

# **CENÁRIO DE PÓS-DIGITALIZAÇÃO: TECNOLOGIAS E SERVIÇOS NOS MULTIPLEXES DE CAMPINAS**

## **POST-DIGITIZATION SCENARIO: TECHNOLOGIES AND SERVICES IN CAMPINAS' MULTIPLEXES**

### **EDUARDA WILHELM**

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Graduada em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo na Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen (2013-2016). Atuou como bolsista na Agência Experimental de Notícias Da Hora UFSM/FW e no projeto de extensão "Vídeo Entre-Linhas: formação de jovens realizadores em Frederico Westphalen e região", da mesma instituição. Também foi voluntária no projeto de pesquisa "Educomunicação e processos de protagonismo jovem". Tem interesse nas áreas de cinema, produção audiovisual, memória e midiatização.

E-mail: [duda\\_wp@hotmail.com](mailto:duda_wp@hotmail.com)

### **NOEL DOS SANTOS CARVALHO**

Professor do Departamento de Multimeios, Mídia e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Multimeios - UNICAMP. Pesquisador Associado do Centre de Recherches Interdisciplinaires sur les Mondes Ibériques Contemporains (CRIMIC) - Univ. Paris-Sorbonne, IV. Graduado em Ciências Sociais (USP), mestre em Multimeios (UNICAMP) e doutor em Sociologia (USP). Investiga os temas: cinema e cultura brasileira; o negro e o cinema brasileiro; cinema e política; produção, inovação e mercado cinematográfico.

E-mail: [noelsantoscarvalho@iar.unicamp.br](mailto:noelsantoscarvalho@iar.unicamp.br)

CORREIO, Eduarda Wilhelm; CARVALHO, Noel dos Santos. Cenário de pós-digitalização: tecnologias e serviços nos multiplexes de Campinas. Revista GEMInIS, São Carlos, UFSCar, v. 9, n. 1, pp.125-142, jan. / abr. 2018.

Enviado em: 21 de novembro de 2017 / Aceito em: 30 de maio de 2018

**REVISTA GEMInIS | V. 9 - N. 1 | ISSN: 2179-1465**

<http://dx.doi.org/10.4322/2179-1465.0901008>

## **RESUMO**

Com o parque exibidor nacional digitalizado, surgem novas demandas e discussões sobre as configurações das salas de cinema. É preciso investir cada vez mais em novos conteúdos e novos atrativos. Campinas possui uma grande variedade de empresas exibidoras, sendo diversas as opções de configurações de salas e tecnologias presentes, já que a população frequenta muito os cinemas e se mostra disposta a pagar por um serviço diferenciado. A partir disso, propomos observar essas diversas tecnologias de projeção e modernos complexos instalados no município, nos questionando como a indústria de exibição de filmes se comporta nesse cenário tecnológico e de consumo.

**Palavras-chave:** Mercado. Cinema. Exibição. Multiplexes. Tecnologia. Serviços.

---

## **ABSTRACT**

With the digitization of national cinema theatres, new demands and discussions about the configuration of cinema rooms arise. An increase in investments in new content and attractions is needed. The city of Campinas houses a great number of exhibiting companies, with diverse options of theatre configurations and present technologies, since the population does frequent the cinemas, and shows disposition to pay for a differentiated service. From this, we propose to observe these diverse projection technologies and modern complexes installed in the city, asking ourselves how the film exhibition industry behaves in this technology and consumer scenario.

**Keywords:** Market. Cinema. Exhibition. Multiplexes. Technology. Services.

## INTRODUÇÃO

O Brasil esteve atrasado no processo de digitalização em relação a outros países e discutiu-se muito sobre os desafios disso. Hoje, já estamos com praticamente todo o parque exibidor digitalizado, 99,6%, faltando apenas onze salas para alcançarmos a totalidade. O cenário muda muito rápido e já é hora de pensarmos em outras questões, o processo de transformação iniciado na virada do século e a reorganização que isso demandou são praticamente águas passadas. Se até pouco tempo o maior debate era a transição das salas para o digital hoje os exibidores já discutem a substituição pelo projetor a laser. A exibição 3D que ganhou força em 2009 já se tornou uma tecnologia usual para os espectadores e exibidores, representando 40% das salas.<sup>1</sup> Nos encontramos em um estágio de pós-digitalização onde surgem novas demandas e discussões sobre as formas de circulação do audiovisual e configurações das salas de cinema. Nesse cenário tecnológico e de consumo, que se modifica muito rápido e está em constante transformação, é preciso investir cada vez mais em novos conteúdos e novos atrativos para a exibição cinematográfica.

Gatti (2014) diz que o formato de exibição dominante do mercado ainda está indefinido, indagando se na verdade estamos nos encaminhando para uma era de multitecnologias das salas ou se haverá uma tendência de concentração em uma dessas tecnologias. Ele afirma que “este tipo de profusão tecnológica, contraditoriamente atende aos imperativos concentracionistas da indústria, no âmbito do mercado de salas” (GATTI, 2014, p. 4). Por outro lado, essas especificidades que as empresas dispõem em cada sala são uma forma de se diferenciarem no mercado e atrair o público com um cardápio de opções para o espectador escolher como assistirá o filme de acordo com o seu desejo de fruição coletiva e imersão. Se no surgimento do cinema só existia uma maneira de assistir a filmes, hoje existem várias. E não estou falando de várias plataformas diferentes que disponibilizam filmes, mas também dentro do próprio complexo de cinema.

Hoje, as salas de cinema estão quase que inteiramente condicionados ao ambiente do shopping center. São poucos os empreendimentos que conseguem se manter fora da

---

<sup>1</sup> Dados do Informe Anual do Segmento de Salas de Exibição da Ancine (2016). Disponível em: <[https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/informe\\_exibicao\\_2016\\_0.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/cinema/pdf/informe_exibicao_2016_0.pdf)>.

lógica dos grandes centros comerciais. Assim como os shoppings buscam proporcionar mais do que opções de lojas, mas também agregar o lazer e alimentação, o multiplex ultrapassa a função de exibição cinematográfica, é uma espécie de potencialização da mercantilização do cinema. Conforme Garrefa (2011), no contexto dos shopping centers o consumo passa a estar atrelado a sensações, a experiências, e vê-se a necessidade de uma inovação constante. Mas há uma relação de interdependência entre os dois, o modelo multiplex vê no shopping seu local ideal de implantação e o shopping vê no cinema um aliado indispensável para atrair consumidores. Não é à toa que a praça de alimentação e o cinema geralmente ficam no último andar de um shopping, já que é uma forma para que o público necessariamente passe pelas lojas para chegar até lá. Ainda quanto a essa transição de espaço dos cinemas, “deixou-se de fazer um consumo imediato, pois, em geral, os cinemas não estão tão próximos dos domicílios quanto estavam os centros comerciais de bairro” (ALMEIDA; BUTCHER, 2003, p. 144). Somado ao encarecimento do ingresso, isso tornou o hábito de frequentar o cinema algo eventual, diferentemente do que acontecia nos cinemas de rua, que possuía frequentadores assíduos.<sup>2</sup>

Fruto da busca de um diferencial de produto ou serviço já existente, o multiplex estimula o consumo com táticas mercadológicas diferenciadas dos tradicionais cinemas de rua. Esse modelo de exibição busca fazer com que o espectador tenha uma experiência de consumo completa, e não apenas a de assistir um filme e voltar para casa. O exibidor explora o máximo possível o ato de ir ao cinema, oferecendo diversos serviços e produtos alternativos, já que não se exhibe mais apenas filmes na tela grande. Vemos isso não só pela diversificação dos produtos oferecidos nas bombonnières desses complexos, mas também pelos diversos tipos de salas com características específicas (salas VIPs) e tecnologias diferenciadas (IMAX, 4D).

A partir disso, propomos observar essas diversas tecnologias de projeção e modernos complexos instalados no município Campinas. Questionaremos como a indústria de exibição de filmes se comporta no cenário de polo tecnológico do município e como as características do município influenciam no modelo de negócio dessas empresas.

Campinas está localizada no interior do estado de São Paulo e é considerada uma metrópole regional, tendo 1,1 milhões de habitantes. Metrópole, segundo Souza (2003), é um município em meio a uma aglomeração urbana que possui influência econômica, contribuindo para o desenvolvimento local. O município escolhido para a pesquisa também é um grande polo tecnológico, citado muitas vezes como o Vale do Silício brasileiro, analogia a região Califórnia, nos Estados Unidos, que possui diversas

---

<sup>2</sup> Em pesquisa anterior do autor, foi apontado que o hábito de frequentar cinemas de rua era visto como uma tradição para os espectadores, que participavam de todas as sessões (AUTOR, 2016).

empresas de inovação científica e tecnológica.<sup>3</sup> Algumas das maiores empresas do ramo da tecnologia estão instaladas em Campinas, cenário que foi impulsionado após a instalação da Universidade Estadual de Campinas e sua expansão na década de 1970. Também é caracterizada pelo crescimento do perfil socioeconômico da população, estando entre os dez municípios do interior do país com maior renda média domiciliar, segundo estudo da Geofusion de 2016.<sup>4</sup> Atrás apenas dos municípios de Valinhos, Santos e Jundiaí, Campinas possui população de 1.164.098 e renda média por domicílio de R\$6.283, levando em conta dados de 2015. Para se ter uma ideia, a renda média brasileira é de R\$3.900.

#### AS EMPRESAS EXIBIDORAS EM CAMPINAS

Na a primeira metade do século XX, entre fechamentos e inaugurações, Campinas esteve contemplada por, pelo menos, cinco salas de exibição em funcionamento concomitantemente. Nos anos 1950 possibilita-se a inauguração de cinemas fora da concentração da região central e o cenário permanece estável nos anos seguintes. Mas a realidade do setor de exibição passa a se modificar com maior significância no município a partir dos anos 1970 e o cenário se reconfigura. O processo de deterioração da região central da cidade e a falta de ações efetivas para revitalizá-la foi um dos agentes no fechamento dos cinemas de rua na cidade e no processo de migração das salas para os shoppings centers. Nas décadas de 1960 e 1970, o Centro de Campinas era a concentração de cultura e lazer da população, possuindo, além praças e restaurante, também o teatro e todos os principais cinemas da cidade. Já a partir de 1980, segundo pesquisa de Pedroso (2007), empreendimentos como shoppings, hipermercados e megalojas utilizaram de uma nova estratégia de localização para se instalarem no município, gerando a valorização imobiliária fora da região central e provocando uma expansão dispersa do comércio na cidade.

Em 1980 foi inaugurado o primeiro shopping da cidade e também o primeiro do país em uma cidade do interior, o Iguatemi Campinas. Junto dele, duas salas de cinema intituladas de luxuosas para a época, administradas pela Serrador Cinematográfica. Em 1986, o Cine Ouro Verde, na época um dos maiores cinemas de rua do interior do estado, com 1.800 poltronas, encerra suas atividades. Na ocasião, ao falar sobre futuros empreendimentos em Campinas, o gerente Jorge Lemos profere algo que hoje é crucial na lógica de funcionamento dos complexos multiplexes nos shoppings: “Vamos montar um cinema que não se resume em um projetor, quatro paredes e cadeiras” (NASCIMENTO,

3 Destaque para a citação do título pela Focus, revista especializada em tecnologia, como abordado na reportagem de jornal local disponível em: [http://correio.rac.com.br/\\_conteudo/2016/09/campinas\\_e\\_rmc/447287-grupo-projeta-campinas-como-celeiro-criativo.html](http://correio.rac.com.br/_conteudo/2016/09/campinas_e_rmc/447287-grupo-projeta-campinas-como-celeiro-criativo.html).

4 Disponível em: <https://geofusion.com.br/imprensa-e-noticias/lado-b-o-brasil-fora-das-capitais-e-zonas-metropolitanas/>.

1986, p. 43). Na primeira década de 2000 algumas poucas salas de exposições fora de shoppings ainda resistiam, mas estava difícil até mesmo para os centros comerciais da região central encarar o impacto da expansão urbana e modificações na forma de consumo que os grandes shoppings trouxeram. Em 2002 fecha as portas o Multicine, cinema de duas salas localizado no Shopping Jaraguá, um dos últimos localizados próximo ao centro. Foram apenas quatro anos em operação. Segundo o proprietário, a chegada de grandes empresas exibidoras no município, como a Cinemark e Kinoplex, impactou diretamente na queda do público e impôs dificuldades de adquirir filmes de grande bilheteria com os distribuidores, que limitaram o número de cópias diante do aumento do número de salas na cidade (37 salas, na época). Hoje, é claro o domínio dos cinemas de shoppings no cenário das salas de exibição da cidade, onde há oito complexos que totalizam dezenas de salas. Apesar da longa trajetória e importância do município na atividade cinematográfica, não existe mais nenhum cinema de rua desde o fechamento do Cine Paradiso, em 2009.

O município se mostra um grande potencial de mercado cinematográfico, tendo crescimento significativo em espectadores de filmes e em investimentos de complexos de cinema em um período relativamente curto de tempo. Segundo dados da Agência Nacional do Cinema, houve um aumento de 32% no número de salas de 2009 a 2017, saltando de 46 para 61 salas.<sup>5</sup> Sobre a tecnologia 3D, em 2009 existiam apenas três salas no município, hoje são 15 salas com essa tecnologia de exibição.

Relatório da Ancine de 2016, aponta que Campinas é o segundo município com mais de 500 mil habitantes com melhor relação habitante por sala de exibição.<sup>6</sup> No ano dos dados coletados, o município possuía 61 salas de exibição, correspondendo a 19.236 habitantes por sala, ficando atrás apenas de Londrina. Quanto aos espectadores, existe também uma tendência de crescimento anual, tendo o acréscimo de 5% entre 2014 e 2015 no público total de cinemas. Das oito empresas exibidoras que atuam no município, sete estão na lista dos 20 maiores exibidores do Brasil, segundo ranking de 2016 da Ancine. Um dos exibidores de Campinas, o Kinoplex Dom Pedro, aparece na 5ª colocação de complexos com maior público no ano. Já como público total, a cidade fica em 10º, com 3.745.561 espectadores em 2016. Também figura em 7º lugar com maior número de ingresso per capita em 2016, com 3,19, sendo que a média geral é 1,60 ingressos. Na pesquisa *Cultura em SP: Hábitos Culturais dos Paulistas* de 2014, Campinas se mostra superior à média do estado em público de cinema.<sup>7</sup>

O município teve o maior índice de pessoas que disseram ter ido ao cinema

5 Dados disponíveis em: <http://oca.ancine.gov.br/cinema>.

6 Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/anoario\\_2016.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/publicacoes/pdf/anoario_2016.pdf).

7 LEIVA, J. (Org.). *Cultura SP: Hábitos culturais dos paulistas*. São Paulo: Tuva Editora, 2014. Disponível em: <http://www.pesquisasp.com.br/>. Acesso em: 20 jun. 2017.

pelo menos uma vez no último ano, 69%, sendo que a média do estado é 60%. Uma das perguntas da pesquisa buscava identificar os espaços culturais que mais são lembrados pelos campineiros e o seu grau de conhecimento. As salas de exibição ocuparam lugar de destaque entre a população, sendo citados o Cinemark, no Shopping Iguatemi (76%); o Cineflix, no Galleria Shopping (68%); Kinoplex, no Shopping Parque Dom Pedro (64%); e o Cine Araújo, localizado no Parque das Bandeiras Shopping (46%). Esses dados nos mostram como Campinas é um objeto de pesquisa relevante em relação ao setor de exibição e um município que necessita ser observado por esse ângulo, algo inédito até então.

Compõe a pesquisa oito espaços de exibição comercial de Campinas, que possuem complexos multiplexes instalados em shoppings centers. As empresas exibidoras são: Kinoplex, Cinemark, Cinépolis, Moviecom, Cine Araújo, Cineflix, Top Cineplex e Cinesercla. Algumas características das salas podem ser vistas na tabela a seguir.

**Tabela 1** – Complexos de exibição cinematográfica em shoppings de Campinas

<b>Circuito exibidor</b>	<b>Localização</b>	<b>Bairro</b>	<b>Inauguração</b>	<b>Qtd. Salas</b>	<b>Poltronas</b>
Kinoplex Severiano Ribeiro	Parque D. Pedro Shopping	Jardim Santa Genebra	22 de março de 2002	15	3.660
Cinemark	Iguatemi Campinas	Vila Brandina	15 de março de 2002	11	2.474
Cinépolis	Campinas Shopping	Jardim do Lago	Comrou a Box Cinemas em setembro de 2011	10	1.825
Moviecom	Unimart Shopping	Chácara da República	27 de janeiro de 2006	6	734
Cine Araújo	Shopping Parque das Bandeiras	Jardim Ipaussurama	14 de dezembro de 2012	6	1.458
Cineflix	Galleria Shopping	Jardim Nilópolis	Comrou o Cinesystem em dezembro de 2011	5	1.076
Top Cineplex	Shopping Prado Boulevard	Jardim Eglantina	05 de fevereiro de 2016	4	510
Cinesercla	Shopping Spazio Ouro Verde	Parque Universitário	12 de julho de 2013 (encerrou as atividades em 1º/11/2017)	4	439

Fonte: elaboração própria

A empresa Cinemark é a maior exibidora do país, possuindo 611 salas. Inauguraram a primeira sala 3D da América Latina, no Shopping Eldorado em São Paulo e foram os responsáveis por trazer o conceito VIP das salas de cinema para o país, com as salas Prime. Seus investimentos se concentraram principalmente em território paulista, mas alcançou o marco de ser a primeira empresa exibidora presente em todas as regiões do país, levando apenas cinco anos para ter o maior parque exibidor do país. A Cinépolis é a maior operadora de cinemas da América Latina e, no Brasil, é a rede com segundo maior parque exibidor, com 359 salas. Em Campinas, está instalada no Campinas Shopping desde 2011, quando comprou a rede Box Cinemas, reformando o complexo e oferecendo ingressos mais baratos. Como a matriz da Cinépolis no México possui uma tradição de grandes complexos, com mais de dez telas, a empresa seguiu o modelo mexicano em seus primeiros cinemas no Brasil. O complexo de Campinas possui 10 salas, porém com menor número de poltronas em cada uma. Esse modelo precisou se adequar a realidade brasileira dos multiplex em shopping centers que, no geral, demanda de um menor número de salas com capacidade maior.

Esses dois últimos exibidores citados, Cinemark e Cinépolis, são empresas transnacionais que tiveram a sua inserção no mercado brasileiro a partir da internacionalização da exibição cinematográfica no país, processo que teve grande impacto nas transformações do setor. A Cinemark foi a pioneira no modelo de exibição multiplex no país, inaugurando o primeiro complexo em 1997, na cidade de São José dos Campos (SP). Já a Cinépolis, mesmo se instalando tardiamente no Brasil e inspirando poucas perspectivas nos concorrentes, em apenas dois anos chegou ao posto de segundo maior parque exibidor do país. A chegada dos multiplexes alterou a operação do mercado. Quebrou-se um pouco o vínculo entre distribuidoras e exibidoras, tendo em vista que existe uma maior abundância de salas para lançamentos, não necessitando de um acordo de exclusividade. “Um multiplex precisa trabalhar com todos os distribuidores para operar de forma mais saudável. Do lado da distribuição, o surgimento de novas plataformas de exploração do produto [...] trouxe importante acréscimo às fontes de receita dos filmes” (BRAGA, 2010, p. 77). Outra mudança, o surgimento do mercado de entretenimento doméstico, auxiliou as distribuidoras sendo mais uma alternativa de fonte de renda para a comercialização dos filmes.

O Kinoplex é a terceira maior rede de cinema no país, possuindo 198 salas. Quem atua sobre a marca é o Grupo Severiano Ribeiro, empresa com sede no Rio de Janeiro que é a maior exibidora de capital exclusivamente nacional, assim como uma das mais antigas, completando um século de existência ininterrupta em 2017. Está presente em dez estados, mas em maior parte na região sudeste, se concentrando em capitais ou

grandes centros. O primeiro cinema inaugurado com a marca foi em Campinas (também sendo a entrada do Grupo Severiano Ribeiro no estado de São Paulo), no Shopping Dom Pedro, no ano de 2002. Sobre a escolha de Campinas pelo grupo, Almeida e Butcher afirmam que não foi por acaso.

Assim como a Barra da Tijuca, no Rio, que sofreu um boom de cinemas com construções de complexos da Cinemark e UCI, Campinas pode ser tomada como exemplar em relação à competição que se impôs no setor de exibição. Com 1,2 milhão de habitantes e forte demanda reprimida pelo lazer cinematográfico confirmada em pesquisas, a cidade apresenta uma população com ótima renda, o que a tornou extremamente atraente para os exibidores. (ALMEIDA; BUTCHER, 2003, p. 79-80).

Outra empresa exibidora instalada em Campinas é a Empresa Cinematográfica Araújo, administrada pela família Araújo e fundada em 1926 em Botucatu (SP). Possui cinemas distribuídos em oito estados, atuando em 27 cidades e conta com 144 salas. Investiu primeiramente no interior do estado de São Paulo e expandiu-se para outros, como Paraná, Rio de Janeiro e Mato Grosso, priorizando localizações onde havia menor concorrência e opções de lazer. Está em Campinas desde 2012, quando investiu R\$10 milhões na construção no Shopping Parque das Bandeiras e possui quatro salas convencionais, uma sala 3D e uma no formato VIP. A Moviecom Cinemas surgiu de uma divisão societária com o Cine Araújo em 1996. Possui 104 salas, totalizando 22 complexos e estando presente em todas as regiões do Brasil, menos no Sul. Inicialmente com forte atuação no interior de São Paulo, passaram a expandir seus negócios para outros estados, em locais com carência de salas e fora da abrangência das exibidoras estrangeiras. Seu complexo em Campinas está localizado no Unimart Shopping desde 2006, com cinco salas tradicionais e uma sala 3D. Uma de suas características é a de que progressivamente ter deixado de lado os filmes legendados, priorizando os dublados, a fim de seguir pesquisas do IBOPE que apontavam as cópias dubladas como preferência do público.

O Cineflix Cinemas é uma marca nova, que foi fundada em 2011 a partir da divisão societária da Cinesystem, tendo absorvido alguns complexos dela. A rede conta com um plano de expansão agressivo com o objetivo de inaugurar novas unidades em todas as regiões do país, mas priorizando mercados não saturados, como o interior. Implantou a primeira sala com projeção a laser do Brasil, em Londrina (PR), tecnologia de iluminação que dá alto brilho e ampla gama de cores, assim como vida útil maior que lâmpadas convencionais. Em Campinas, localiza-se no Galleria Shopping, ofertando cinco salas. Destas, uma é 3D, uma VIP e as três demais são tradicionais. O Top Cineplex

está no mercado desde 1999 e possui salas nas cidades de Paulínia, Itatiba e Campinas, estado de São Paulo. Em Campinas, localiza-se no Shopping Prado Boulevard, com quatro salas para atender ao público, sendo uma delas equipada com a tecnologia 3D. A Empresa de Cinemas Sercla iniciou suas atividades em 1981, com cinemas nos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais. A partir de 1997, a rede passou a atuar exclusivamente em shopping centers e, hoje, conta com 17 complexos e 70 salas, localizadas em dez estados brasileiros. Em Campinas o complexo está instalado no Shopping Spazio Ouro Verde, com quatro salas, tradicionais e 3D. A empresa trabalha apenas com exibição de filmes dublados. Recentemente, em 1º de novembro de 2017, o Cinesercla encerrou suas atividades em Campinas, por motivo ainda não esclarecido. O shopping afirma que em breve uma nova rede irá assumir o complexo.

### NOVAS TECNOLOGIAS DE PROJEÇÃO E SERVIÇOS DOS COMPLEXOS

O mercado audiovisual se comporta de forma segmentada. O posicionamento do setor de exibição do mercado audiovisual é de competição diante das diversas “janelas” exibidoras, que se ampliaram com o cenário de globalização e digitalização. Redstone (2004) aponta que é preciso duas etapas na tomada de decisões de quem está investindo no ramo de exibição. Uma delas é analisar as características demográficas e socioeconômicas do mercado que se queira adentrar. Outra etapa é levar em conta a concorrência, seja em produtos ou serviços, e os custos empreendidos para conquistar uma parcela relevante do mercado, além de outros fatores econômicos que influenciarão nas estratégias de negócio. Segundo Bertini (2008), existem diversos fenômenos de âmbito microeconômicos que são responsáveis pelas ações da indústria cinematográfica, e das quais dependem a sobrevivência desse setor. Seriam exemplos o domínio da base tecnológica, a organização empresarial, o controle de mercado e o grau de competitividade.

A base tecnológica se manifesta na decisão sobre o nível de investimento a ser realizado pela firma, de acordo com o quadro mutante das informações. A organização empresarial traz consigo a essência de um modelo de funcionamento que seja capaz de se inserir nas regras prevalentes do sistema econômico vigente, com o objetivo de controlar custos, maximizar receitas e auferir lucros. Já o controle de mercado corresponde a uma estratégia de conhecimento não só da concorrência, mas das preferências exercidas por um consumidor que necessita ser fidelizado. Por último, a competitividade impõe o alcance de um estágio empresarial de controle de qualidade e preço, algo que seja suficiente, inclusive, para inserir o produto no fluxo internacional de transações comerciais. (BERTINI, 2008, p. 137).

Todos esses fatores podem ser observados no sistema multiplex de exibição e nas empresas exibidoras que compõem o cenário de Campinas, que possui uma grande variedade de empresas exibidoras e grandes redes nacionais. Consequentemente, são diversas as opções de configurações de salas e tecnologias presentes no município, já que a população frequenta muito os cinemas e se mostra disposta a pagar por um serviço diferenciado. A cidade tem, por exemplo, a única sala de tecnologia IMAX administrada pela empresa Kinoplex, uma das maiores do ramo. Há outras duas salas com essa tecnologia no Recife e Fortaleza, porém fazem parte do esquema de *joint venture*<sup>8</sup> com a United Cinema International, sendo administradas apenas pela UCI. O IMAX é uma tecnologia de formato de filmes que permite uma imagem muito maior do que as reproduzidas em telas convencionais. As câmeras utilizadas na filmagem são de maior resolução, o processo digital de remasterização potencializa a imagem e o som do filme e o sistema de projeção são diferenciados.

O sistema de salas de luxo, chamadas de VIPs, é empregado por quatro empresas exibidoras em Campinas. Esse serviço propõe poltronas mais confortáveis e tratamento diferenciado para os clientes, variando conforme a empresa. Um dos exibidores também dispõe da tecnologia 4D, com poltronas programadas para se movimentarem durante o filme. O 3D se mostra indispensável para o exibidor e há pelo menos uma sala em todos os complexos de Campinas. Sobre continuar a crescer no mercado, Marcelo Bertini, presidente da Rede Cinemark no Brasil, diz que é preciso uma “busca obsessiva por oferecer novos serviços, mais qualidade, inovação tecnológica e conceitual” (GUIMARÃES, 2017, p. 53).

Assim como as primeiras técnicas e aparatos relacionados a projeção de imagens em movimentos circulavam em circos, tecnologias como o 3D, 4D e IMAX foram inicialmente utilizadas como atrações em parques de diversões. Com a procura por inovações e vendo o potencial desses tipos de cinema, os exibidores se apropriaram e aperfeiçoaram essas tecnologias para agregar ao seu negócio. “Cada avanço no equipamento doméstico tem exigido da indústria cinematográfica o desenvolvimento de técnicas mais sofisticadas, para que a sala de exibição seja sempre um referencial muito mais avançado do que a exibição doméstica” (LUCA, 2000, p. 10). Essas tecnologias de projeção se inserem em outros modelos de sala, como as salas de luxo, e permitem que um complexo grande oferte uma considerável lista de opções para assistir a um filme. Um mesmo título pode estar sendo exibido em uma sala tradicional, em outra 3D e em uma sala VIP, por exemplo. Consequentemente, as possibilidades de valores do ingresso são diversas, sendo possível adquirir um ingresso hoje, em Campinas, gastando de R\$5,00 a R\$70,00, pois o valor varia também de acordo com os dias da semana.<sup>9</sup>

8 Modelo de parceria comercial.

9 Valores referentes até o dia 12 de abril de 2018.

Cada empresa exibidora criou sua marca própria de salas, que reúnem determinadas características para se ter um complexo moderno em termos de projeção. O Kinoplex, por exemplo, possui em algumas unidades o conceito KinoEvolution, que se caracteriza por telas maiores, sistema de som moderno e 3D de última geração. Já a Cinemark utiliza a marca XD, com som 7x mais potente e tela 40% maior (Campinas possui uma dessas salas). A Cinépolis possui as salas Macro XE, que utiliza dois projetores em uma tela de tamanho maior e sistema de som com 13 mil watts de potência. E a Cine Araújo, que possui alguns complexos com tela MaxScreen, com dimensões maiores que uma IMAX.

A Cinépolis foi a primeira empresa a completar a digitalização das salas, no fim de 2013. É a maior operadora de salas VIP no país e foi pioneira ao trazer a tecnologia 4DX, em 2012. Apesar de trabalhar com salas VIPs, IMAX, 4DX e demais tecnologias, em Campinas atua somente com salas tradicionais 2D e salas 3D.

**Tabela 2** – Tipos de salas e/ou sessões do circuito exibidor de Campinas

Circuito exibidor	Tipos de salas/sessões
Kinoplex Severiano Ribeiro	2D 3D IMAX IMAX 3D Kinoplex Platinum
Cinemark	2D 3D XD/2D XD/3D D-BOX 3D D-BOX XD/2D D-BOX XD/3D D-BOX Bradesco Prime 2D Bradesco Prime 3D
Cinépolis	2D 3D
Moviecom	2D 3D
Cine Araújo	2D 3D VIP
Cineflix	2D 3D VIP 2D VIP 3D
Top Cineplex	2D 3D
Cinesercla	2D 3D

Fonte: elaboração própria

O Cinemark, no Shopping Iguatemi, e o Cine Araújo, no Shopping Parque das Bandeiras, foram os primeiros a trazer inovações em tecnologia das salas em Campinas, ainda em 2012. O Cinemark com a sala Extreme Digital Cinemark (XD), que possui som 7x mais potente e tela 40% maior que o convencional. Já o Cine Araújo investiu em trazer, na época, a maior tela da cidade, com dimensões de 12,71 metros de altura por 22,50 metros de largura.<sup>10</sup> O Cine Araújo também possui, desde sua inauguração no mesmo ano, uma sala VIP, sendo a primeira do município.

No final de 2014, foi a vez do Kinoplex reformar e ampliar seu complexo, introduzindo duas salas VIPs e uma com tecnologia IMAX. Na época, em reportagem concedida ao jornal Correio Popular, a gerente de marketing afirmou, sobre a iniciativa de ser a primeira sala IMAX da rede:

Campinas é o nosso maior complexo de cinemas e um dos mais rentáveis. Manter 15 salas com um resultado bom como esse não é fácil e aqui o retorno é excelente. Tanto que abrimos duas salas Platinum há pouco tempo e os resultados têm sido sensacionais, o que mostrou que o público de Campinas aderiu ao formato. O mercado daqui tem demanda por serviços diferenciados e, portanto, foi fácil escolher a cidade para implantar o IMAX. (TRINDADE, 2015, n.p.).

Essa modernização custou R\$ 12 milhões ao Grupo Severiano Ribeiro e integrou uma série de investimentos de expansão da rede pelo país, mas que em Campinas, que já possuía 15 salas desde abertura, o foco estava na oferta de novos serviços.

São apenas 12 salas de cinema IMAX no país, sendo que seis delas são no estado de São Paulo. A primeira foi inaugurada em 2009 pelo Espaço Unibanco (hoje Espaço Itaú de Cinemas), em São Paulo. O diferencial da tecnologia é a tela que possui tamanho padrão de 22 metros de largura por 16,1 metros de altura, resolução 4K e sistema de som próprio para essas salas, proporcionando que a tela cubra um campo de visão do espectador muito maior e prometendo uma experiência de imersão diferenciada. Existem filmes que são gravados e produzidos para serem reproduzidos em IMAX, com câmeras diferenciadas, assim como acontece com o 3D. Mas eles também podem ser remasterizados para a tecnologia, melhorando a imagem e o som, e a sala comporta filmes no formato convencional e 3D.

A primeira sala VIP do país foi inaugurada em 2008 pela Cinemark, em São Paulo, se tornou uma tendência e continua a atrair investimentos de exibidores atualmente. “Tínhamos a ideia de trazer o conceito Premier ao Brasil e então fizemos uma pesquisa de mercado, que nos comprovou haver esse nicho no país. “[...] Utilizamos

---

<sup>10</sup> O padrão internacional de tela é 12 metros por 5,1 metros.

um modelo já de sucesso em outros mercados, mas o adaptamos às necessidades do público brasileiro” (ALENCAR, 2011, p. 25), disse Bettina Boklis, diretora de marketing da Rede Cinemark no Brasil. Segundo dados de 2016 são 122 salas VIPs no país, sendo que o estado de São Paulo é o que mais arrecada com esse tipo de sala, correspondendo a 54,4% do total no ranking de renda de salas VIPs. A sala do Cinemark de Campinas está em 13º lugar nessa lista, com público de 37.009 e renda de R\$1.276.880.<sup>11</sup> O investimento nesse tipo de sala é maior e o retorno mais demorado, porém, segundo relatos dos exibidores, o conceito tem se mostrado um atrativo para os espectadores e vem proporcionando taxas altas de ocupação em relação as salas tradicionais. E, apesar de o número de poltronas ser menor, o preço do ingresso acaba compensando esse déficit. O perfil socioeconômico do público é essencial para determinar a viabilidade de implantação desse tipo de sala.

As salas VIPs do Kinoplex, batizadas de Platinum pela rede, além de maior conforto, possuem uma bilheteria exclusiva para os clientes, atendimento preferencial na bombonière, cardápio exclusivo e um hall também com decoração exclusiva. Foram as primeiras salas VIPs que a rede implantou em uma cidade do interior, já que tinha salas do tipo, até então, apenas em São Paulo e em Brasília. Na época do lançamento, a gerente de marketing declarou que a programação da sala VIP prioriza o público acima de 15, levando em conta a experiência com outras salas com o conceito. “Os jovens, na faixa de 18 a 25 anos, são o maior público dos cinemas. Mas, nas salas Platinum, devido ao custo dos ingressos, percebemos uma procura maior na faixa mais velha” (KINOPLEX..., 2014, n.p.).

A busca pela implantação dessas salas é motivada pela concorrência, segundo empresários de soluções e consultoria para cinemas. “Luís Ciocler, CEO da Centauro, explica que os exibidores têm interesse neste tipo de implantação, mas quando existe muita concorrência. Caso contrário seguem o modelo tradicional” (ALENCAR, 2017, p. 28). Sendo assim, com a ampliação e implantação de salas VIP em 2015, a Cinemark passa a competir diretamente com o Kinoplex em oferta de serviços. A rede ampliou o complexo para 11 salas, sendo o investimento beneficiado pelo RECINE (Regime Especial de Tributação para Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica), que suspende os tributos federais incidentes. Com o formato VIP, chamadas de Bradesco Prime pela rede, as salas foram construídas em uma nova ala do shopping, possuindo uma estrutura de acesso, bilheterias, bar e ambiente exclusiva para os clientes que optarem por esse serviço. Também em 2015, a Cineflix reformou seu complexo no município e introduziu uma sala de luxo. Juntamente com as salas VIPs, temos

<sup>11</sup> Dados: Filme B Box Office Brasil. Números de 1º janeiro a 30 setembro 2016.

os cardápios gourmet, que vão além da tradicional pipoca e refrigerante, oferecendo lanches e pratos elaborados, assim como bebidas alcóolicas. Em alguns complexos, o cardápio é assinado por um chefe de cozinha.

Outra tecnologia que a Cinemark possui em Campinas são as poltronas D-BOX. Duas das salas do complexo possuem fileiras com 52 dessas poltronas. Equipadas com sensores eletrônicos, simulam vibrações, quedas e trepidações sincronizadas com o filme. Em redes como a Cinépolis, que usa o sistema 4DX, as salas também possuem instalações que produzem efeitos como de aromas e vento. Inicialmente encarada como brinquedo, essa tecnologia era muito comum de se encontrar em parques de diversões do Brasil e cabines móveis pelos shoppings ou eventos. O primeiro cinema 4DX inaugurado nos Estados Unidos conseguiu arrecadar 138% a mais do que a média geral em salas desse formato.<sup>12</sup> Com o bom resultado desse tipo de sala em outros países, os representantes nacionais das empresas viram um potencial de investimento. Esse é mais um passo na busca de mexer com os sentidos do espectador.

Os cinemas estão seguindo uma lógica de consumo de marcas, onde um mesmo conceito possui diferentes nomenclaturas em cada exibidor e existe uma busca por ofertar diferenciais aos consumidores. “Esse tipo de diferenciação na oferta de serviços e produtos é uma tendência da economia contemporânea e não depende necessariamente de uma diversificação de produtos, mas só na individualização do consumidor com eles, por exemplo com alterações meramente cosméticas” (ANDRÉ, 2017, p. 253). Há uma apropriação dos multiplexes por marcas que promovem a imersão do espectador e que, ao mesmo tempo em que deveriam proporcionar a invisibilidade do aparato, também buscam a potencialização desse aparato.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O grande investimento nos complexos e salas de cinema parece ser a aposta dos exibidores para continuar atraindo o público. Reunindo esforços em estratégias de marketing e gestão de negócios, o cenário de pós-digitalização dos multiplexes aponta para a personalização dos produtos. Agregar serviços e proporcionar uma imersão cada vez mais completa é o que está levando mais espectadores ao cinema, impulsionando a arrecadação de bilheteria e mantendo o cinema alinhado às novas plataformas de exibição. Afinal, não se concorre apenas com outras empresas exibidoras, mas sim com todos os novos modos de acessar o audiovisual. Assim como quando a televisão se popularizou, é preciso pensar cada vez mais na velha questão de fazer o público sair de

---

<sup>12</sup> Dados do Regal Cinemas LA Live, divulgados pela Revista Variety.

casa e tornar essa ida ao cinema uma experiência completa.

Aparentemente, Campinas se torna um município propício para as inovações tecnológicas também no campo de exibição cinematográfica. Por ser um município de população com renda acima da média, atraiu grandes investimentos no parque exibidor, sendo apontada como uma cidade com bons resultados de bilheteria, o que facilita a oferta de salas de exibição com tecnologias e serviços diferenciados. Mas o recuo recente de uma das empresas exibidoras da cidade, o Cinesercla, demonstra que o setor não é inatingível e também possui os seus desafios para conseguir se manter. É provável que em breve uma nova empresa exibidora assuma o complexo do Spazio Ouro Verde, que atende predominantemente o público local, já que a localização é facilitada pelos distritos e bairros de Campinas.

Os complexos que mais investem nas tecnologias e serviços de salas com ingressos mais caros são aqueles que estão localizados em regiões privilegiadas e pontos de acesso estratégicos, com população de classe alta e que atraem não apenas público local, mas também regional. O Kinoplex, Cineflix e Cinemark ficam em shoppings localizados no eixo da Rodovia Dom Pedro I (SP-065), uma das principais rodovias do estado, importante acesso aos distritos de Campinas, às demais cidades da Região Metropolitana de Campinas e a mesorregião do Vale da Paraíba, fazendo a interligação com outras rodovias. Sendo assim, a localização desses complexos facilita a visitação e públicos de outros municípios e o próprio acesso das áreas residenciais dispersas de Campinas, criando uma certa disputa de públicos entre si.

Percebe-se que ainda há espaço e potencial de crescimento nesse segmento. A Cinépolis, por exemplo, apesar de ser a terceira maior exibidora do país e ser uma referência em inovações dos complexos, em Campinas possui apenas salas 2D e 3D, mesmo atendendo as características potenciais elencadas. O cenário de exibição da cidade não está saturado em inovações das salas, outra onda de expansão do circuito parece ser possível em termos de demanda e de espaço no mercado, mas, por ora, não há novos investimentos anunciados para a cidade.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, Natalí. Evolução do conceito “VIP”. **Revista Exibidor**, p. 26-28, ano II, nº 26, jul.-set. 2017.

\_\_\_\_\_. Salas de luxo ganham espaço no mercado exibidor.

**Revista Exibidor**, p. 23-28, ano I, nº 2, jul. 2011.

- ALMEIDA, Paulo Sérgio; BUTCHER, Pedro. **Cinema:** desenvolvimento e mercado. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.
- BERTINI, Alfredo. **Economia da cultura:** a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil. São Paulo: Saraiva, 2008.
- BRAGA, Rodrigo Saturnino. Distribuição cinematográfica. In: DIAS, Adriana; BARBOSA, Letícia de Souza. (Org.). **Film Business: o negócio do cinema.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 51-128.
- ANDRÉ, Thiago Afonso de. **Cinema digital:** a recepção nas salas. 2017. 285 f. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.
- GARREFA, Fernando. **Shopping centers:** de centro de abastecimento a produto de consumo. 2007. 297 f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- GATTI, André Pierro. Algumas teses sobre o fim da era 35 mm no Brasil (1997-2014): novos problemas sobre a ocupação do mercado. In: I JORNADA INTERNACIONAL GEMINIS: ENTRETENIMENTO TRANSMÍDIA. **Anais eletrônicos...** São Carlos: UFSCar, 2014. Disponível em: <<http://www.jig.ufscar.br/index.php/anais-2014/>>. Acesso em: 10 nov. 2017.
- GUIMARÃES, Thayz. Do multiplex à sala VIP. **Revista Filme B**, p. 52-54, abr. 2017.
- KINOPLEX inaugura duas salas VIP. **Correio Popular**, Campinas, 14 jul. 2014. Disponível em: <[http://www.agemcamp.sp.gov.br/cultura/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6238%3Akinoplex-inaugura-duas-salas-vip&Itemid=56&lang=en](http://www.agemcamp.sp.gov.br/cultura/index.php?option=com_content&view=article&id=6238%3Akinoplex-inaugura-duas-salas-vip&Itemid=56&lang=en)>. Acesso em: 19 set. 2017.
- LUCA, Luiz Gonzaga Assis de. **A sala de cinema:** critérios para uma sala de exibição moderna. Dissertação (Mestrado em Artes) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.
- NASCIMENTO, Paulo Cesar. Interior perde seu maior cinema. **O Estado de S. Paulo**, p. 43, 24 ago. 1986.
- PEDROSO, Francis. **O centro de Campinas (SP)** – usos e transformações. 2007. 133 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

REDSTONE, Shari E. The exhibition business. In: SQUIRE, Jason E. (Ed.). **The movie business book**. 4. ed. Fireside: New York, 2004, p. 401-420.

SOUZA, Marcelo Lopes. **ABC do Desenvolvimento Urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

TRINDADE, Fábio. Kinoplex inaugura sala IMAX: experiência inovadora. **Correio Popular**,

Campinas, 12 fev. 2015. Disponível em: <[http://correio.rac.com.br/\\_conteudo/2015/02/impreso\\_caderno\\_c/240343-kinoplex-inaugura-hoje-sala-imax.html](http://correio.rac.com.br/_conteudo/2015/02/impreso_caderno_c/240343-kinoplex-inaugura-hoje-sala-imax.html)>. Acesso em: 19 set. 2017.