



INFORME DE ACOMPANHAMENTO DO MERCADO

Janelas de Exibição – 2013 e 2014

Informe Bienal

Elaboração Técnica:
Lucas Vieira Abraão Maia
Felipe Fontes Escarlata

Coordenação de Monitoramento de Cinema, Vídeo Doméstico e Vídeo por Demanda –
CCV
Superintendência de Análise de Mercado - SAM



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

Manoel Rangel - Diretor-Presidente
Rosana Alcântara
Debora Ivanov
Roberto Gonçalves de Lima

<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

Alex Patêz Galvão

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

Luana Maíra Rufino Alves da Silva

Elaboração

Lucas Vieira Abraão Maia
Especialista em Regulação da Atividade
Cinematográfica e Audiovisual

Felipe Fontes Escarlate
Assistente Operacional

Apoio Técnico

Beatriz Filippo
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 25/01/2016.

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: http://oca.ancine.gov.br/rel_obraslancadas.htm.

Publicado no Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA em 10/06/2016.

Sumário

Introdução.....	3
Metodologia	3
O Intervalo entre janelas	6
1. O Intervalo médio entre janelas ano a ano – 2010 a 2014	6
2. O intervalo entre janelas sob diferentes perspectivas – 2013 e 2014	9
2.1 Intervalo entre janelas e a nacionalidade das obras	9
2.2 Intervalo entre janelas e o porte do lançamento nos cinemas	10
2.3 Intervalo entre janelas e o público no cinema	11
2.4 Intervalo entre janelas e a receita auferida no mercado de vídeo doméstico	15
2.5 Intervalo entre janelas e a distribuidora da obra em vídeo doméstico	15

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Arranjo de utilização dos dados	4
Tabela 2 - Quantidade de títulos analisados e quantidade de títulos presentes nas revistas especializadas, ano a ano (2010-2014).....	6
Tabela 3 - Intervalos médios das obras analisadas (2010-2014)	6
Tabela 4 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição - 2013	12
Tabela 5 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição – 2014.....	13
Tabela 6 - Intervalo médio por distribuidora em vídeo doméstico, em ordem decrescente – 2013. 16	
Tabela 7 - Intervalo médio por distribuidora em vídeo doméstico, em ordem decrescente – 2014. 16	

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Intervalo médio 2010-2014 (em dias)	7
Gráfico 2 - Percentual de obras por faixa de intervalo em meses (2010-2014).....	8
Gráfico 3 – Tendências de cada faixa de intervalo entre janelas (2010-2014)	8
Gráfico 4 – Intervalo médio entre janelas por nacionalidade da obra (em dias).....	9
Gráfico 5 – Distribuição do intervalo entre janelas em função do tamanho do lançamento nos cinemas – 2013	10
Gráfico 6 – Distribuição do intervalo entre janelas em função do tamanho do lançamento nos cinemas – 2014	10
Gráfico 7 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição, com médias – 2013.....	14
Gráfico 8 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição, com médias – 2014.....	14
Gráfico 9 – Intervalo entre janelas e a receita de comercialização em vídeo doméstico – obras brasileiras, 2013 e 2014	15
Gráfico 10 – Intervalo entre janelas (em dias) das distribuidoras em vídeo doméstico nacionais e internacionais – 2013 e 2014	17

Introdução

A presente versão do Informe de Janelas de Exibição visa expor dados de mercado relacionados ao tempo que as obras lançadas comercialmente em cinemas em 2013 e 2014 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), revistas especializadas do mercado de vídeo doméstico (Jornal do Vídeo e Ver Vídeo & Games) e *sites* na internet que comercializam mídias físicas (DVD e Blu-ray). As versões anteriores utilizavam apenas dados das revistas, razão pela qual se deve ter cuidado ao comparar os resultados aqui informados, referentes a 2013 e 2014, com os dos anos anteriores. Sempre que o fizermos neste Informe, será utilizando apenas o conjunto dos títulos lançados nos cinemas cujo lançamento em vídeo doméstico foi registrado pelas revistas, de modo a preservar a 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 dados¹ sobre as obras que estrearam comercialmente nos cinemas em 2013 e 2014, o segundo sobre as obras lançadas em vídeo doméstico de janeiro de 2013 a novembro de 2015², último mês informado pelos distribuidores até a data de produção deste Informe.

¹ Eventualmente, as bases do SADIS são complementadas com dados do portal Filme B.

² Uma obra lançada nos cinemas no final de 2014 só será comercializada em vídeo alguns meses depois, já no ano de 2015. Por isso, o intervalo de tempo tomado para o vídeo doméstico foi maior do que o para o cinema.

Cumpra 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 descontam os montantes relativos às devoluções, ou seja, mídias físicas em consignação retornadas ao distribuidor³.

Foram observadas algumas obras cuja estreia em vídeo doméstico foi divulgada pelas revistas especializadas, mas que não constava das bases do SAVI até o fechamento do Informe. Por essa razão, essas publicações também foram utilizadas para compor a base de títulos lançados em vídeo doméstico. O período tomado foi de janeiro de 2013 a dezembro de 2015, mês de edição da última revista disponível até a produção do Informe. Por essa fonte, obteve-se, para cada obra relacionada, o título, a data de lançamento e o selo da distribuidora.

Sites na internet que comercializam mídias físicas foram utilizados para complementação dos dados eventualmente não disponíveis no SAVI e nas revistas, 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 dados⁴

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

³ Foram descontadas as devoluções ocorridas no período do SAVI tratado neste Informe (janeiro de 2013 a novembro de 2015), ou seja, podem se referir a remessas de obras informadas em relatórios de anos anteriores a esse período.

⁴ Na categoria *data de lançamento em vídeo doméstico*, utilizaram-se as revistas para as datas não informadas no SAVI, e os *sites* na internet, por sua vez, para os casos em que as duas outras fontes não forneciam tal dado.

Por fim, lembramos que o objeto da publicação são apenas as obras lançadas comercialmente nos cinemas em 2013 e 2014 que também tiveram lançamento em vídeo doméstico. Para tanto, buscou-se a interseção dos títulos da base do SADIS com a do SAVI e das revistas. As análises recaem sobre o universo de obras resultante, exceto para as que levam em conta a receita auferida em vídeo doméstico (Seção 2.4). Para estas, apenas o cruzamento com o SAVI foi utilizado, uma vez que as revistas não disponibilizam os dados financeiros de comercialização das obras.

O Intervalo entre janelas

1. O Intervalo médio entre janelas ano a ano – 2010 a 2014

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. Como até o Informe de 2012 a única fonte de pesquisa em vídeo doméstico utilizada eram as revistas especializadas, as exposições de série histórica desta seção consideram apenas os títulos encontrados nas revistas, permitindo melhor análise da evolução da variável em questão. Nesse sentido, as Tabelas 2 e 3 discriminam os dados referentes aos títulos divulgados nas revistas.

Tabela 2 - Quantidade de títulos analisados e quantidade de títulos presentes nas revistas especializadas, ano a ano⁵ (2010-2014)

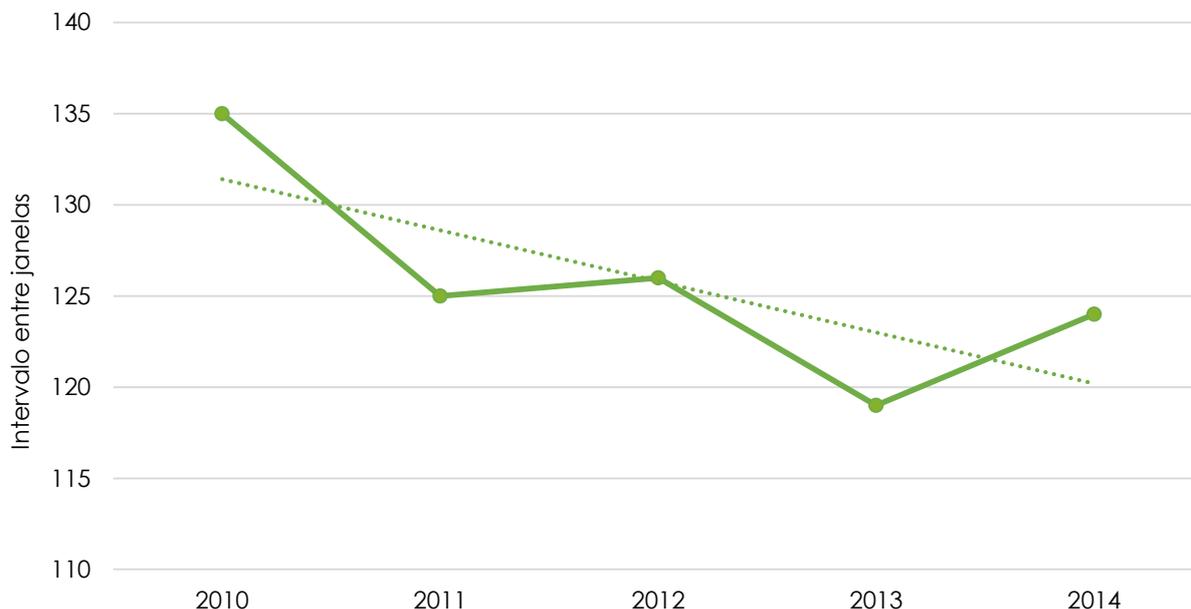
Ano	Títulos divulgados nas revistas	Total de títulos analisados
2010	229	229
2011	222	222
2012	210	210
2013	219	269
2014	174	254

Tabela 3 - Intervalos médios das obras analisadas (2010-2014)

Ano	Intervalo médio			
	Dos títulos nas revistas		Do total de títulos analisados	
	Em dias	Em meses	Em dias	Em meses
2010	135	4 meses e 15 dias	-	-
2011	125	4 meses e 5 dias	-	-
2012	126	4 meses e 6 dias	-	-
2013	119	3 meses e 29 dias	131	4 meses e 11 dias
2014	124	4 meses e 3 dias	128	4 meses e 8 dias

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

Gráfico 1 - Intervalo médio 2010-2014 (em dias)⁶



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 Gráfico 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)⁷.

⁶ Considerando-se apenas os dados das revistas especializadas em vídeo doméstico.

⁷ A faixa equivalente ao intervalo "mais de 8 meses" apresenta tendência de estagnação.

Gráfico 2 - Percentual de obras por faixa⁸ de intervalo em meses (2010-2014)⁹

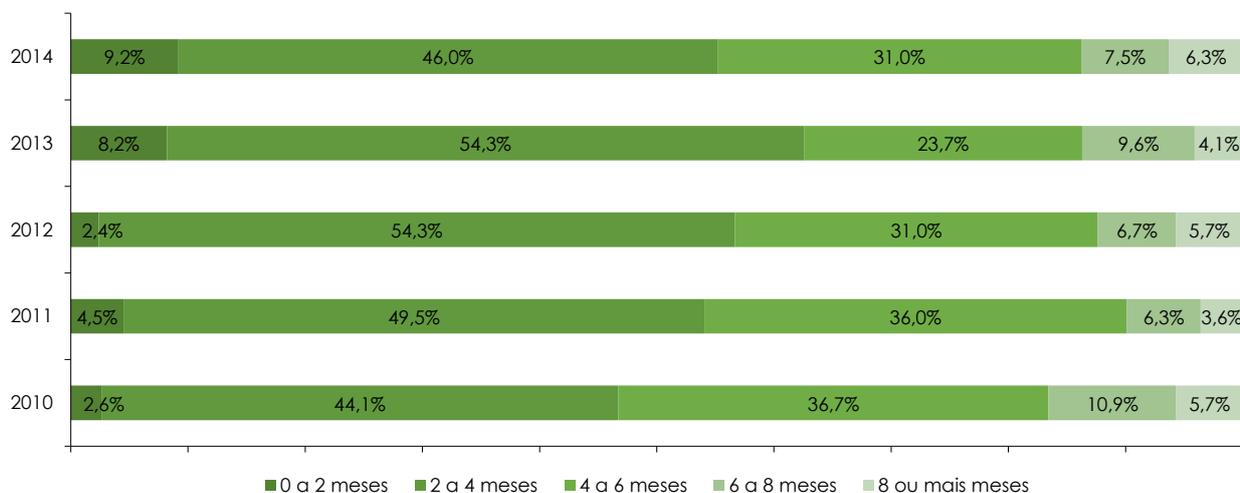
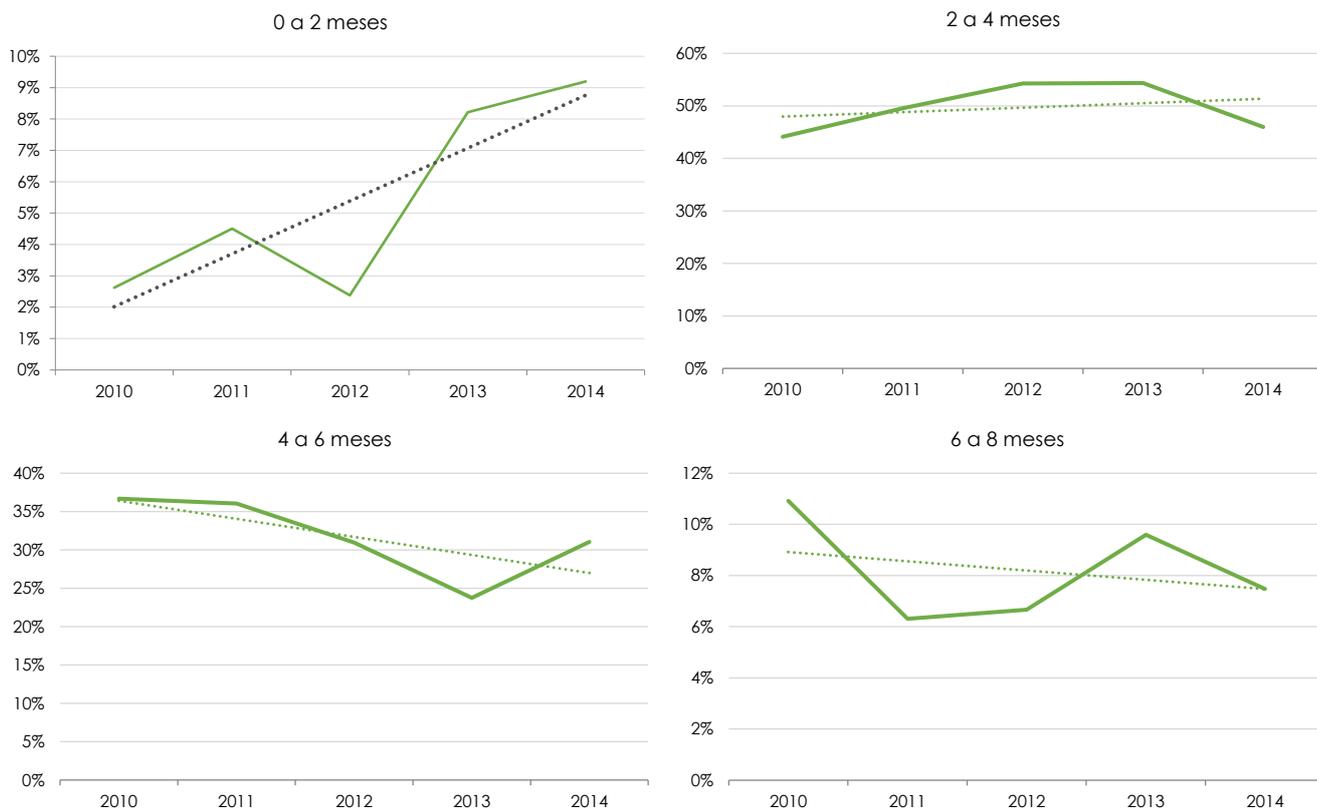


Gráfico 3 – Tendências de cada faixa de intervalo entre janelas (2010-2014)



⁸ Como a média é 4 As faixas de 2 a 4 e 4 a 6 meses contém a média 4 meses

⁹ Considerando-se apenas os dados das revistas especializadas em vídeo doméstico.

2. O intervalo entre janelas sob diferentes perspectivas – 2013 e 2014

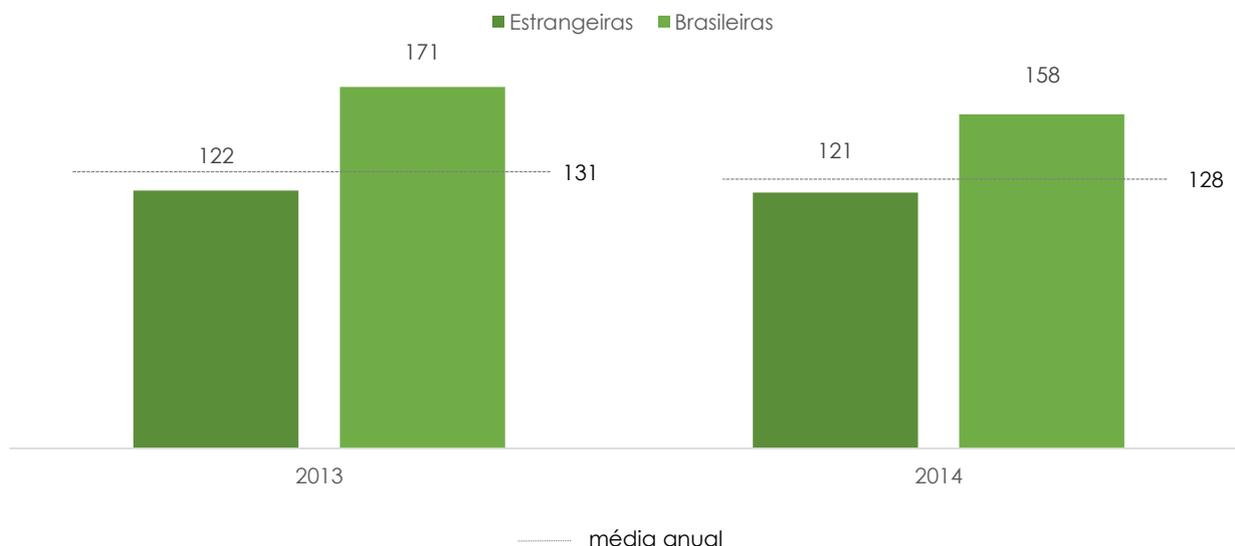
Aqui o intervalo médio entre janelas em 2013 e 2014 é observado sob a óptica de recortes específicos, como a nacionalidade da obra (brasileira ou estrangeira) e o tamanho do público da exibição comercial em salas cinematográficas.

2.1 Intervalo entre janelas e a nacionalidade das obras

Num panorama geral, das 397 obras que estrearam nos cinemas em 2013, 269 foram posteriormente lançadas em vídeo. Desse total, 216 eram estrangeiras e 53 brasileiras. Em 2014, foram 387 obras nos cinemas e 254 posteriormente lançadas em vídeo, sendo 203 estrangeiras e 51 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 de 2013 para 2014.

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



2.2 Intervalo entre janelas e o porte do lançamento nos cinemas

Os Gráficos 4 e 5 mostram 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, para 2013 e 2014. Utilizamos aqui, para a definição das faixas de lançamento, categorias semelhantes às empregadas no Informe Anual de Distribuição em Salas de Exibição (2014).

Gráfico 5 – Distribuição do intervalo entre janelas em função do tamanho do lançamento nos cinemas – 2013

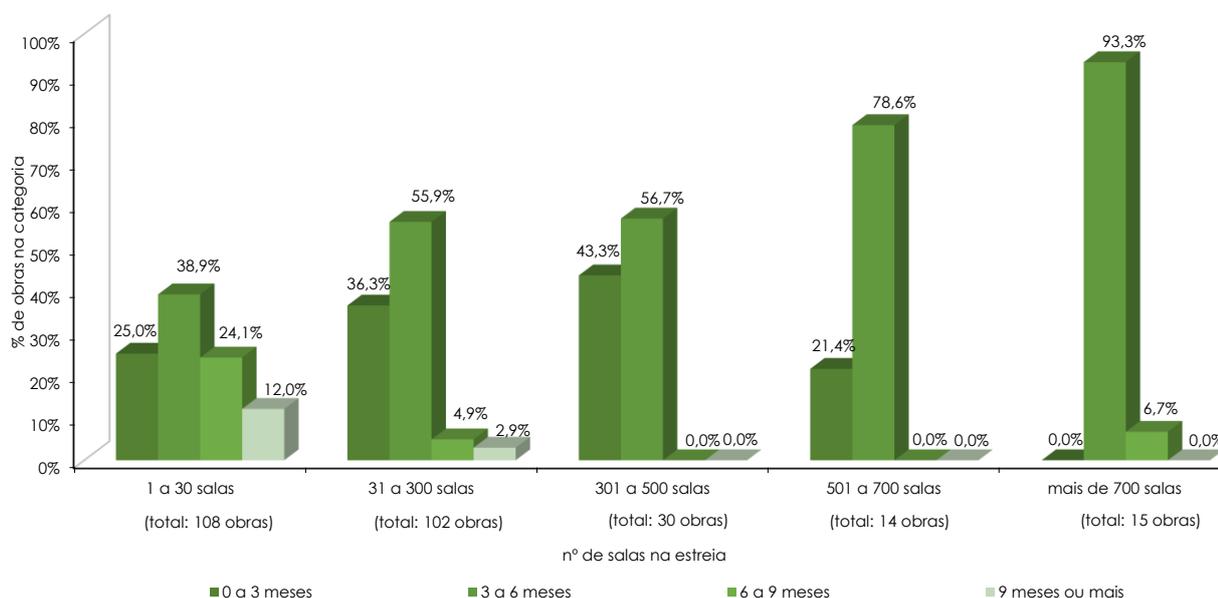
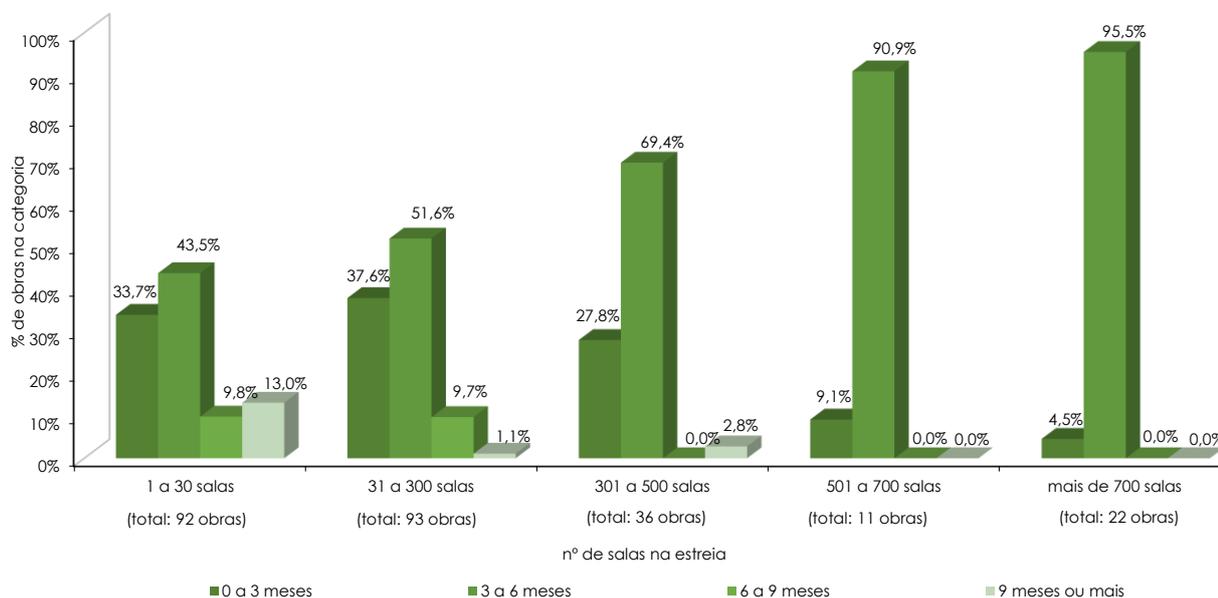


Gráfico 6 – Distribuição do intervalo entre janelas em função do tamanho do lançamento nos cinemas – 2014



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.

As médias observadas – 131 dias para 2013 e 128 para 2014 – pertencem à faixa "3 a 6 meses", exatamente a dominante em todas as categorias.

Quanto à possível influência do tamanho do lançamento na magnitude do intervalo entre as janelas, observou-se, em cálculos estatísticos, uma correlação negativa¹⁰ desprezível para o conjunto total das obras e, para apenas as brasileiras, uma correlação negativa de magnitude superior à anterior – fraca para 2013 e moderada para 2014¹¹. 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 expectadores 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, tanto para 2013 como para 2014¹².

¹⁰ 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.

¹¹ O coeficiente de correlação de Pearson para o total das obras foi de -0,14 (2013) e -0,11 (2014), e para obras brasileiras - 0,29 (2013) e -0,53 (2014).

¹² O coeficiente de correlação de Pearson para o total das obras foi de -0,10 (2013) e -0,07 (2014), e para obras brasileiras - 0,25 (2013) e -0,36 (2014).

As Tabelas 4 e 5 indicam como se comportou o intervalo entre janelas para as dez obras lançadas em cinemas em 2013 e 2014, respectivamente, com maior público em salas de exibição.

Tabela 4 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição - 2013

Nº	Título no Brasil	País	Salas de exibição		Vídeo doméstico	Intervalo praticado	
			Data da Estreia	Público	Data de lançamento	Em dias	Em meses
1	HOMEM DE FERRO 3	EUA	26/04/2013	7.633.472	01/08/2013	97	3 meses e 7 dias
2	MEU MALVADO FAVORITO 2	EUA	05/07/2013	6.989.217	07/11/2013	125	4 meses e 5 dias
3	MINHA MÃE É UMA PEÇA	Brasil	21/06/2013	4.600.145	12/09/2013	83	2 meses e 23 dias
4	VELOZES E FURIOSOS 6	EUA	24/05/2013	4.521.808	13/09/2013	112	3 meses e 22 dias
5	WOLVERINE: IMORTAL	EUA	26/07/2013	3.955.379	19/11/2013	116	3 meses e 26 dias
6	JOÃO E MARIA - CAÇADORES DE BRUXAS	EUA	25/01/2013	3.716.154	28/03/2013	62	2 meses e 2 dias
7	JOGOS VORAZES - EM CHAMAS	EUA	15/11/2013	3.533.536	20/03/2014	125	4 meses e 5 dias
8	DETONA RALPH	EUA	04/01/2013	3.334.365	11/04/2013	97	3 meses e 7 dias
9	UNIVERSIDADE MONSTROS	EUA	21/06/2013	3.290.880	30/10/2013	131	4 meses e 11 dias
10	SE BEBER, NÃO CASE! 3	EUA	30/05/2013	3.214.071	26/09/2013	119	3 meses e 29 dias

Tabela 5 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição – 2014

Nº	Título no Brasil	País	Salas de exibição		Vídeo doméstico	Intervalo praticado	
			Data da Estreia	Público	Data de lançamento	Em dias	Em meses
1	A CULPA É DAS ESTRELAS	EUA	05/06/2014	6.165.705	12/09/2014	99	3 meses e 9 dias
2	MALÉVOLA	EUA	29/05/2014	5.755.409	24/09/2014	118	3 meses e 28 dias
3	RIO 2	EUA	27/03/2014	5.212.811	23/07/2014	118	3 meses e 28 dias
4	X-MEN - DIAS DE UM FUTURO ESQUECIDO	EUA	22/05/2014	4.923.664	08/10/2014	139	4 meses e 19 dias
5	NOÉ	EUA	03/04/2014	4.887.284	01/08/2014	120	4 meses
6	JOGOS VORAZES - A ESPERANÇA - PARTE I	EUA	20/11/2014	4.753.204	11/03/2015	111	3 meses e 21 dias
7	CAPITÃO AMÉRICA 2 - O SOLDADO INVERNAL	EUA	10/04/2014	4.621.101	13/08/2014	125	4 meses e 5 dias
8	COMO TREINAR O SEU DRAGÃO 2	EUA	19/06/2014	4.609.744	05/11/2014	139	4 meses e 19 dias
9	TRANSFORMERS - A ERA DA EXTINÇÃO	EUA	17/07/2014	4.587.292	18/11/2014	124	4 meses e 4 dias
10	FROZEN - UMA AVENTURA CONGELANTE	EUA	03/01/2014	4.242.104	09/04/2014	96	3 meses e 6 dias

Gráfico 7 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição, com médias – 2013

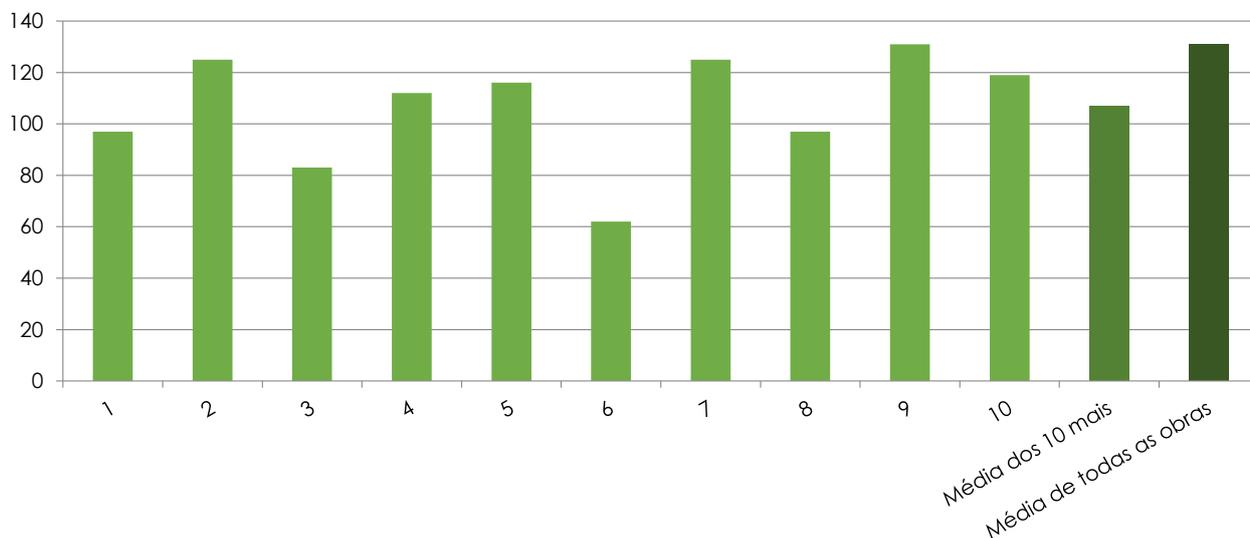
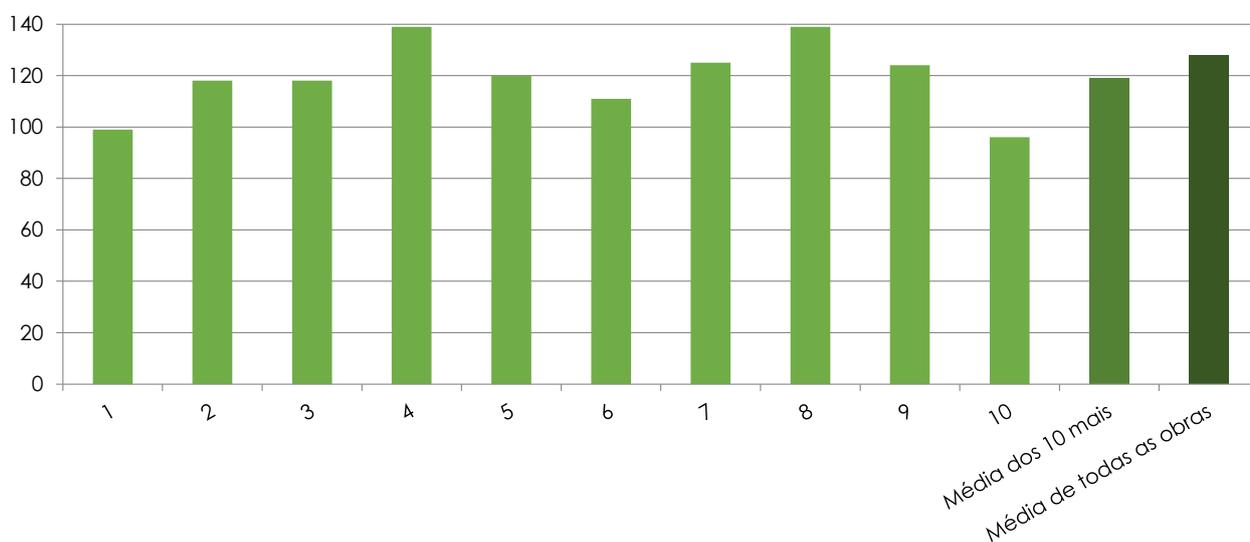


Gráfico 8 – Intervalo entre janelas para os 10 lançamentos com maior público em salas de exibição, com médias – 2014



Percebe-se que, para ambos os anos, a variável "intervalo entre janelas" varia entre as dez obras sem aparentar tendência definida, com média abaixo da média observada quando se tomam todas as obras¹³.

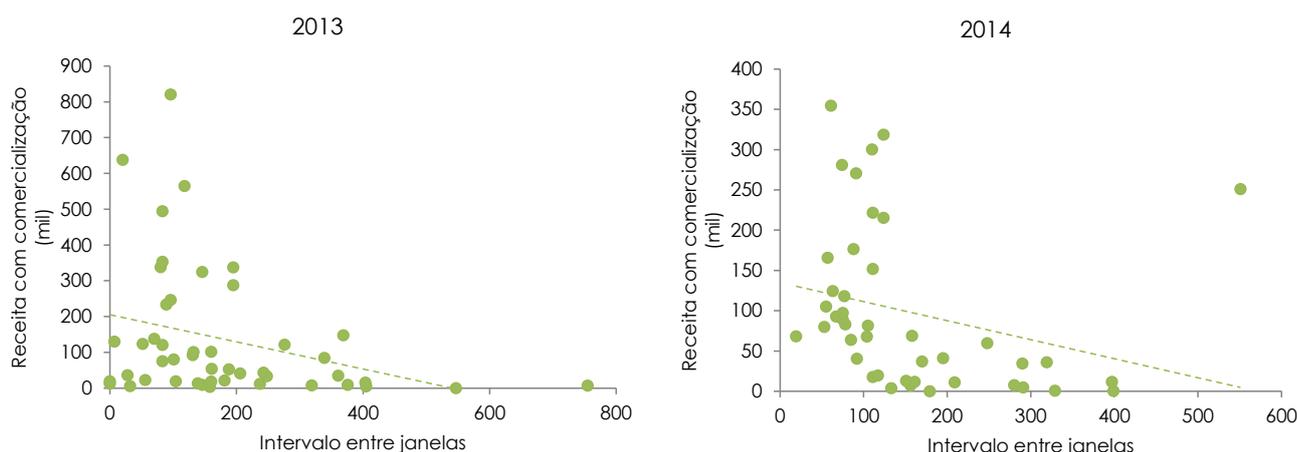
¹³ Intervalo médio entre janelas das 10 obras com maior público nos cinemas: 107 dias para 2013 e 119 dias para 2014.

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 obras¹⁴. Tomando-se apenas as brasileiras, a magnitude da correlação negativa foi maior, mas fraca¹⁵. 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 9).

Gráfico 9 – Intervalo entre janelas e a receita de comercialização em vídeo doméstico – obras brasileiras, 2013 e 2014



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 internacionais¹⁶. As Tabelas¹⁷ 6 e 7 organizam as distribuidoras em ordem decrescente do intervalo entre janelas médio observado em cada uma delas.

¹⁴ Todas as obras constantes do SAVI, conforme ressalva feita na descrição da metodologia.

¹⁵ O coeficiente de correlação de Pearson para o total das obras foi de -0,11 (2013) e -0,04 (2014), e para obras brasileiras - 0,31 (2013) e -0,27 (2014).

¹⁶ 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.

¹⁷ As duas tabelas só consideraram distribuidoras com ao menos 10 obras distribuídas no ano.

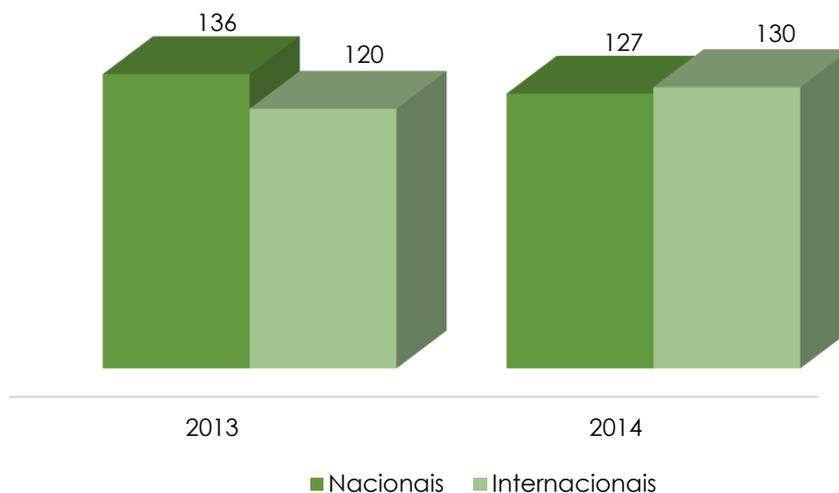
Tabela 6 - Intervalo médio por distribuidora em vídeo doméstico, em ordem decrescente
- 2013

Distribuidor no vídeo	Intervalo médio (em dias)	Intervalo médio (em meses)	Total de lançamentos no vídeo
Bretz	302	10 meses e 2 dias	11
Imovision	173	5 meses e 23 dias	36
Califórnia	145	4 meses e 25 dias	16
Europa	135	4 meses e 15 dias	21
Sony	128	4 meses e 8 dias	17
Universal	127	4 meses e 7 dias	12
Warner	127	4 meses e 7 dias	12
Fox	122	4 meses e 2 dias	19
Paramount	114	3 meses e 24 dias	14
PlayArte	109	3 meses e 19 dias	10
Paris	106	3 meses e 16 dias	49
Imagem	83	2 meses e 23 dias	29

 Tabela 7 - Intervalo médio por distribuidora em vídeo doméstico, em ordem decrescente
- 2014

Distribuidor no vídeo	Intervalo médio (em dias)	Intervalo médio (em meses)	Total de lançamentos no vídeo
Imovision	181	6 meses e 1 dia	28
Sony	161	5 meses e 11 dias	13
Warner	138	4 meses e 18 dias	17
Europa	136	4 meses e 16 dias	10
Disney	129	4 meses e 9 dias	14
Fox	125	4 meses e 5 dias	19
Paramount	119	3 meses e 29 dias	18
Paris	102	3 meses e 12 dias	51
Califórnia	96	3 meses e 6 dias	19
Imagem	83	2 meses e 23 dias	29

Gráfico 10 – Intervalo entre janelas (em dias) das distribuidoras em vídeo doméstico nacionais e internacionais¹⁸ – 2013 e 2014



Em média, as distribuidoras nacionais demoraram mais a levar suas obras dos cinemas ao vídeo doméstico do que as internacionais em 2013, embora em 2014 essa diferença tenha se invertido de maneira discreta (Gráfico 10).

¹⁸ As internacionais correspondem às chamadas *majors*, ou seja, distribuidoras pertencentes aos grandes estúdios norte-americanos: Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal e Warner.