

Circulação de obras brasileiras pelos segmentos do mercado audiovisual (2013 a 2017)

Uma análise a partir dos lançamentos de
2013 em salas de exibição

Metodologia

Este trabalho atualiza e revisa os dados dos trabalhos de mesma natureza anteriormente publicados, intitulados “Circulação de obras brasileiras pelos segmentos do mercado audiovisual (2011 a 2015): Uma análise a partir dos lançamentos de 2011 em salas de exibição” e “Circulação de obras brasileiras pelos segmentos do mercado audiovisual (2012 a 2016): Uma análise a partir dos lançamentos de 2012 em salas de exibição”. Devido a revisão dos dados e pequenas mudanças metodológicas, os números aqui apresentados podem ser diferentes dos apresentados nos trabalhos anteriores.

Os dados apresentados nesse trabalho referentes ao mercado de salas de exibição provêm do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), cujas informações são fornecidas pelas empresas distribuidoras registradas na Agência Nacional do Cinema - Ancine. Dados como público, quantidade de salas ocupadas e a listagem dos próprios filmes que foram lançados são provenientes desse sistema.

O monitoramento do segmento de Vídeo Doméstico, a partir de 2014, foi feito a partir de dados primários sobre a comercialização de mídias físicas, extraídos do Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico (SAVI), gerenciado pela Ancine. Nos anos anterior-

es a 2014 a fonte para acompanhamento dos filmes lançados em DVD e Blu-ray foram as publicações Jornal do Vídeo e Ver Vídeo / Ver Vídeo & Games. Foram considerados lançados em Vídeo Doméstico os filmes comercializados pela primeira vez, seja na modalidade de venda para locação (rental) ou para varejo (sell-thru).

O monitoramento das obras lançadas em TV Paga entre os anos de 2011 e 2014 foi feito a partir de fontes secundárias (grades de programação publicadas nos sites das programadoras e revistas especializadas) levando em consideração a programação de 20 canais¹, focados na exibição de longas-metragens e séries. Já a partir do ano de 2015, as informações foram processadas com base nos arquivos que as programadoras de TV Paga devem, obrigatoriamente, enviar à ANCI-NE, incluindo o conteúdo veiculado por seus canais. Assim, a partir de 2015, foi possível realizar o acompanhamento nas grades da totalidade dos canais disponíveis na TV Paga brasileira.

No mercado de TV Aberta o acompanhamento foi realizado integralmente a partir de fonte secundária. Através do monitoramento da grade de programação das emissoras cabeças-de-rede nacionais², levando em conta o conteúdo programado para ser veiculado na cidade de São Paulo.

Esse ano, pela primeira vez, este trabalho apresenta dados do mercado de Vídeo por Demanda (VOD), para isso, foram usados dados coletados pela empresa Business Bureau³. Foram monitorados os filmes brasileiros lançados em salas de exibição que foram disponibilizados em algum serviço de Vídeo por Demanda entre outubro de 2013 e fevereiro de 2018. Diversas plataformas de VOD foram analisadas, entretanto, para esse trabalho não será levado em consideração o modelo de negócio de cada plataforma – TVOD (modelo transacional), SVOD (modelo por assinatura), etc.

Este trabalho foi elaborado pela Coordenação do Observatório do Cinema e do Audiovisual (COB), a partir das informações coletadas pelas equipes das Coordenações de Monitoramento de Cinema, Vídeo Doméstico e Vídeo sob Demanda (CCV) e de Monitoramento de Televisão Aberta e Paga (CTV) todas da Superintendência de Análise de Mercado da ANCI-NE

¹ AXN, Cinemax, HBO, HBO Family, HBO Plus, Maxprime, Megapix, Multishow, Sony, Telecine Action, Telecine Cult, Telecine Fun, Telecine Pipoca, Telecine Premium, Telecine Touch, TNT, Universal Channel, Warner Channel, GNT, Canal Brasil.

² Conteúdos programados exclusivamente por emissoras regionais não foram considerados.

³ Business Bureau - Multiscreens: Platforms & Contents (<https://bb.vision/soluciones-po/>)

Introdução

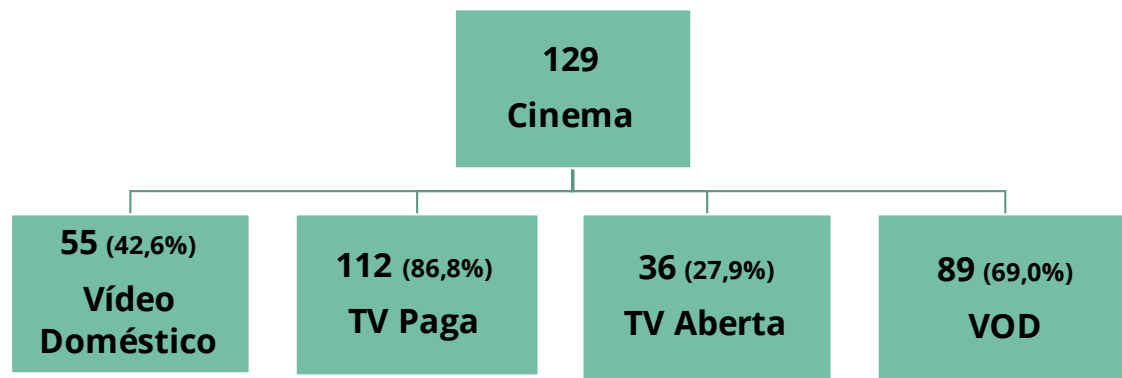
A produção audiovisual apresenta como característica elevada economia de escopo⁴, já que uma obra pode ser aproveitada em diversos segmentos do mercado audiovisual, com nenhuma ou pouquíssimas alterações. Um filme, após a sua exibição em salas de cinema, pode ser comercializado nos mercados de Vídeo Doméstico, TV Paga, TV Aberta e Vídeo por Demanda.

O presente trabalho busca compreender a circulação das obras brasileiras pelas diferentes janelas de exibição, ao mapear quais segmentos do mercado audiovisual veicularam os 129 longas-metragens lançados em salas de exibição em 2013 (04 de janeiro de 2013 a 02 de janeiro de 2014). Será apresentado neste trabalho o quantitativo de obras lançadas em cada segmento de mercado monitorado, o lapso temporal entre a estreia em salas de exibição e os lançamentos em cada segmento de mercado subsequente, assim como o fluxo da obra pelos diferentes mercados. Além de estabelecer algumas comparações na circulação das obras lançadas em 2011, 2012 e 2013 nas salas de cinema. Dessa forma, será possível identificar qual mercado mais absorve os filmes brasileiros

lançados nos cinemas, qual o intervalo mais frequente de estreia em cada um deles e qual a sequência de lançamento mais comum percorrida pelas obras.

⁴ PRADO, Luiz Carlos Delorme; SANTOS, Marcelo de Oliveira. Teoria econômica da concorrência e economia da mídia: aplicação ao caso da fusão Sky-DirectTV. In: A Revolução do Antitruste no Brasil 2 – A teoria econômica aplicada a casos concretos, (Org. César Mattos). São Paulo: Singular, 2008.

Quantidade de filmes exibidos em cada mercado, entre os títulos brasileiros lançados em 2013 nos cinemas



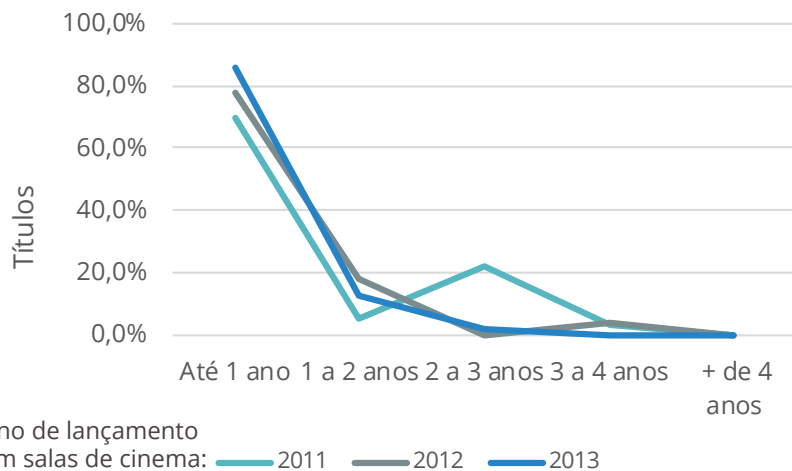
Assim como os filmes brasileiros lançados em salas de cinema nos dois anos anteriores (2011 e 2012), os lançados em 2013 tiveram a TV Paga como principal janela de exibição absorvedora. Dos 129 filmes que estrearam em 2013 nas salas de exibição, 112 (86,8%) foram veiculados na TV Paga até o ano de 2017. Oito filmes não chegaram a nenhum outro segmento além das salas de exibição até o período aqui analisado. Cabe destacar que o Vídeo por Demanda (VOD) se apresentou como a segunda janela em volume de filmes absorvidos entre os lançamentos considerados nesse trabalho, 69% dos filmes chegaram a ser oferecidos em algum serviço.

Quando é feita a análise em perspectiva, juntando os lançamentos nos cinemas em 2011, 2012 e 2013, a TV Paga permanece como a janela de maior importância, recebendo 87,8% do total de títulos lançados no período. Ela é seguida pelo Vídeo por Demanda (VOD) que recebeu 66,7% dos títulos⁵, Vídeo Doméstico (52,6%) e TV Aberta (36,2%).

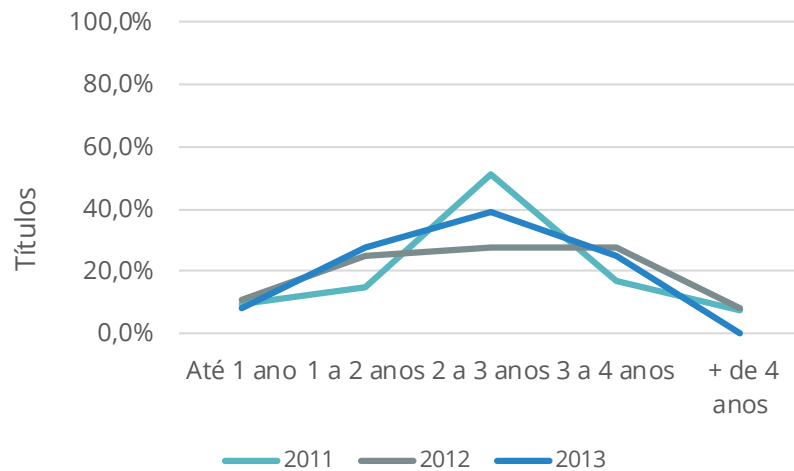
⁵ Cabe destacar que o acompanhamento dos títulos no segmento de Vídeo por Demanda tem início em outubro de 2013, ou seja, títulos que eventualmente tenham entrado e saído de algum serviço antes dessa data não estão contabilizados aqui.

Proporção de títulos lançados por ano em cada mercado, entre os lançamentos brasileiros de 2011, 2012 e 2013 nos cinemas

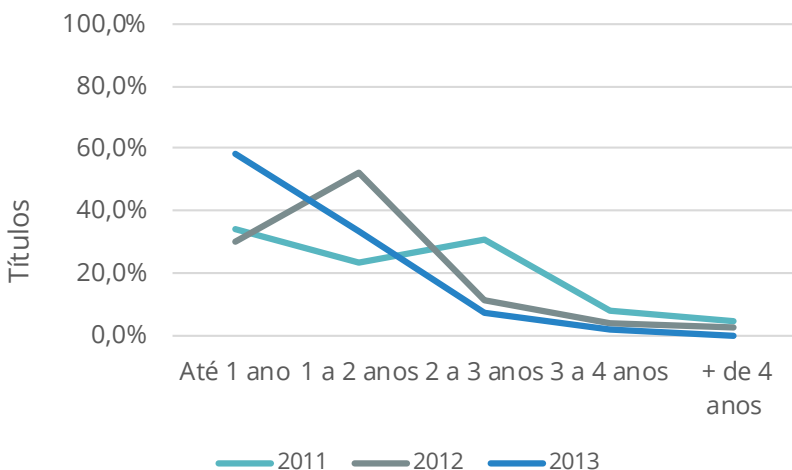
Vídeo Doméstico



TV Aberta



TV Paga



VOD



Quando é considerado o tempo de chegada dos títulos analisados aos diferentes mercados, observa-se que entre os filmes que chegaram a ser lançados em Vídeo Doméstico, a grande maioria estreou nesse mercado decorrido até 1 ano de seu lançamento. Observa-se uma potencialização dessa tendência quando analisada a proporção de títulos lançados considerando o período (2011 a 2013) em perspectiva. Entre os lançamentos de 2011, 69,5% dos títulos lançados em Vídeo Doméstico, foram com menos de um ano, já nos títulos de 2012 esse percentual sobe para 78,0%, e entre os títulos de 2013 esse per-

centual chega a 85,5%.

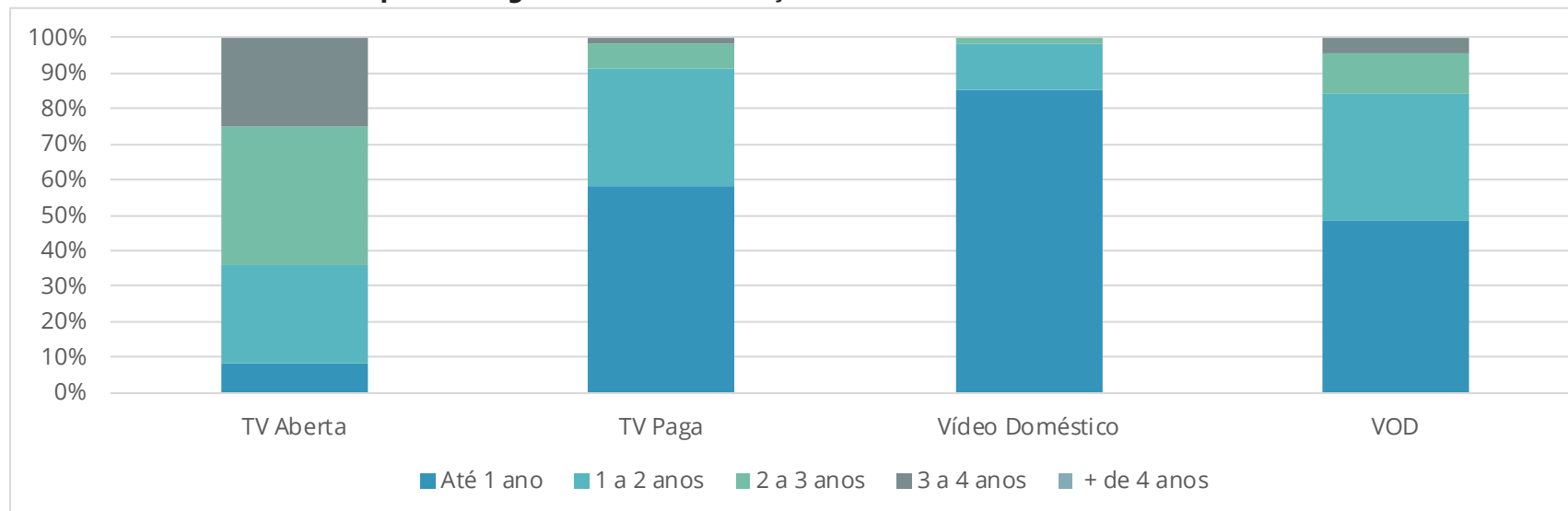
Quanto aos filmes que estrearam no mercado de TV Paga, o intervalo mais frequente deixou de ser 1 a 2 anos entre os lançados em 2012 para até 1 ano entre os lançados em 2013. Quando considerado os lançados em até dois anos nesse segmento o aumento da proporção é bastante significativo, saindo de 57,3% entre os lançados em 2011, subindo para 82,2% entre os filmes de 2012 e, atingindo 91,1% dos títulos entre os lançamentos de 2013. Ou seja, entre os lançamentos de 2013 que chegaram a TV Paga, 91,1% chegaram num intervalo de até dois anos após seu

lançamento em salas de exibição.

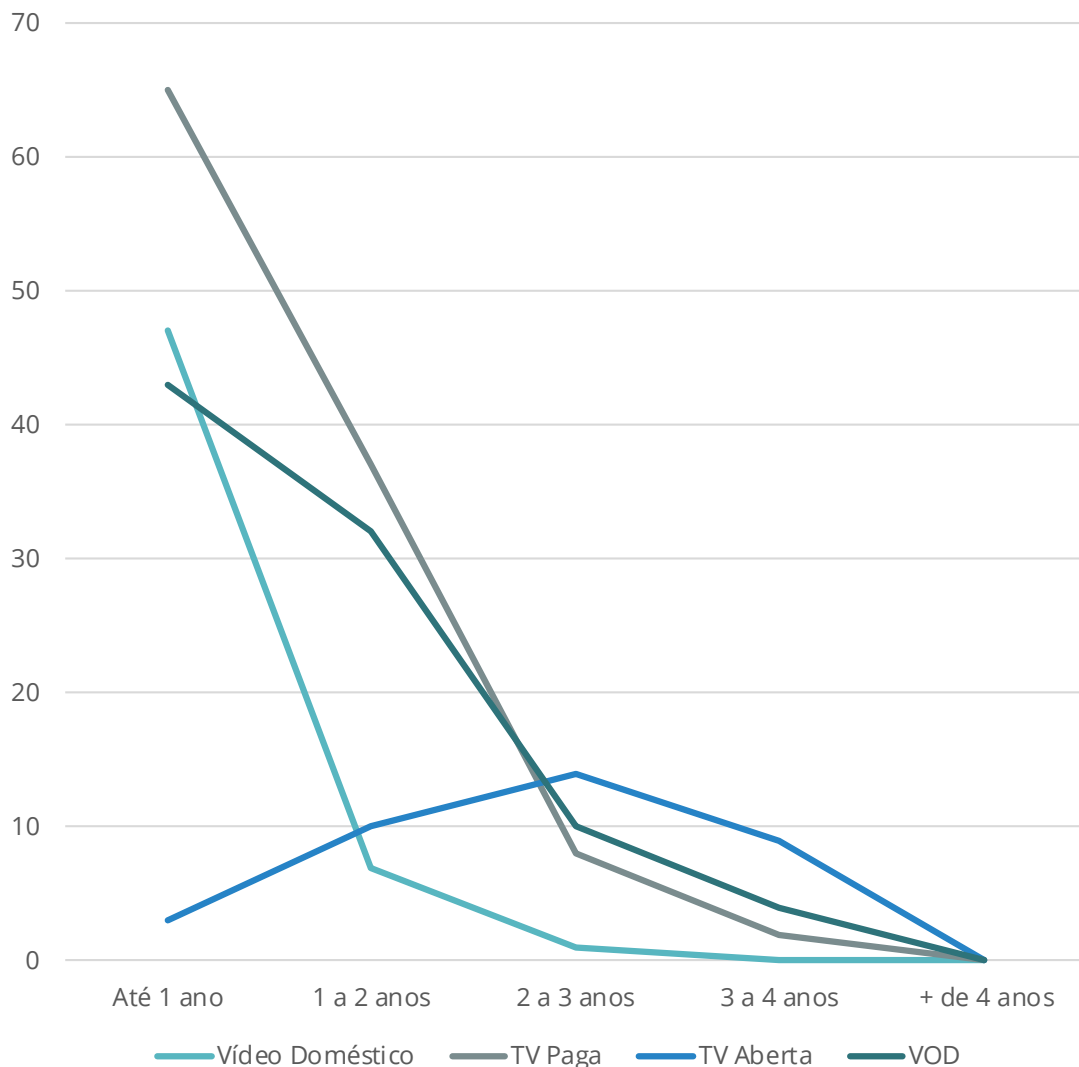
Na TV Aberta, o intervalo mais frequente entre os lançamentos de 2013 foi de 2 a 3 anos, com 38,9% dos filmes lançados nesse segmento. Ao analisar todos os lançamentos entre 2011 e 2013 esse intervalo permanece o mais frequente com 39,8% dos títulos.

Já no segmento de Vídeo por Demanda (VOD) não possuímos comparação com os anos anteriores já que o acompanhamento se inicia em outubro de 2013. Entre os lançamentos de 2013, 84,3% dos títulos que chegaram ao segmento o fizeram em até dois anos.

Proporção de títulos lançados em cada segmento por intervalo entre o lançamento nas salas de exibição e no respectivo segmento, entre os lançamentos brasileiros de 2013 nos cinemas



Quantidade de títulos lançados por ano em cada mercado, entre os lançamentos brasileiros de 2013 nos cinemas



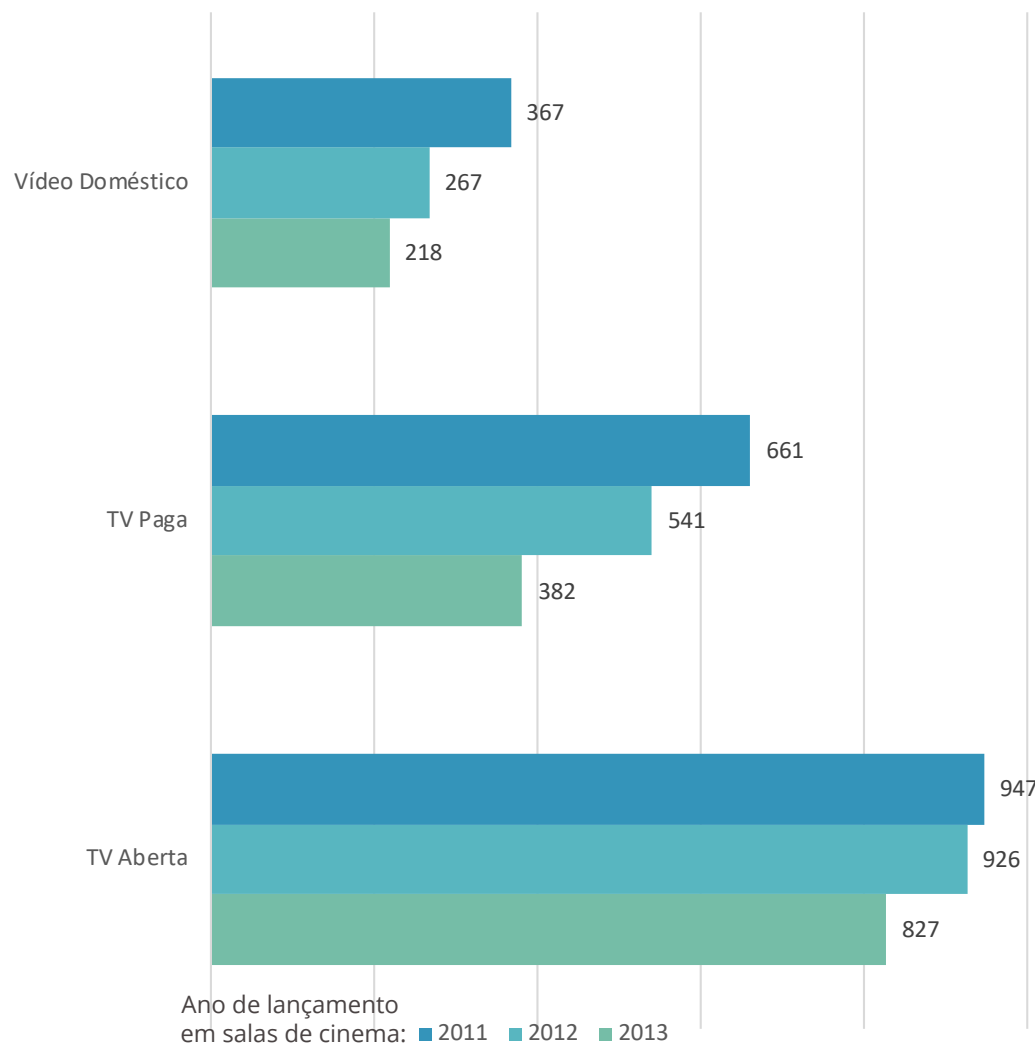
Ao analisar o intervalo de estreia das obras lançadas em salas de cinema em 2013 nos diferentes segmentos, observa-se que a TV Aberta é o único segmento que não teve como intervalo mais frequente até um ano.

Nos segmentos de Vídeo Doméstico, TV Paga e Vídeo por Demanda o intervalo mais frequente entre o lançamento em salas de exibição e a estreia no segmento foi de até 1 ano. Mais da metade dos títulos lançados em Vídeo Doméstico e TV Paga estrearam no respectivo segmento em até 1 ano após o lançamento nos cinemas.

Como foi dito, TV Paga, Vídeo por Demanda e Vídeo Doméstico apresentam grande parte das suas estreias em até 1 ano após o lançamento em salas de cinema. Entretanto, como pode ser observado, a entrada dos títulos em Vídeo Doméstico tem em média um período mais curto, visto que a esmagadora maioria dos títulos estreiam em até 1 ano (85,5%) e que praticamente não ocorrem mais estreias após dois anos.

Já na TV Aberta o intervalo mais frequente entre lançamento em cinemas e no segmento é entre 2 e 3 anos. Olhando além das faixas do gráfico, a maior parte dos lançamentos em TV Aberta (63,9%) são lançados com mais de dois anos de intervalo.

Intervalo médio (em dias) entre o lançamento em salas de exibição e outros segmentos de mercado dos filmes brasileiros lançados em 2011, 2012 e 2013 nos cinemas



No gráfico ao lado é possível observar o intervalo médio, em dias, entre a estreia nos cinemas e em cada segmento dos filmes lançados em salas de exibição em 2011, 2012 e 2013. O segmento de Vídeo por Demanda (VOD) não foi abordado nesse gráfico porque para esse segmento só existem dados de mês e não de dias, e, o acompanhamento começou apenas em outubro de 2013. Levando em conta essas limitações, para efeito de comparação, o intervalo médio para chegar ao Vídeo por Demanda foi de 15 meses, ou, 450 dias, para filmes lançados em salas de cinema em 2013.

Como demonstrado anteriormente, o Vídeo Doméstico é o segmento de mercado em que os filmes lançados em salas de exibição chegam com menor intervalo médio de tempo, seguido de TV Paga e TV Aberta. O intervalo médio para os filmes lançados nos cinemas em 2013 estrearem na TV Aberta foi mais que o dobro de dias do intervalo para a TV Paga.

Cabe observar a variação desse intervalo médio entre os filmes lançados em 2011, 2012 e 2013. Em todos os segmentos de mercado houve redução do intervalo a cada ano. A maior redução considerando o intervalo médio entre os lançamentos de 2012 e 2013 ocorreu na TV Paga, segmento em que a redução chegou a quase 30% do tempo, se for analisada a redução 2011-2013 esse valor chega a 42,3%. O segundo segmento com maior redução foi o Vídeo Doméstico, 18,3% de 2012 para 2013, e, 40,6% de 2011 para 2013. Já na TV Aberta a redução foi de 10,7% de 2012 para 2013, e, 12,7% de 2011 para 2013.

**Proporção de filmes brasileiros lançados em 2013 nos cinemas exibidos em outros mercados
e proporção do público em salas de exibição dos títulos brasileiros que chegaram aos segmentos indicados**

Exibidos somente em	Quantidade de Títulos	% Títulos	Público em salas de exibição	% Público
TV Paga e VOD	34	26,4%	80.577	0,3%
TV Paga, Vídeo Doméstico e VOD	22	17,1%	1.521.303	5,7%
Todos os segmentos	21	16,3%	24.587.152	92,1%
TV Paga	16	12,4%	25.814	0,1%
Nenhum segmento	8	6,2%	34.852	0,1%
TV Paga, TV Aberta e VOD	7	5,4%	19.884	0,1%
TV Paga e Vídeo Doméstico	6	4,7%	72.789	0,3%
VOD	4	3,1%	1.074	0,0%
TV Paga e TV Aberta	4	3,1%	155.376	0,6%
TV Paga, TV Aberta e Vídeo Doméstico	2	1,6%	4.302	0,0%
Vídeo Doméstico	2	1,6%	5.444	0,0%
Vídeo Doméstico e VOD	1	0,8%	1.676	0,0%
TV Aberta	1	0,8%	2.112	0,0%
TV Aberta e Vídeo Doméstico	1	0,8%	188.436	0,7%
TV Aberta, Vídeo Doméstico e VOD	0	0,0%	0	0,0%
TV Aberta e VOD	0	0,0%	0	0,0%

Entre todas as combinações possíveis exclusivas entre os segmentos dos filmes analisados, a maior parte foi veiculada somente na TV Paga e Vídeo por Demanda (34 títulos ou 26,4% do total). As outras combinações mais frequentes foram filmes que estrearam somente na TV Paga, Vídeo Doméstico e Vídeo por Demanda – ou seja, só não foram exibidos na TV Aberta – (17,1%), os filmes que estrearam em todos os segmentos (16,3%) e os filmes que foram veiculados somente na TV Paga (12,4%).

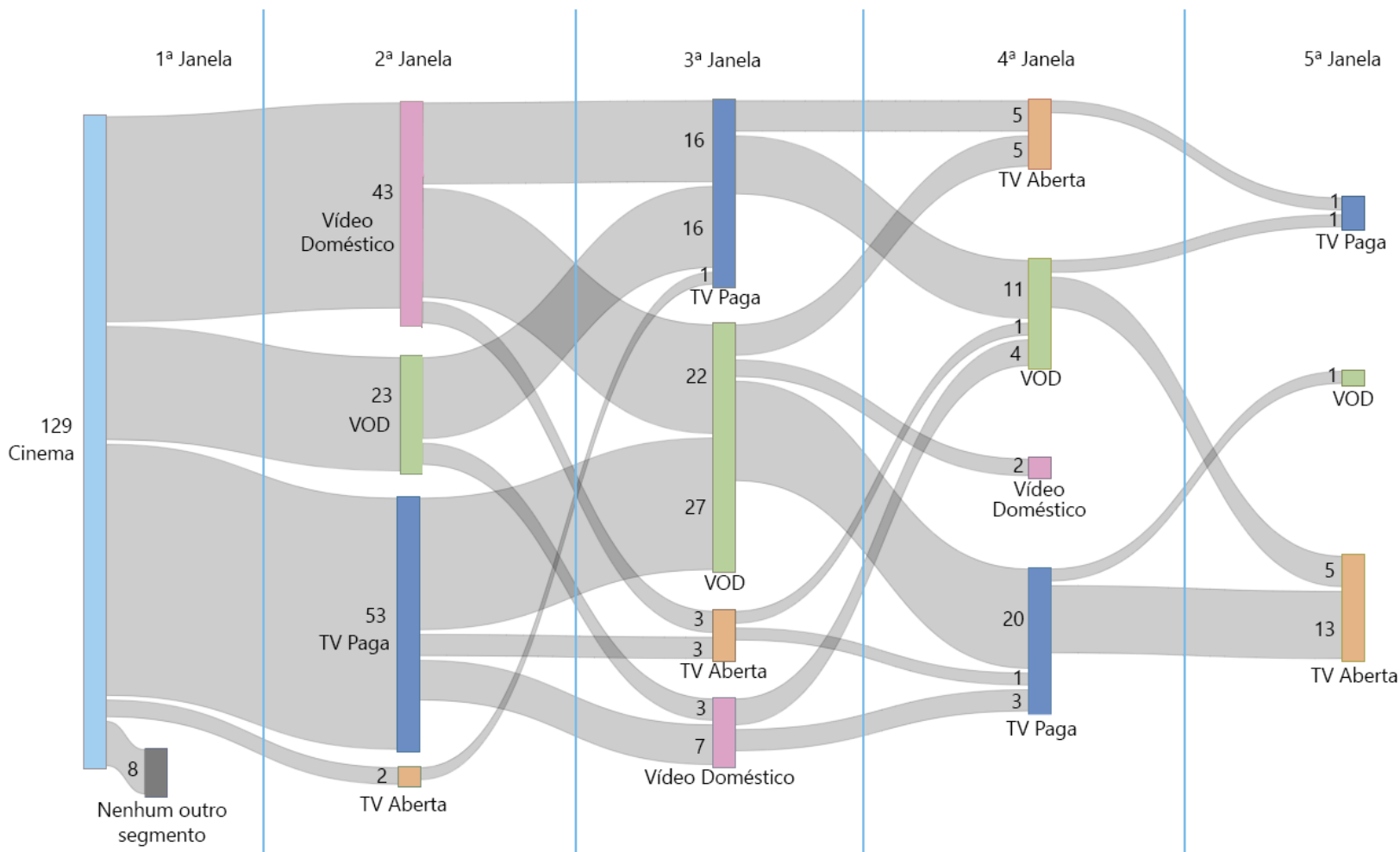
Esses 21 filmes (16,3%) que passaram por todos os mercados monitorados foram responsáveis por 92,1% do público

total dos lançamentos brasileiros de 2013 em salas de exibição. Para além disso, todos os títulos que alcançaram um público superior a 500 mil espectadores em salas de exibição (dez longas-metragens) foram lançados em todos os segmentos de mercado monitorados. Tal fato reitera o trabalho anterior que indicava que o público alcançado nos cinemas influencia na demanda pela obra nas janelas subsequentes.

Oito filmes não chegaram a nenhum outro segmento dentro do período analisado, cinco eram documentários. Dos sete filmes que ocuparam mais de 400 salas no lançamento nos cinemas, seis es-

tiveram presentes em todos os segmentos, e um apenas não foi veiculado na TV Aberta.

Ordenamento e fluxo entre as janelas de exibição dos filmes brasileiros lançados em 2013 nos cinemas



No gráfico da página anterior pode ser observado que cronologicamente a segunda janela de exibição mais frequente para os filmes lançados em salas de exibição em 2013 foi a TV Paga, 53 títulos (41,1%) foram lançados nessa janela após a estreia em salas de exibição. No trabalho anterior, sobre os lançamentos de 2012, a segunda janela mais frequente foi o Vídeo Doméstico. Entre os lançamentos de 2013 o Vídeo Doméstico também recebeu um número expressivo de títulos como a segunda janela após a estreia nos cinemas (43 títulos ou 33,3%). Dos 53 filmes que tiveram a TV Paga como segunda janela, 16 (30,2%) não chegaram a uma terceira janela. Apenas dois filmes

tiveram a TV Aberta como a janela subsequente a estreia nos cinemas, e apenas um deles chegou a uma terceira janela.

A terceira janela mais frequente foi o Vídeo por Demanda (VOD) com 49 títulos, seguido da TV Paga com 33 filmes. Desses títulos que tiveram o VOD como terceira janela 22 foram lançados primeiro em Vídeo Doméstico e 27 na TV Paga. Como quinta janela se destaca a TV Aberta com 18 títulos contra 2 da TV Paga e 1 do VOD.

Entre os 21 filmes que foram exibidos em todos os segmentos, 13 (61,9%) tiveram a seguinte ordem de janelas: Vídeo

Doméstico, Vídeo por Demanda, TV Paga e TV Aberta. Cabe destacar que, à exceção da quinta janela, todos os segmentos aparecem nas outras janelas, o que demonstra que esse ordenamento segue caminhos bastante diversos.

Expediente

Agência Nacional do Cinema

Diretoria Colegiada

Christian de Castro - Diretor-Presidente

Alex Braga Muniz

Débora Ivanov

Mariana Ribas

Superintendente de Análise de Mercado

Daniel Vidal Mattos

Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual

Coordenador do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual

Cainan Baladez

Revisão

Amanda Costa

Elaboração

Filipe Sarmiento

Bases de Dados

Ana Corrêa

Carlos Henrique Nascimento da Silva

Danielle dos Santos Borges

Felipe Fontes Escarlata

Fernanda Velasco Garat

Filipe Sarmiento

Gledson Mercês dos Santos

Luana de Freitas Costa

Marília Moreira da Rosa

Roberto Ferreira

Sílvia Helena Filippo

Fontes

Todos os dados apresentados foram elaborados a partir das informações coletadas pelas equipes das Coordenações de Monitoramento de Cinema, Vídeo Doméstico e Vídeo sob Demanda (CCV/SAM) e de Monitoramento de Televisão Aberta e Paga (CTV/SAM), a partir de fontes secundárias e primárias, como o Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), cujas informações são fornecidas pelas empresas distribuidoras registradas na Agência Nacional do Cinema. Os dados de Vídeo por Demanda tem como fonte [Business Bureau - Multiscreens: Platforms & Contents](#).

Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA em 01/02/2019.

<http://www.ancine.gov.br/>

<http://oca.ancine.gov.br/>



Observatório Brasileiro
do Cinema e do Audiovisual