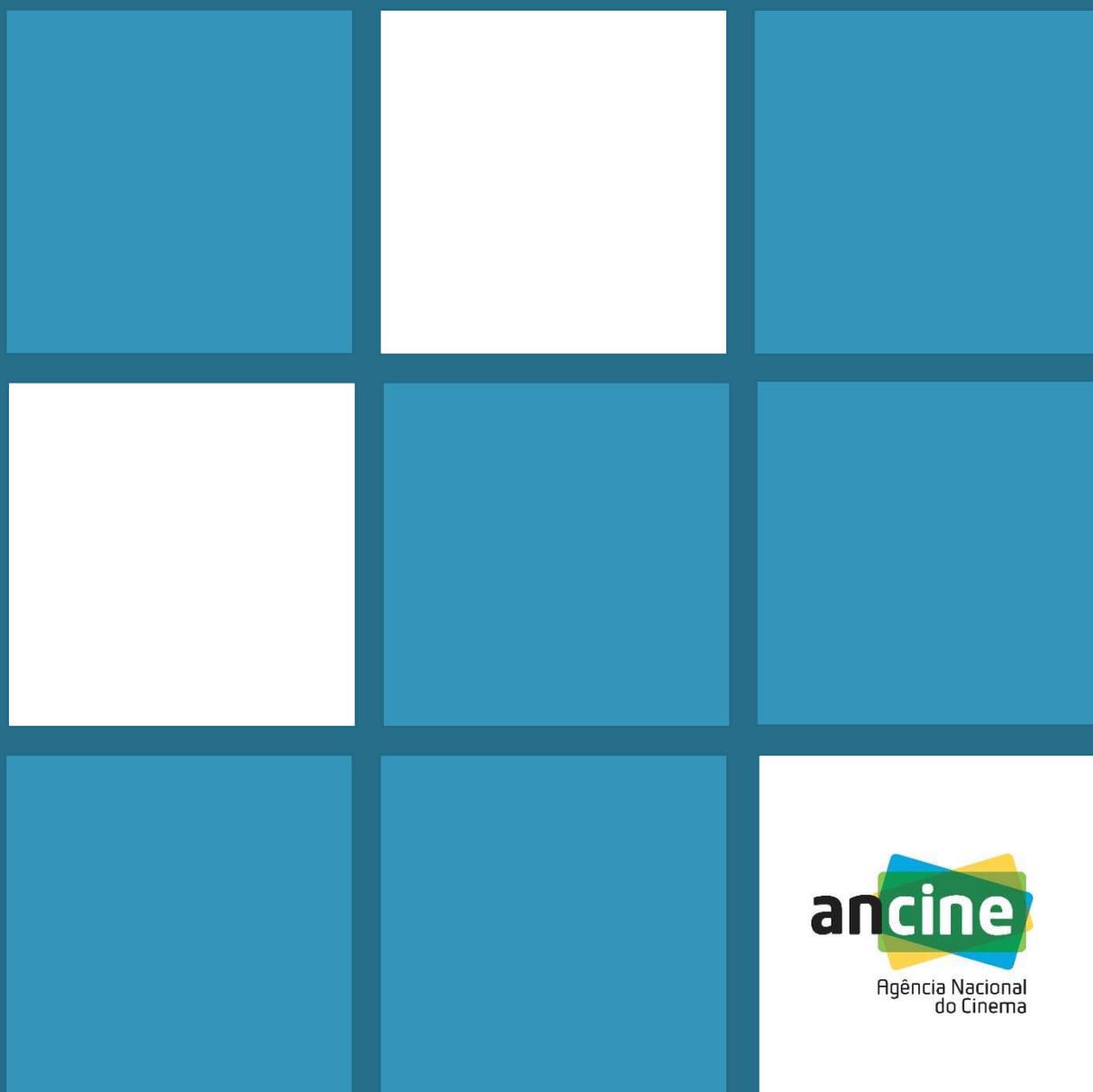


## Informe Janelas de Exibição 2015





A ANCINE – Agência Nacional do Cinema é uma agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É uma autarquia especial, vinculada desde 2003 ao Ministério da Cultura, com sede e foro no Distrito Federal e Escritório Central no Rio de Janeiro.

A missão institucional da ANCINE é induzir condições isonômicas de competição nas relações dos agentes econômicos da atividade cinematográfica e videofonográfica no Brasil, proporcionando o desenvolvimento de uma indústria competitiva e auto-sustentada.

#### **Diretoria Colegiada**

Christian de Castro - Diretor-Presidente  
Alex Braga Muniz  
Debora Ivanov

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



Observatório Brasileiro  
do Cinema e do Audiovisual

O Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA é um repositório público de informações e análises do mercado cinematográfico e audiovisual brasileiro produzidas pela Agência Nacional do Cinema - ANCINE.

#### **Editor**

Cainan Baladez

#### **Revisão**

Amanda Costa

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

#### **Superintendente de Análise de Mercado**

Luana Maíra Rufino Alves da Silva

#### **Coordenador de Monitoramento de Cinema, Vídeo Doméstico e Vídeo por Demanda**

Danielle dos Santos Borges

#### **Elaboração**

Felipe Fontes Escarlate  
Assistente Operacional

#### **Apoio Técnico**

Julie Ribeiro Costa  
Estagiária

#### **Fontes**

Os dados apresentados foram extraídos do Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico (SAVI) e do Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS). Consolidação dos dados realizada em 26/02/2018.

O Informe de Acompanhamento de Mercado de Janelas de Exibição é uma publicação da Superintendência de Análise de Mercado com periodicidade bienal. Os informes dos anos anteriores podem ser acessados em: <https://oca.ancine.gov.br/outras-midias>.

Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA em 17/05/2018.

## Sumário

Introdução .....	3
Metodologia.....	3
O Intervalo entre janelas .....	5
1. O Intervalo médio entre janelas ano a ano – 2011 a 2015 .....	5
2. O intervalo entre janelas sob diferentes perspectivas – 2015.....	8
2.1 Intervalo entre janelas e a nacionalidade das obras .....	8
2.2 Intervalo entre janelas e o porte do lançamento nos cinemas.....	9
2.3 Intervalo entre janelas e o público no cinema .....	10
2.4 Intervalo entre janelas e a receita auferida no mercado de vídeo doméstico.....	12
2.5 Intervalo entre janelas e a distribuidora da obra em vídeo doméstico .....	13

## Índice de Tabelas

Tabela 1 – Arranjo de utilização dos dados .....	4
Tabela 2 – Quantidade de títulos analisados, ano a ano (2011-2015).....	5
Tabela 3 – Intervalos médios das obras analisadas (2011-2015) .....	5
Tabela 4 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição - 2015 ..	11
Tabela 5 – Intervalo médio por distribuidora em vídeo doméstico, em ordem decrescente – 2015 .....	14

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Intervalo médio 2011-2015 (em dias).....	6
Gráfico 2 – Percentual de obras por faixa de intervalo em meses (2011-2015).....	7
Gráfico 3 – Tendências de cada faixa de intervalo entre janelas (2011-2015) .....	7
Gráfico 4 – Intervalo médio entre janelas por nacionalidade da obra (em dias) – 2015 .....	8
Gráfico 5 – Distribuição do intervalo entre janelas em função do tamanho do lançamento nos cinemas – 2015 .....	9
Gráfico 6 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição, com médias – 2015 .....	12
Gráfico 7 – Intervalo entre janelas e a receita de comercialização em vídeo doméstico – obras brasileiras, 2015 .....	13
Gráfico 8 – Intervalo entre janelas (em dias) das distribuidoras em vídeo doméstico nacionais e internacionais – 2015 .....	14

## Introdução

A presente versão do Informe de Janelas de Exibição visa expor dados de mercado relacionados ao tempo que as obras lançadas comercialmente em salas de cinemas no ano de 2015 levaram para chegar ao segmento de vídeo doméstico. O objeto principal de análise é, portanto, o intervalo temporal entre essas duas janelas, ou seja, o número de dias compreendidos entre a estreia dela em salas de exibição e seu posterior lançamento em vídeo doméstico.

Historicamente, o segmento de vídeo doméstico tem representado a segunda janela de exibição das obras cinematográficas, embora sobre esse posicionamento recaia a pressão cada vez maior da emergência do mercado de vídeo sob demanda e das consequentes mudanças nos hábitos de consumo dos usuários.

## Metodologia

Os dados utilizados neste Informe provêm de quatro fontes diferentes – o Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico (SAVI), o Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Salas de Exibição (SADIS) e *sites* na internet que comercializam mídias físicas (DVD e Blu-ray). As versões anteriores utilizavam dados de revistas especializadas, razão pela qual se deve ter cuidado ao comparar os resultados aqui informados, referentes a 2015, com os dos anos anteriores. Sendo assim, é importante frisar a mudança na metodologia da série histórica disposta nos Informes anteriores.

As bases dos sistemas SADIS e SAVI são gerenciadas pela ANCINE e dispõem dados de comercialização de obras audiovisuais nos cinemas e em vídeo doméstico, respectivamente, ambas alimentadas pelos próprios distribuidores. Para este trabalho, o primeiro forneceu dados<sup>1</sup> sobre as obras que estrearam comercialmente nos cinemas em 2015, o segundo sobre as obras lançadas em vídeo doméstico de janeiro de 2015 a novembro de 2016<sup>2</sup>, último mês informado pelos distribuidores até a data de produção deste Informe.

Cumpramos ressaltar que os dados de comercialização do SAVI se referem à negociação dos distribuidores com o varejo ou com as videolocadoras, ou seja, não refletem os preços praticados ao consumidor final. Além disso, os números de comercialização consolidados neste Informe já

---

<sup>1</sup> Eventualmente, as bases do SADIS são complementadas com dados do portal Filme B.

<sup>2</sup> Uma obra lançada nos cinemas no final de 2015 só será comercializada em vídeo alguns meses depois, já no ano de 2016. Por isso, o intervalo de tempo tomado para o vídeo doméstico foi maior do que o para o cinema.

descontam os montantes relativos às devoluções, ou seja, mídias físicas em consignação retornadas ao distribuidor<sup>3</sup>.

*Sites* na internet que comercializam mídias físicas foram utilizados para complementação dos dados eventualmente não disponíveis no SAVI, como a data de lançamento de algumas obras.

A tabela a seguir sintetiza o arranjo de utilização dos dados no Informe e as respectivas fontes.

Tabela 1 – Arranjo de utilização dos dados<sup>4</sup>

<b>Categoria dos dados</b>	<b>Fonte</b>
Título da obra	SADIS, SAVI
País de origem da obra	SADIS
Data de lançamento nos cinemas	SADIS
Data de lançamento em vídeo doméstico	SAVI
Receita auferida nos cinemas	SADIS
Receita auferida em vídeo doméstico	SAVI
Selo de distribuição em vídeo doméstico	<i>Sites</i> na internet

Por fim, lembramos que o objeto da publicação são apenas as obras lançadas comercialmente nos cinemas em 2015 que também tiveram lançamento em vídeo doméstico. Para tanto, buscou-se a interseção dos títulos da base do SADIS com a do SAVI. As análises recaem sobre o universo de obras resultante.

<sup>3</sup> Foram descontadas as devoluções ocorridas no período do SAVI tratado neste Informe (janeiro de 2015 a novembro de 2016), ou seja, podem se referir a remessas de obras informadas em relatórios de anos anteriores a esse período.

<sup>4</sup> Na categoria *data de lançamento em vídeo doméstico*, utilizaram-se os sites na internet para as datas não informadas no SAVI.

## O Intervalo entre janelas

### 1. O Intervalo médio entre janelas ano a ano – 2011 a 2015

Um dos principais resultados desse estudo é o cálculo do intervalo médio entre janelas, ou seja, a média aritmética dos intervalos de lançamento das obras em mercado de salas de exibição e em vídeo doméstico, calculada em número de dias.

Tabela 2 – Quantidade de títulos analisados, ano a ano<sup>5</sup> (2011-2015)

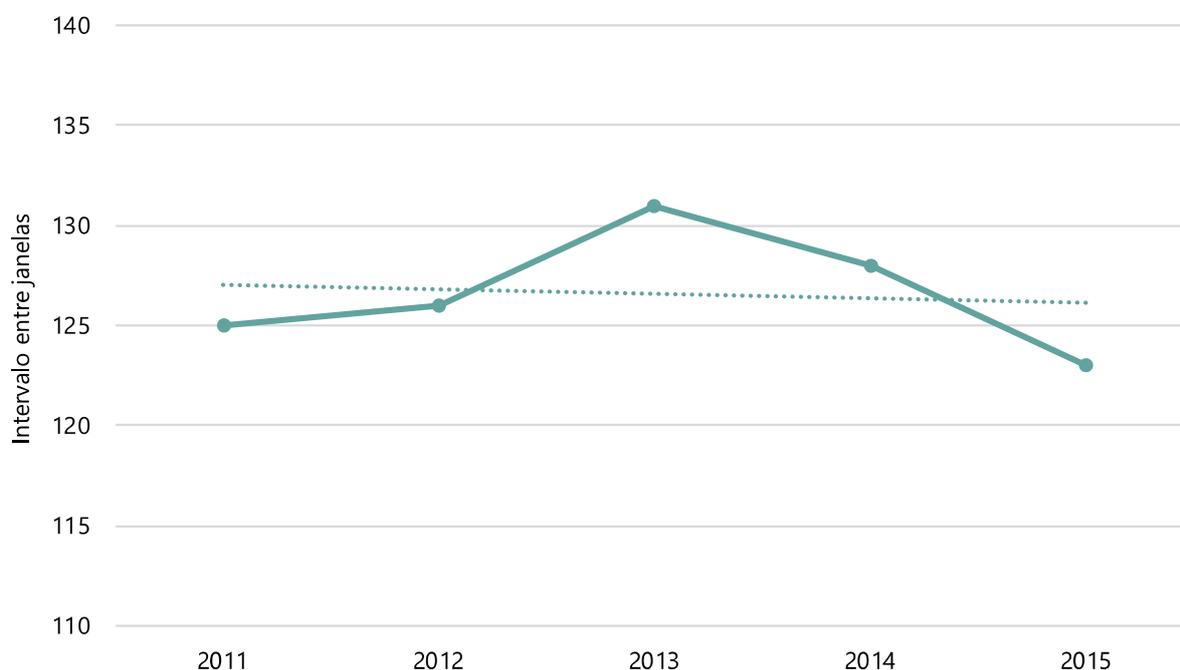
Ano	Total de títulos analisados
2011	222
2012	210
2013	269
2014	254
2015	204

Tabela 3 – Intervalos médios das obras analisadas (2011-2015)

Ano	Em dias	Em meses
2011	125	4 meses e 5 dias
2012	126	4 meses e 6 dias
2013	131	4 meses e 11 dias
2014	128	4 meses e 8 dias
2015	123	4 meses e 3 dias

<sup>5</sup> Compreendem-se em obras analisadas aquelas lançadas em salas de exibição e posteriormente no vídeo.

Gráfico 1 – Intervalo médio 2011-2015 (em dias)



Percebe-se, pelo Gráfico 1, que, na média, o intervalo temporal que uma obra leva para chegar ao vídeo a partir dos cinemas vem diminuindo. Isso é compatível com as estratégias do mercado de aproximação entre janelas visando o combate à pirataria e a melhor adaptação às novas expectativas dos consumidores, amplamente transformadas pelo advento dos serviços de Vídeo sob Demanda.

Esse registro também é observável nos Gráficos 2 e 3, que mostram a tendência de crescimento das faixas que representam intervalos menores entre janelas (0 a 2, 2 a 4 meses) e de decréscimo de duas das faixas com intervalos maiores de janela (4 a 6 e 6 a 8 meses)<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> A faixa equivalente ao intervalo "mais de 8 meses" apresenta tendência de estagnação.

Gráfico 2 – Percentual de obras por faixa de intervalo em meses (2011-2015)

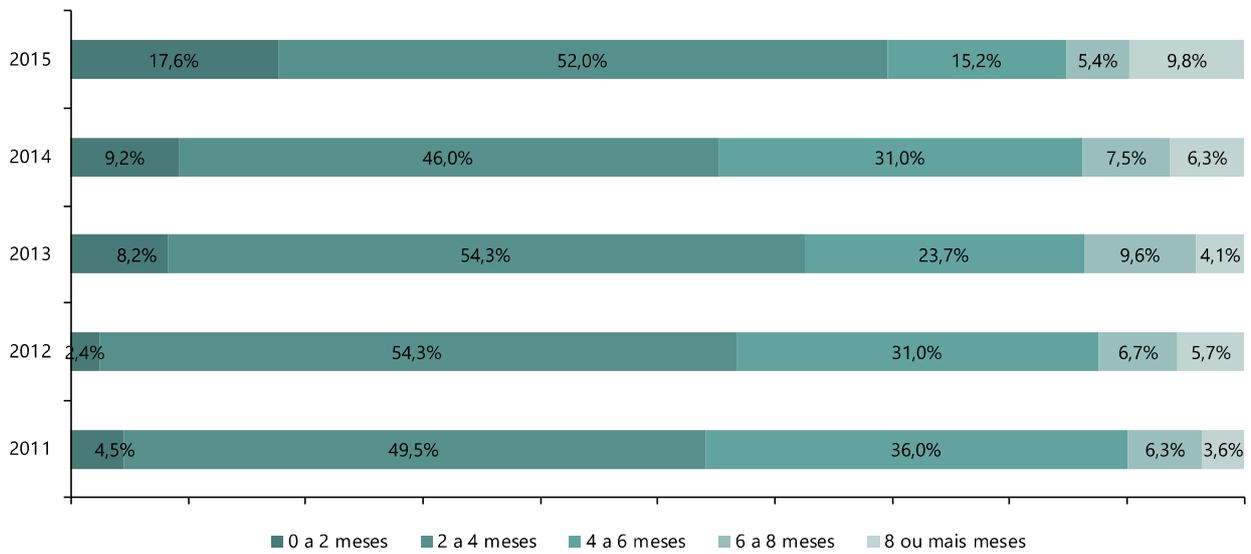


Gráfico 3 – Tendências de cada faixa de intervalo entre janelas (2011-2015)



## 2. O intervalo entre janelas sob diferentes perspectivas – 2015

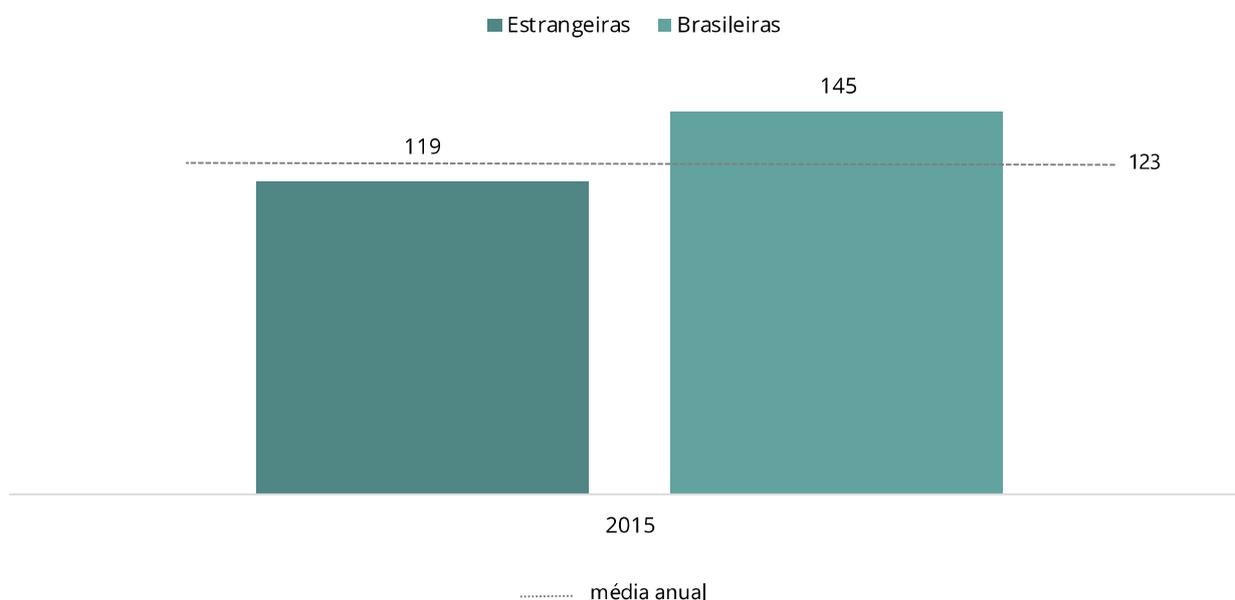
Aqui o intervalo médio entre janelas em 2015 é observado sob a óptica de recortes específicos, como a nacionalidade da obra (brasileira ou estrangeira) e o tamanho do público da exibição comercial em salas cinematográficas.

### 2.1 Intervalo entre janelas e a nacionalidade das obras

Num panorama geral, das 446 obras<sup>7</sup> que estrearam nos cinemas em 2015, 204 foram posteriormente lançadas em vídeo. Desse total, 168 eram estrangeiras e 36 brasileiras.

Quanto ao intervalo médio entre janelas, pelo Gráfico 4 vê-se que as obras cinematográficas nacionais levam mais tempo para chegar ao vídeo doméstico, embora essa diferença tenha diminuído em 11 dias de 2014 para 2015.

Gráfico 4 – Intervalo médio entre janelas por nacionalidade da obra (em dias) – 2015

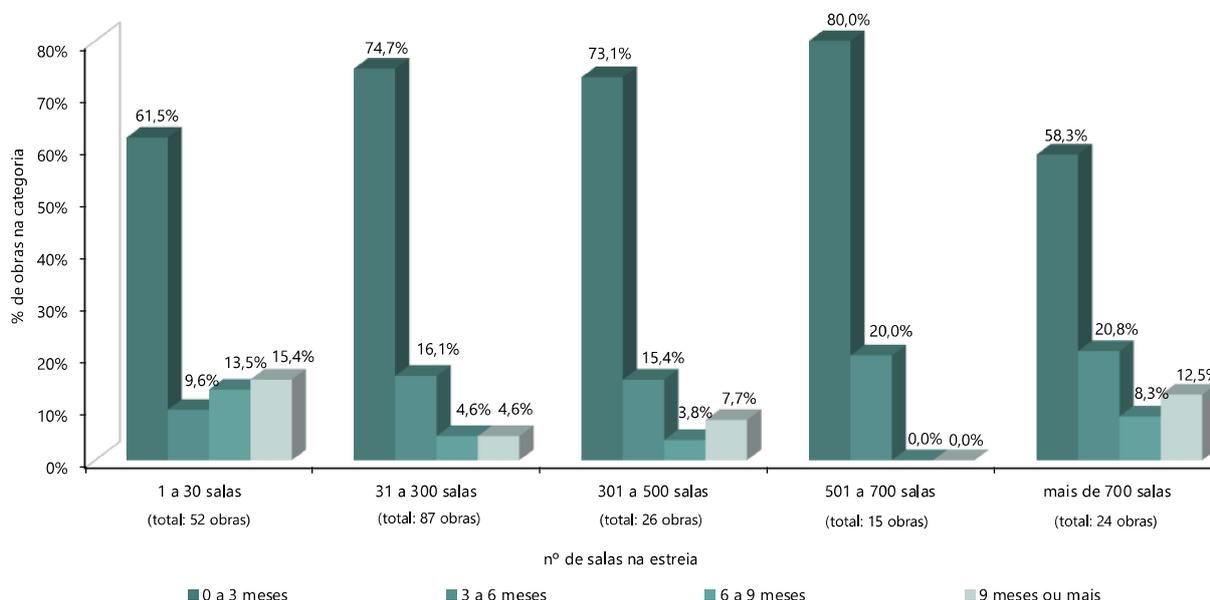


<sup>7</sup> A informação de lançamentos em salas de exibição foi retirada do Informe de Distribuição em Salas 2015, disponível no link [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe\\_distribuicao\\_2015.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_distribuicao_2015.pdf).

## 2.2 Intervalo entre janelas e o porte do lançamento nos cinemas

O Gráfico 5 mostra como se comporta o intervalo médio entre janelas de acordo com a quantidade de salas que a obra ocupou quando de seu lançamento nos cinemas em 2015. Utilizamos aqui, para a definição das faixas de lançamento, categorias semelhantes às empregadas no Informe Anual de Distribuição em Salas de Exibição (2015).

Gráfico 5 – Distribuição do intervalo entre janelas em função do tamanho do lançamento nos cinemas – 2015



Percebe-se que, quanto menor o lançamento, maior a heterogeneidade de faixas dentro da categoria. Ou seja, o tempo que a obra leva para sair dos cinemas e chegar ao vídeo doméstico varia mais se estamos diante de um agrupamento de lançamentos de menor porte. Chama atenção, por exemplo, que na categoria “1 a 30 salas” tenhamos as faixas extremas “0 a 3 meses” e “9 meses ou mais” com relativa significância. Em última instância, essa heterogeneidade reflete possivelmente a própria diversidade dos níveis de profissionalização e das estratégias de lançamento das produtoras/distribuidoras envolvidas nas obras de menor distribuição em cinemas.

A média observada – 123 dias – pertence à faixa “3 a 6 meses”, diferente da dominante em todas as categorias, “0 a 3 meses”, refletindo um pouco a diversidade das obras de menor distribuição mencionada anteriormente.

Quanto à possível influência do tamanho do lançamento na magnitude do intervalo entre as janelas, observou-se, em cálculos estatísticos, uma correlação<sup>8</sup> desprezível para o conjunto total das obras e, para apenas as brasileiras, uma correlação negativa de magnitude moderada para 2015<sup>9</sup>. Isso mostra que, ao menos para as brasileiras, há alguma verdade em se afirmar que, quanto maior é o número de salas no lançamento, menos tempo leva a obra para estreiar em vídeo doméstico.

### 2.3 Intervalo entre janelas e o público no cinema

Tal como ocorreu com a variável “tamanho do lançamento nos cinemas”, constatou-se que a correlação existente entre o número de espectadores presentes nas salas de exibição e o intervalo entre janelas é desprezível para a totalidade das obras. Tomando-se apenas as brasileiras, da mesma maneira que na seção 2.2, observou-se correlação negativa de magnitude superior, porém ainda fraca<sup>10</sup>.

A Tabela 4 indica como se comportou o intervalo entre janelas para as dez obras lançadas em cinemas em 2015 com maior público em salas de exibição.

---

<sup>8</sup> O coeficiente de correlação é um indicador da relação linear entre duas variáveis. No entanto, a correlação não indica causalidade, já que esta só pode ser provada por inferência. Uma correlação alta entre duas variáveis significa que a variação de uma delas é acompanhada de variação semelhante na outra (ou seja, “elas caminham juntas”). No caso da correlação negativa, a variação de uma é acompanhada de variação da outra em sentido inverso. Na escala de intensidade da correlação, costuma-se utilizar a seguinte classificação, em ordem crescente: desprezível, fraca, moderada, forte e muito forte.

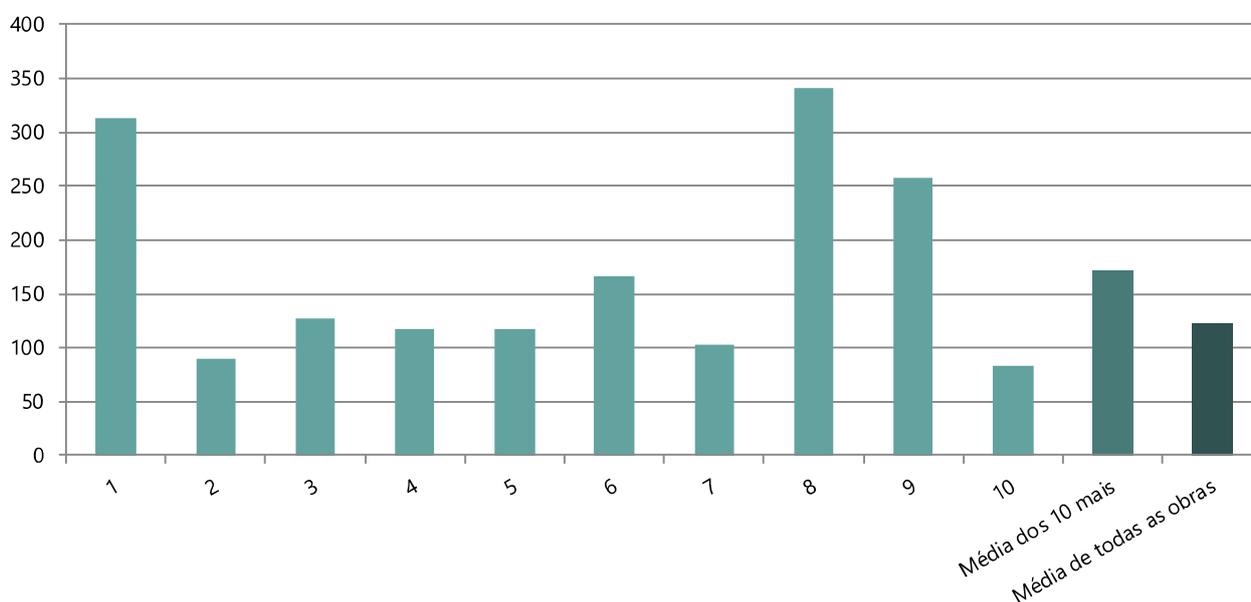
<sup>9</sup> O coeficiente de correlação de Pearson para o total das obras foi de 0,07, e para obras brasileiras -0,41.

<sup>10</sup> O coeficiente de correlação de Pearson para o total das obras foi de 0,11, e para obras brasileiras -0,26.

Tabela 4 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição - 2015

Nº	Título no Brasil	País	Salas de exibição		Vídeo doméstico	Intervalo praticado	
			Data da Estreia	Público	Data de lançamento	Em dias	Em meses
1	VINGADORES: ERA DE ULTRON	ESTADOS UNIDOS	23/04/2015	<b>10.129.071</b>	01/03/2016	313	10 meses e 13 dias
2	VELOZES E FURIOSOS 7	ESTADOS UNIDOS	02/04/2015	<b>9.857.946</b>	01/07/2015	90	3 meses
3	MINIONS	ESTADOS UNIDOS	25/06/2015	<b>8.912.094</b>	30/10/2015	127	4 meses e 7 dias
4	CINQUENTA TONS DE CINZA	ESTADOS UNIDOS	12/02/2015	<b>6.685.086</b>	09/06/2015	117	3 meses e 27 dias
5	JURASSIC WORLD: O MUNDO DOS DINOSSAUROS	ESTADOS UNIDOS	11/06/2015	<b>6.356.559</b>	06/10/2015	117	3 meses e 27 dias
6	STAR WARS: O DESPERTAR DA FORÇA	ESTADOS UNIDOS	17/12/2015	<b>5.558.321</b>	01/06/2016	167	5 meses e 17 dias
7	JOGOS VORAZES: A ESPERANÇA - O FINAL	ESTADOS UNIDOS	19/11/2015	<b>4.392.977</b>	01/03/2016	103	3 meses e 13 dias
8	CINDERELA	ESTADOS UNIDOS	26/03/2015	<b>4.199.697</b>	01/03/2016	341	11 meses e 11 dias
9	DIVERTIDA MENTE	ESTADOS UNIDOS	18/06/2015	<b>3.780.325</b>	01/03/2016	257	8 meses e 17 dias
10	LOUCAS PRA CASAR	BRASIL	08/01/2015	<b>3.726.547</b>	01/04/2015	83	2 meses e 23 dias

Gráfico 6 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição, com médias – 2015



Percebe-se que a variável “intervalo entre janelas” varia entre as dez obras sem aparentar tendência definida, com média acima da observada quando se tomam todas as obras<sup>11</sup> (Gráfico 6).

#### 2.4 Intervalo entre janelas e a receita auferida no mercado de vídeo doméstico

Aqui pretende-se verificar se existe alguma tendência de as obras que levam menos tempo para sair dos cinemas e chegar ao vídeo doméstico renderem aos distribuidores deste segmento maior receita.

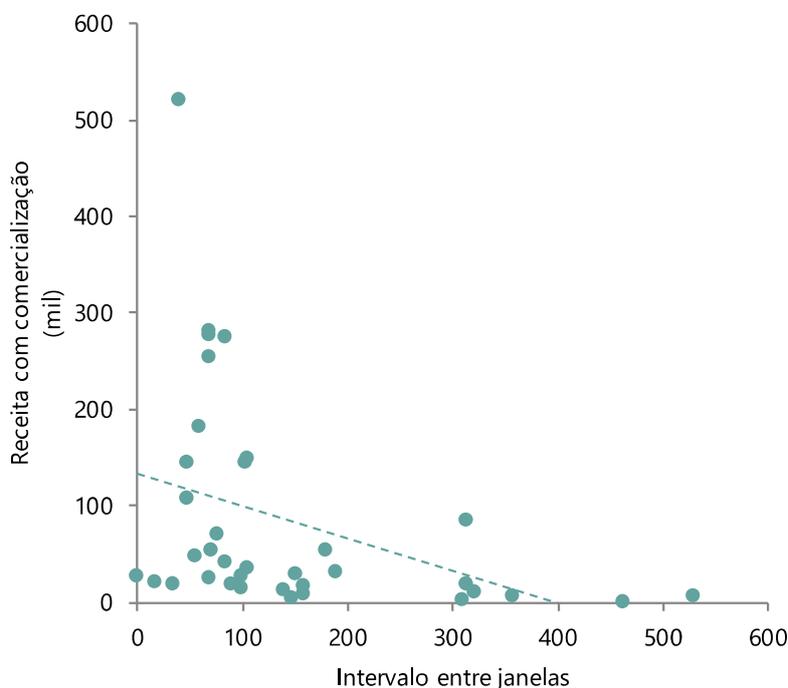
Observou-se, mais uma vez, correlação negativa desprezível entre as duas variáveis quando se toma o conjunto de todas as obras<sup>12</sup>. Tomando-se apenas as brasileiras, a magnitude da correlação negativa foi maior, mas fraca<sup>13</sup>. Isso significa que, para as obras brasileiras, verifica-se alguma tendência de os títulos lançados mais rapidamente em vídeo doméstico terem maior sucesso comercial (Gráfico 7).

<sup>11</sup> Intervalo médio entre janelas das 10 obras com maior público nos cinemas: 171 dias.

<sup>12</sup> Todas as obras constantes do SAVI, conforme ressalva feita na descrição da metodologia.

<sup>13</sup> O coeficiente de correlação de Pearson para o total das obras foi de -0,07, e para obras brasileiras -0,37.

Gráfico 7 – Intervalo entre janelas e a receita de comercialização em vídeo doméstico – obras brasileiras, 2015



## 2.5 Intervalo entre janelas e a distribuidora da obra em vídeo doméstico

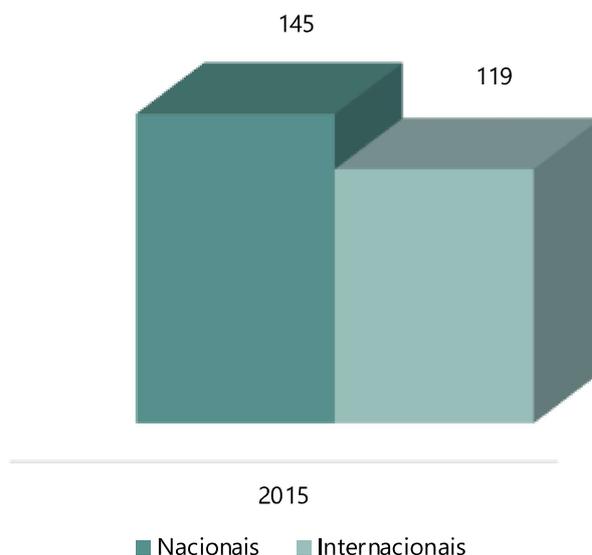
Nesta seção, o intervalo entre janelas é observado sob a óptica do agente responsável pela distribuição da obra em vídeo doméstico, distinguindo-os em nacionais e internacionais<sup>14</sup>. A Tabela 5 organiza as distribuidoras em ordem decrescente do intervalo médio entre janelas observado em cada uma delas.

Em média, as distribuidoras nacionais demoraram mais a levar suas obras dos cinemas ao vídeo doméstico do que as internacionais em 2015 (Gráfico 8).

<sup>14</sup> No caso das distribuidoras internacionais, fazemos referência aqui à figura do selo – o detentor dos direitos originário de exploração comercial da obra que, muitas vezes, encarrega uma empresa replicadora em território nacional de efetivar várias das atividades ligadas à distribuição, como a produção da mídia física e os fretes à rede varejista.

Tabela 5 – Intervalo médio por distribuidora em vídeo doméstico, em ordem decrescente – 2015

Distribuidor no vídeo	Intervalo médio (em dias)	Intervalo médio (em meses)	Total de lançamentos no vídeo
Bretz	311	10 meses e 11 dias	10
Disney	304	10 meses e 4 dias	9
Imovision	197	6 meses e 17 dias	11
SESC-SP	156	5 meses e 6 dias	2
Universal	124	4 meses e 4 dias	19
Warner	117	3 meses e 27 dias	17
Fox/Sony	110	3 meses e 20 dias	38
Europa	103	3 meses e 13 dias	2
Paris	94	3 meses e 4 dias	38
Paramount	82	2 meses e 22 dias	12
Imagem	82	2 meses e 22 dias	23
Califórnia	74	2 meses e 14 dias	20
PlayArte	67	2 meses e 7 dias	3

Gráfico 8 – Intervalo entre janelas (em dias) das distribuidoras em vídeo doméstico nacionais e internacionais<sup>15</sup> – 2015

<sup>15</sup> As internacionais correspondem às chamadas *majors*, ou seja, distribuidoras pertencentes aos grandes estúdios norte-americanos: Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal e Warner.