



FINAL FELIZ EM 3D

Após décadas de documentários sobre o fundo do mar e poucos negócios, a canadense Imax e suas supertelas caíram nas graças de Hollywood

FELIPE CARNEIRO



**CINEMA IMAX
EM NOVA YORK:** em
2006, a empresa estava
à venda e o negócio
só não saiu porque não
houve interessados

A **HISTÓRIA RECENTE DA
CANADENSE IMAX** daria
um filme de Hollywood.
Na última década, a em-
presa especializada na
exibição de filmes 3D de alta qualida-
de, projetados em telas de até 36 me-
tros de comprimento por 30 de altura,
foi colocada à venda em duas ocasiões.
Os negócios não foram fechados — afi-
nal, não havia compradores interessa-
dos. Criada em 1971 e especializada em
documentários sobre a exploração es-
pacial e a natureza filmados com câ-
meras Imax, a empresa parecia seguir
o roteiro clássico de inovação tecnol-
ógica sem nenhum apelo comercial.
Até 2008, os prejuízos se repetiam ano
após ano. A partir daí, porém, a recei-
ta gerada pela bilheteria de seus cine-
mas triplicou, atingindo quase 600
milhões de dólares, e o valor de suas
ações foi multiplicado por 10. A pri-
meira das grandes mudanças que ajuda-
ram a tirar a Imax do buraco acon-
teceu em 2002. A empresa desenvolveu
um processo para converter filmes
convencionais, de película 35 milíme-
tros, em 70 milímetros sem perder
qualidade, o que aumentou considera-
velmente seu catálogo. Mas foi só cin-
co anos depois que o departamento de
pesquisa e desenvolvimento conseguiu
dar a notícia que a cúpula da
companhia esperava havia anos: a en-
trada do Imax no mundo digital, com
a mesma qualidade da película.

Cada cópia em película de um filme
Imax de 45 minutos pesava 180 quilos
e custava 7 000 dólares. O equipamen-
to de projeção pesava 2 toneladas.
Com a tecnologia digital, cada cópia
passou a custar 30 dólares e a pesar
menos de 1 quilo. O custo para montar
uma sala com projetores 3D nos mol-
des da Imax caiu de 7 milhões para
menos de 1 milhão de dólares. “Era o
que Hollywood estava esperando para
entrar de cabeça nesse mercado”, afir-
ma Jim Goss, analista de entretenimen-
to da gestora de investimentos
americana Barrington Research.

Mesmo antes da conversão da peli-
cula para o digital, Hollywood viveu
uma experiência marcante nas telos-

nas. Em 2003, o filme *Matrix Reloaded* foi o primeiro de um grande estúdio a estreiar simultaneamente no formato Imax e no convencional. "Na época, não tínhamos massa crítica para estourar nas bilheteiras. Arrecadamos apenas 14 milhões de dólares, mas conseguimos mostrar ao mercado que o formato funcionava para filmes que levam o espectador para outro universo ou outro tempo", diz Geoff Atkins, vice-presidente da Imax. Cinco anos depois, já com a revolução digital em

queriam. Com a publicidade toda voltada para o Imax e sua "experiência de imersão" em um ambiente onírico, a Fox arrecadou 242 milhões de dólares nas 261 salas espalhadas pelo mundo que exibiram em 2009 o filme com a tecnologia 3D. A cifra representou 9% da arrecadação total de *Avatar*. "O diretor James Cameron não faria o filme se não existisse o Imax, e a Imax não estaria onde está se não fosse Cameron. Foi a união da arte com a tecnologia, com um resultado fabuloso para

quanto nas outras é de 30%", diz Ademir Oliveira, diretor de programação do Grupo Espaço de Cinema, responsável pela sala Imax de São Paulo. E essa não é a única vantagem em termos do negócio. O ingresso para ver as imagens em 3D é mais caro — no Brasil, o preço é 70% maior —, mas o custo de operação e manutenção da sala é o mesmo das convencionais.

O crescimento recente e a promessa de ganhos ascendentes atraíram a atenção de Wall Street. Especula-se que

UMA HISTÓRIA DE CINEMA

A canadense Imax foi pioneira na exibição de filmes em 3D, exibindo documentários em museus a partir de 1986. A empresa entrou no circuito dos cinemas, enfrentou uma grave crise a partir de 2000 e só conseguiu deslanchar ao emplacar filmes de Hollywood

BRIAN SUMMERS/GETTY IMAGES



1971

É construído o primeiro cinema Imax, em Toronto, com uma tela de 432 metros quadrados



1986

A Imax faz seu primeiro cinema para projeções em 3D, em Vancouver, e estreia o filme *Transitions*



2002

A empresa desenvolve um processo para converter filmes convencionais em Imax e relança *Apollo 13*



2006

O modelo de exibição de documentários em 3D deixa de ser lucrativo e a empresa é posta à venda



2008

A empresa entra na era digital, os custos caem drasticamente e Hollywood abraça a Imax



2010

Com o estouro de *Avatar* no ano anterior, os estúdios passam a disputar o espaço nas salas Imax

andamento, o diretor Christopher Nolan foi pioneiro em filmar com câmeras Imax cenas do longa *Batman, O Cavaleiro das Trevas*. "A bilheteria não era o mais importante: buscávamos — e conseguimos — causar impacto no público. A repercussão foi incrível", diz Dan Fellman, diretor de distribuição do estúdio Warner Bros., nos Estados Unidos. O sucesso do cinema comercial nas enormes telas era indiscutível, mas os estúdios ainda precisavam de uma prova de que o Imax não era bom somente para o marketing. O filme *Avatar* deu a certeza que eles

o negócio", afirma Jon Landau, produtor de *Avatar*. Atualmente, os estúdios disputam a oportunidade de estreiar um filme no Imax — a pequena quantidade de salas faz com que não mais que 20 longas sejam exibidos por ano. Mesmo após a expansão recente da tecnologia, há somente 650 salas de cinema 3D no mundo — das quais duas no Brasil, uma em São Paulo e outra em Curitiba. As salas Imax foram responsáveis por 25% dos 400 milhões de dólares arrecadados pelo filme *Tron: O Legado*, da Disney. "A taxa média de ocupação da sala Imax é de 80%, en-

Sony e Disney estariam interessadas em comprar a Imax. Os executivos da empresa, antes rejeitada e hoje desejada, fazem charme. Dizem que a venda atrapalharia sua relação com outros estúdios e pretendem mirar os mercados emergentes. O primeiro filme não americano rodado com sua tecnologia — o chinês *Aftershock* — está em cartaz nas 38 salas Imax na China. No Brasil, novas salas devem ser abertas em São Paulo, em Curitiba e no Rio de Janeiro. Para uma empresa que até pouco tempo atrás valia quase nada, não dá para reclamar do final da história. •