.208	3.398.669,00	886.199	7.778.971,00	30,7%	43,7%
29		Bolt Supercão	DIS	jan.09	220	25	255.372	2.857.558,00	1.111.901	8.976.724,00	23,0%	31,8%
30		Garfield 3D - Um super-herói animal	PLAY	out.10	190	153	238.219	3.255.482,00	362.732	4.207.661,00	65,7%	77,4%
31		Toy Story 2 3D **	DIS	mar.10	107	107	162.635	2.232.918,00	162.635	2.232.918,00	100,0%	100,0%
32		Justin Bieber - Never Say Never *	PAR	fev.11	288	208	139.434	1.839.241,00	182.338	2.213.488,00	76,5%	83,1%
33		Coraline	UNI	fev.09	163	30	125.379	1.538.000,00	299.293	2.802.905,00	41,9%	54,9%
34		Dia dos namorados macabro	PLAY	mar.09	140	34	118.136	1.472.177,00	252.539	2.571.672,00	46,8%	57,2%
35		Jonas Brothers **	DIS	mai.09	51	51	106.246	1.336.383,00	106.246	1.336.383,00	100,0%	100,0%
36		Os mosconautas no mundo da lua	PLAY	abr.08	214	24	105.055	1.033.163,00	513.553	3.751.165,00	20,5%	27,5%
37		Piranha 3D	IMAG	out.10	194	106	99.562	1.221.147,00	151.004	1.589.099,00	65,9%	76,8%
38		Toy Story 1 3D **	DIS	fev.10	101	101	97.675	1.310.839,00	97.675	1.310.839,36	100,0%	100,0%
39		Hannah Montana **	DIS	abr.08	5	5	82.732	840.943,00	82.732	840.943,00	100,0%	100,0%
40		Jackass 3D **	PAR	nov.10	94	94	67.106	921.690,00	67.106	921.690,00	100,0%	100,0%
41		A lenda de Beowulf	WAR	nov.07	299	5	65.828	784.927,00	939.261	7.598.674,00	7,0%	10,3%
42		U2 3D **	PLAY	ago.08	28	28	57.929	748.096,00	57.929	748.096,00	100,0%	100,0%
43		Brasil animado	IMAG	jan.11	194	136	49.207	626.356,00	69.872	783.668,00	70,4%	79,9%
44		A família do futuro	DIS	abr.07	239	2	43.068	512.680,00	746.817	5.956.222,00	5,8%	8,6%
45		As aventuras de Sammy	PLAY	jan.11	199	126	39.948	505.936,00	127.596	1.341.185,00	31,3%	37,7%
46		Scar - A marca do mal **	PLAY	nov.08	24	24	32.957	303.742,00	32.957	303.742,00	100,0%	100,0%
47		Estação espacial 3D **	IMAX	mai.09	2	2	22.595	411.155,00	22.595	411.155,00	100,0%	100,0%
48		Um mar de aventuras 3D **	IMAX	set.10	2	2	19.602	275.165,00	19.602	275.165,00	100,0%	100,0%
49		Batalha por T.E.R.A. 3D **	PLAY	set.10	62	62	13.081	127.778,00	13.081	127.778,00	100,0%	100,0%

\* Em exibição em 28/2/2011 \*\* exibição exclusiva em 3D

Fonte: Banco de dados Filme B / Distribuidoras



Meu malvado favorito



Os fantasmas de Scrooge

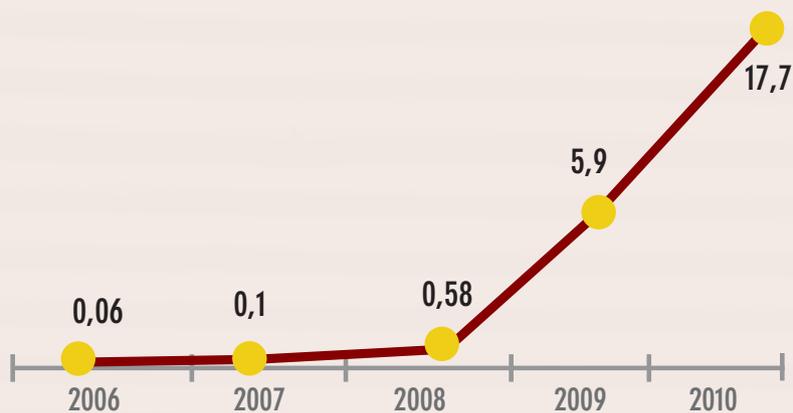


Resident Evil 4

## &gt;&gt; Evolução de salas 3D



## &gt;&gt; Evolução do público 3D (em milhões)



## &gt;&gt; Evolução da renda 3D (em R\$ milhões)



Fonte: Banco de Dados Filme B

A large, vibrant photograph of Corcovado Mountain in Rio de Janeiro, Brazil. At the peak, the Christ the Redeemer statue stands against a clear blue sky with light, wispy clouds. The mountain's slopes are covered in dense, lush green tropical forest. The overall scene is bright and scenic.

# RIO DE JANEIRO

## Rio. Uma cidade de cinema.

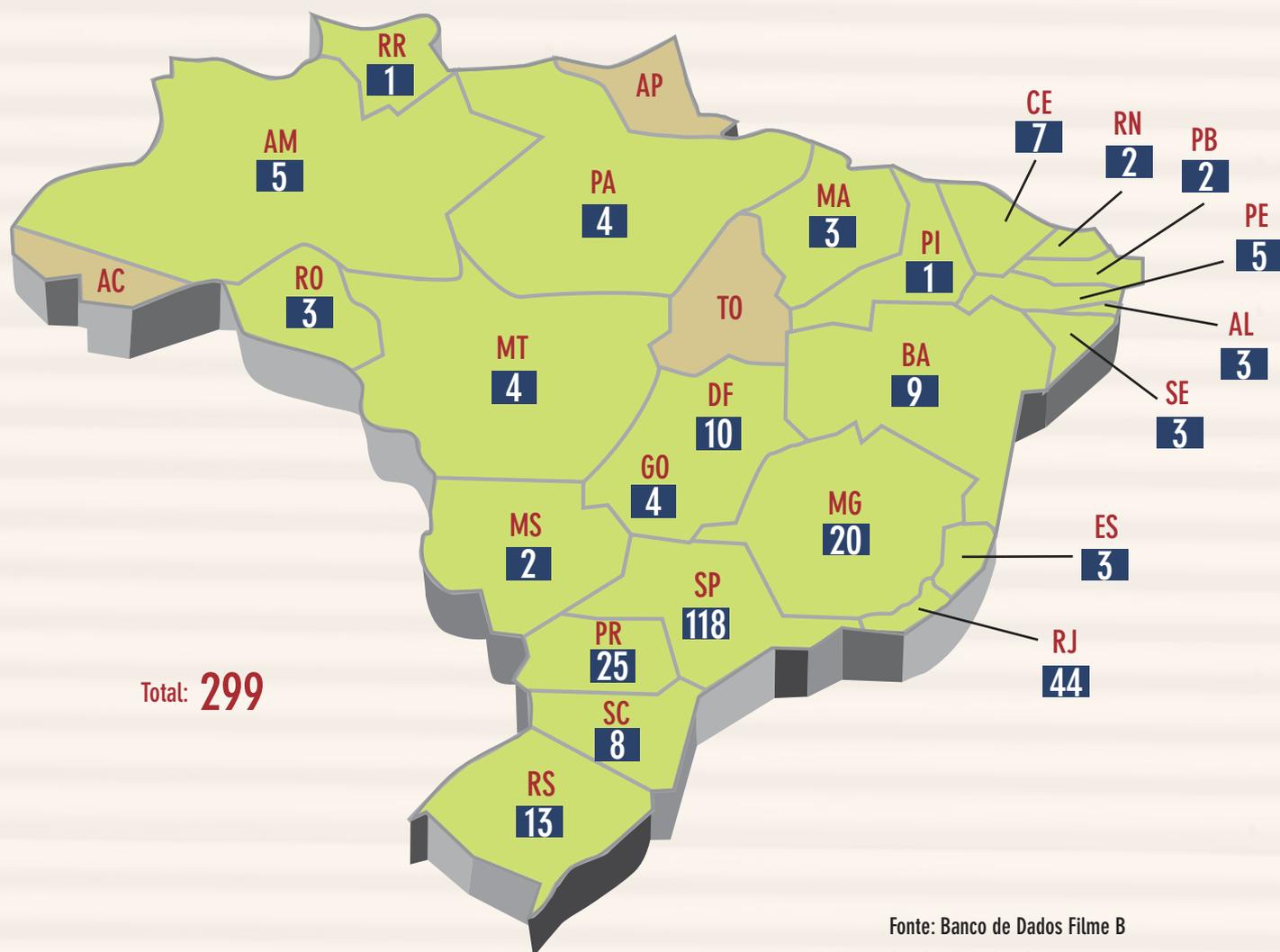
Empresas dinâmicas, profissionais qualificados, locações incríveis e uma vocação natural para o cinema. Não é à toa que o Rio tem atraído tantas produções internacionais e realizado tantos filmes bem-sucedidos. Essas conquistas geram renda, empregos e transformam a cidade num polo mundial de produção audiovisual. Rio. Esta é a cidade. Este é o momento.

Veja alguns números que mostram a força do Rio neste setor:

- 40% dos filmes nacionais lançados em 2010
- 95,3% do público e 95,7% da renda do cinema nacional
- 75% dos lançamentos nacionais com mais de 50 mil espectadores
- 51,4% das produções estrangeiras feitas no país
- Mais de mil empresas ativas e 30 mil empregos diretos



## Mapa das salas 3D no Brasil - 2010



Fonte: Banco de Dados Filme B  
Atualizado até 28/02/2011

As salas digitais 3D estão presentes em quase todos os estados brasileiros, incluindo Roraima, Rondônia e Amazonas. Por enquanto, apenas Acre, Amapá e Tocantins ainda não dispõem de cinemas com a nova tecnologia. A grande maioria das salas 3D está concentrada em São Paulo, que possui mais que o dobro do número de salas do Rio de Janeiro. Outros estados que se destacam são Paraná, Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

# O trabalho da RioFilme é um estouro. De bilheteria e, principalmente, de pipoca.

A RioFilme é a empresa da Prefeitura do Rio que promove o desenvolvimento da indústria audiovisual carioca. Desde 1992, participa ativamente do crescimento do cinema nacional.

De 2009 para cá, ganhou um papel de protagonista. Foi renovada, estabeleceu parcerias, recebeu mais recursos e passou a priorizar projetos com maior potencial de retorno para a empresa, o setor e a cidade.

Os investimentos aumentaram, os resultados apareceram e o Rio consolidou sua liderança em produções nacionais e internacionais. Uma história de sucesso, que terá muitas continuções.

## 2009

7 lançamentos  
2 milhões de ingressos vendidos  
R\$ 11,3 milhões investidos  
3 filmes no Top 20 nacional

## 2010

7 lançamentos  
13,1 milhões de ingressos vendidos  
R\$ 18,5 milhões investidos  
6 filmes no Top 20 nacional

## Lançamentos 2011 / 2012 / 2013

Cilada.com  
Corações Sujos  
Eu Receberia as Piores Notícias dos Seus Lindos Lábios  
Onde a Coruja Dorme  
Paraisos Artificiais  
A Montanha  
Totalmente Inocentes  
31 Minutos - O Filme  
Agamenon Mendes Pedreira - O Filme

A Hora e a Vez de Augusto Matraga  
Meu Tempo é Agora  
No Retrovisor  
Serra Pelada  
Sequestro Relâmpago  
10 Segundos  
A Esperança é a Última que Morre  
Meu Amigão Zão - O Filme  
Peixonauta - O Filme

[www.rio.rj.gov.br/riofilme](http://www.rio.rj.gov.br/riofilme)

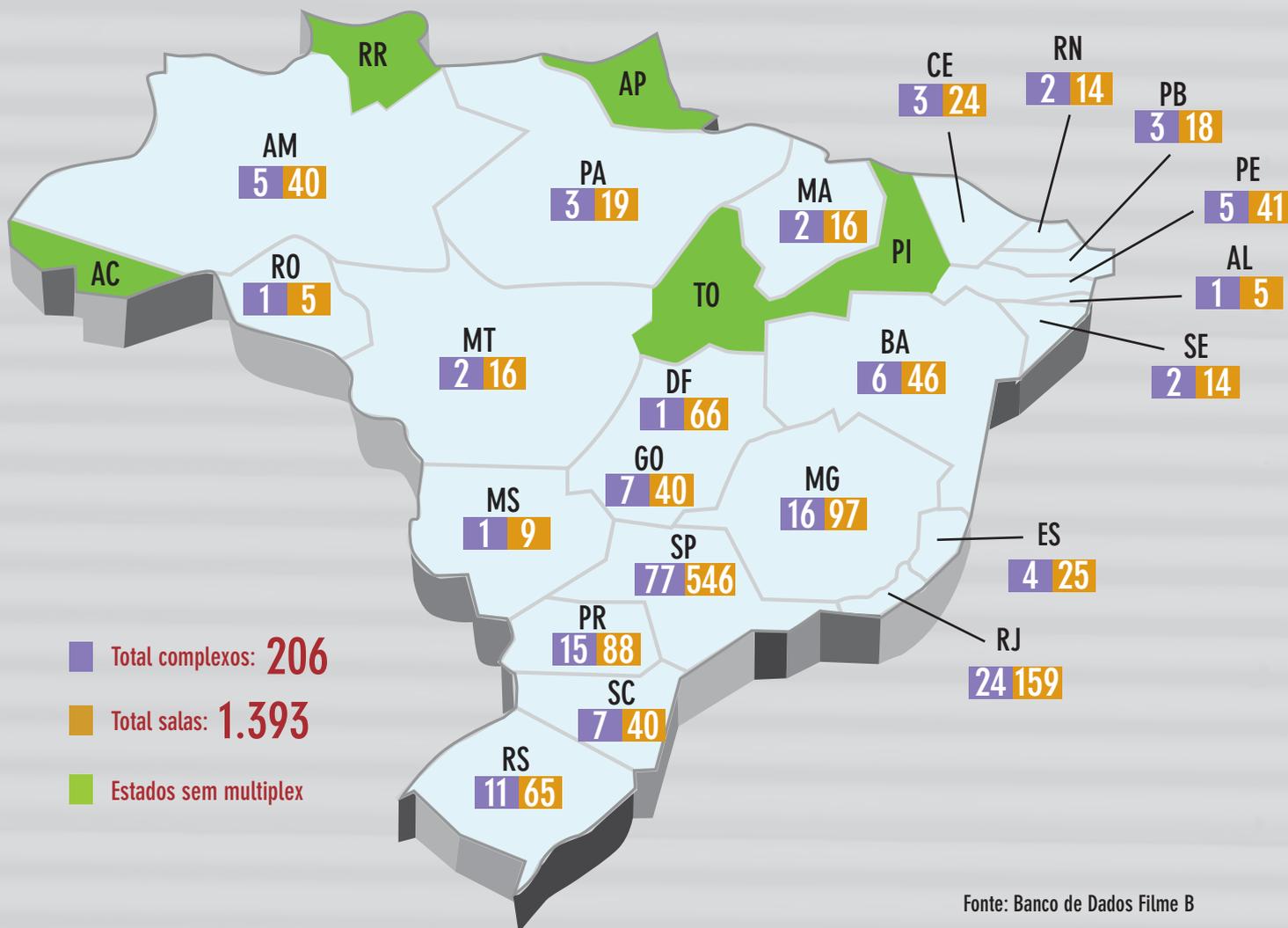


**RIO,  
UMA CIDADE  
DE CINEMA.**

# Mapa do multiplex no Brasil - 2010

Complexos

Salas



Fonte: Banco de Dados Filme B

Ainda que estejam bastante concentrados na região Sudeste, especialmente em São Paulo, os cinemas no formato multiplex já estão presentes em quase todos os estados do Brasil, com exceção de Tocantins, Acre, Amapá e Roraima. São Paulo concentra quase 40% das salas neste formato do país, seguido do Rio de Janeiro (11%) e Minas Gerais (7%). Com a expansão dos *shoppings* em municípios de porte médio e o programa Cinema Perto de Você, que tem como objetivo estimular a construção de cinemas em regiões onde predomina a classe C, é possível que esse panorama mude ao longo dos próximos anos.



UMA PRODUÇÃO CASÉ FILMES

REC



**BRUNO MAZZEO**

# CILADA.com

DIREÇÃO DE JOSÉ ALVARENGA JR



Um vídeo  
caiu na internet.  
E ele caiu  
na maior cilada.

FERNANDA PAES LEME    AUGUSTO MADEIRA    CAROL CASTRO    FABIOLA NASCIMENTO    FULVIO STEFANINI    SERJÃO LOROZA    THELMO FERNANDES

CARTAZ E TRAILER

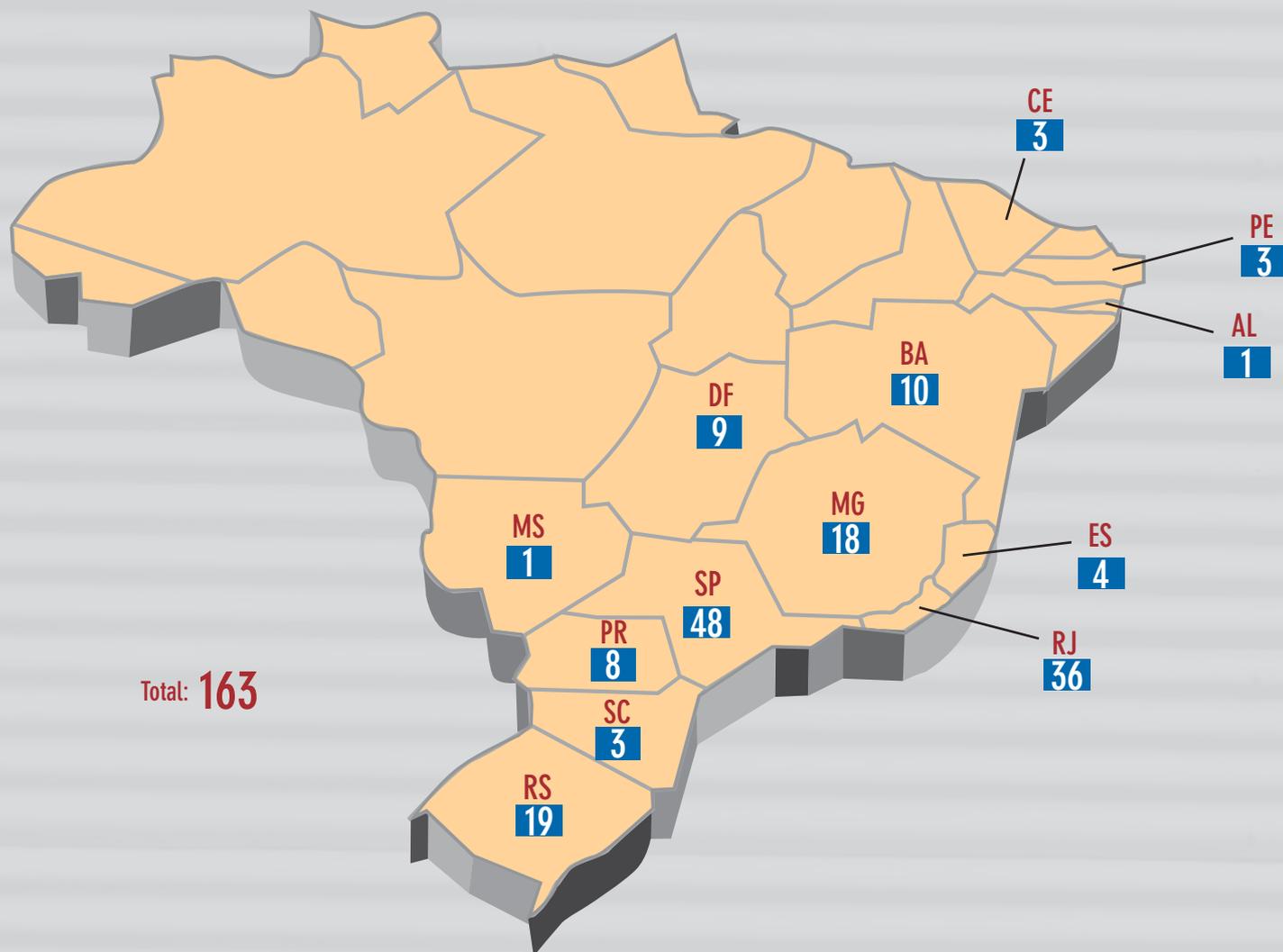
DISPONÍVEIS A PARTIR DO INÍCIO DE ABRIL.



8 DE JULHO NOS CINEMAS



## Mapa das salas de arte no Brasil - 2010



O número de salas dedicadas aos filmes de arte no Brasil vem diminuindo a cada ano. Em 2009, o país possuía 177 salas de arte; em 2010, esse total caiu para 163 (-8,5%). É importante frisar que estes números incluem os cinemas Arteplex, do Grupo Espaço (em São Paulo, Rio, Porto Alegre e Curitiba) e o complexo Casa Park de Brasília, do grupo Embracine, que trazem programação mista. Em março de 2011, São Paulo ainda perdeu o tradicional cine Belas Artes, com seis salas (ainda contabilizadas no total de 2010). Com a expansão dos multiplex, que demandam conteúdo e programação, muitos exibidores têm destinado uma ou duas salas de seus complexos a títulos de perfil diferenciado.

Fonte: Banco de Dados Filme B

*TRANSISOM*



**KELONIK**

**A NOVA IMAGEM DO CINEMA**

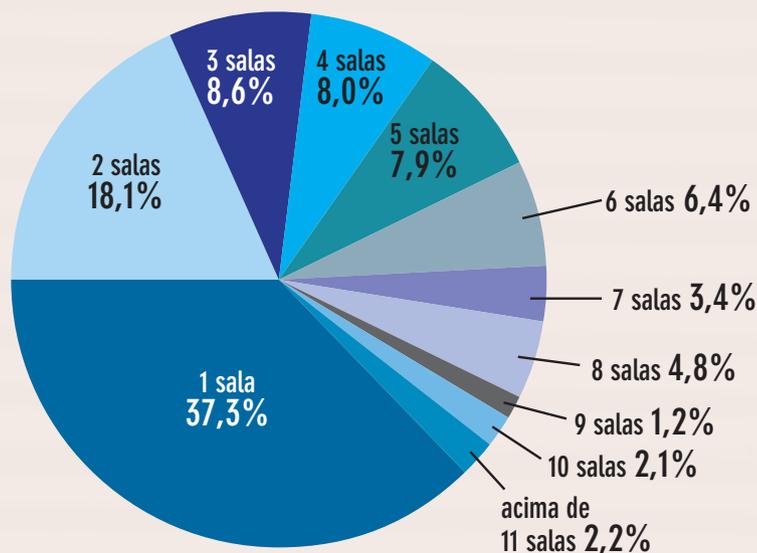
# **CINEMA DIGITAL 3D**

RUA DAS MARRECAS, 40/208, CENTRO - RJ  
CEP: 20031-120 TEL: 21/2212-0000 FAX: 21/2240-3353  
E-MAIL: [tce@transisom.com.br](mailto:tce@transisom.com.br)

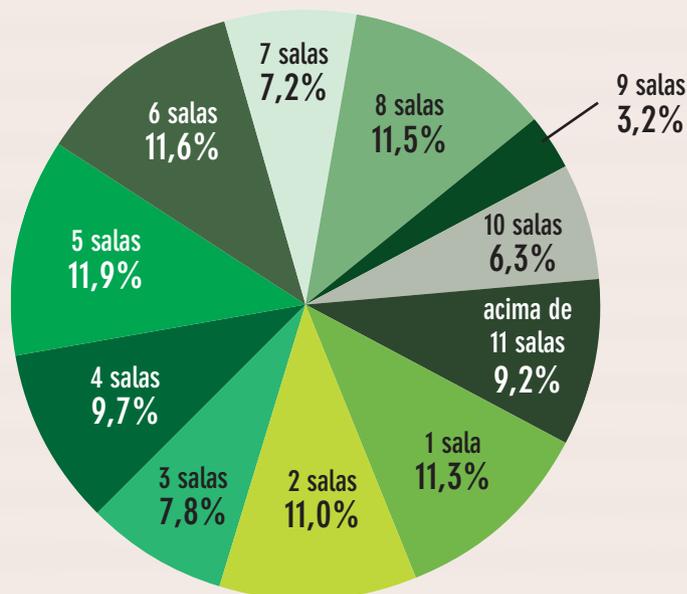
## Perfil do circuito brasileiro: cinemas e salas 2010

Os gráficos com a relação entre cinemas e salas no Brasil apresentam dados relevantes a respeito do processo de transformação do circuito exibidor no país. No gráfico ao lado, que mostra a relação de salas pelo total de cinemas, vemos que, apesar da forte expansão do modelo multiplex, os cinemas de uma a três salas ainda respondem por 64% do total de cinemas. No gráfico abaixo, no entanto, vemos que esse mesmo circuito representa apenas 30% do total de salas. É importante notar também que os empresários da exibição preferem os complexos de médio porte, entre quatro e oito salas, que representam 52% do total de salas.

Percentual de nº de salas x total de cinemas 2010



Percentual de nº de salas x total de salas 2010



TOTAL DE CINEMAS/SALAS 2010

NÚMERO DE SALAS	TOTAL DE CINEMAS	TOTAL DE SALAS
1 sala	251	251
2 salas	122	244
3 salas	58	174
4 salas	54	216
5 salas	53	265
6 salas	43	258
7 salas	23	161
8 salas	32	256
9 salas	8	72
10 salas	14	140
acima 11 salas	15	188
<b>TOTAL</b>	<b>673</b>	<b>2.225</b>

Fonte: Banco de Dados Filme B

# 3D

## **STRONG, Projetando imagem por aproximadamente 100 anos.**

A Strong possui a solução para todos os desafios, desde sistemas de projeção 35 mm até sistemas digitais em 2D e 3D. Nós criamos a imagem para a tela que anima os fãs de cinema e os mantém voltando mais vezes.

- Projetores • Sistemas de telas • Cabeçotes de som • Pratos • Reguladores de luzes • Automações • Mesas MakeUp
- Mesas de Rebobinação • Montadores • Motores de Mascaramento • Motores de Cortinas • Alto-falantes
- Amplificadores • Processadores de áudio • Monitores • Fontes de Alimentação • Caixas de Luzes



**STRONG EQUIPAMENTOS CINEMATOGRÁFICOS**

Representante Autorizado para vendas e serviços.

STRONG / BARDAN INTERNATIONAL INC.

Fone: 55-61-34474741 - Celular: 55-61-99703516 - Nextel: 55-61-78131916 ID: 55\*118\*57242

SHIN CA 01 Lote A Sala 402 - Deck Norte - Lago Norte - Brasília - DF - Brasil

www.strong-cinema.com.br - E-mail: strong-brasil@uol.com.br





Disney  
**PIRATAS**  **do CARIBE**  
NAVEGANDO EM ÁGUAS MISTERIOSAS

 WALT DISNEY  
PICTURES

20 DE MAIO NOS CINEMAS





© Disney/Pixar



**FOI DADA A LARGADA  
24 DE JUNHO NOS CINEMAS**



**IMAGINE O BRASIL INTEIRO VENDENDO  
SUA PRÓXIMA PRÉ-ESTREIA,  
AO MESMO TEMPO, DE QUALQUER  
LUGAR DO MUNDO.**

COM MUITO MAIS ECONOMIA PARA VOCÊ.



COM O CINEMEETING, ESSA SESSÃO JÁ COMEÇOU.

Este é o novo serviço da Cinemark para você, distribuidor. Agora, suas transmissões de pré-estreias, *road shows*, coletivas de imprensa acontecem ao mesmo tempo para todo o Brasil com muito mais praticidade e economia. Transforme seu próximo lançamento num evento de sucesso.

- 29 complexos Cinemark • transmissões ao vivo em alta definição
- parceria com a Casablanca Online

Tudo isso com padrão de conforto e tecnologia Cinemark.

Para saber mais: [eventos@cinemark.com.br](mailto:eventos@cinemark.com.br)

**CINEMEETING**  
Multiplicando sua mensagem

**São Paulo** Eldorado, Villa-Lobos, Guarulhos, Center Norte, Paulista, Aricanduva, Market Place, Cidade Jardim, Santa Cruz, Iguatemi, Osasco, Campinas, Santos e Ribeirão Preto  
**Rio de Janeiro** Downtown, Botafogo e Niterói **Minas Gerais** Savassi e BH Shopping  
**Paraná** Barigüi e Mueller **Rio Grande do Sul** BarraShoppingSul e Ipiranga  
**Espírito Santo** Vitória **Amazonas** Studio 5 Festival Mall **Brasília** Taguatinga, Iguatemi Brasília e Pier 21 **Bahia** Salvador



**CINEMARK**  
É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.