

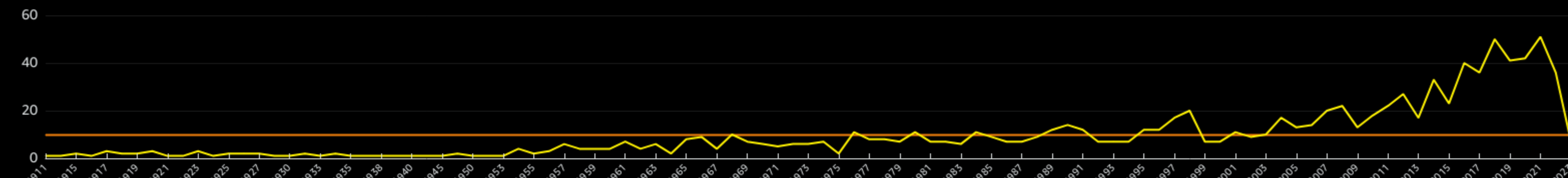
Tema: Qual foi o impacto da chegada do streaming para a indústria cinematográfica

Comparação dos Anos: Entre 2010 e 2023 nos Gêneros Fantasia e Ficção Científica

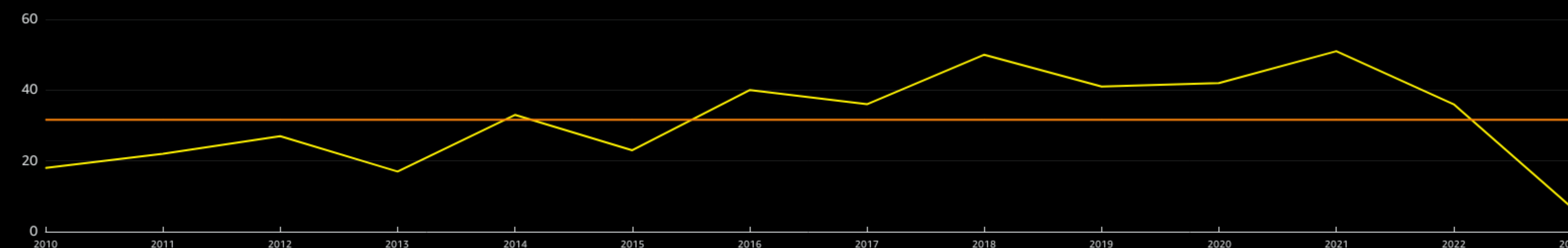
Quantidade Filmes por Ano 2010 à 2023



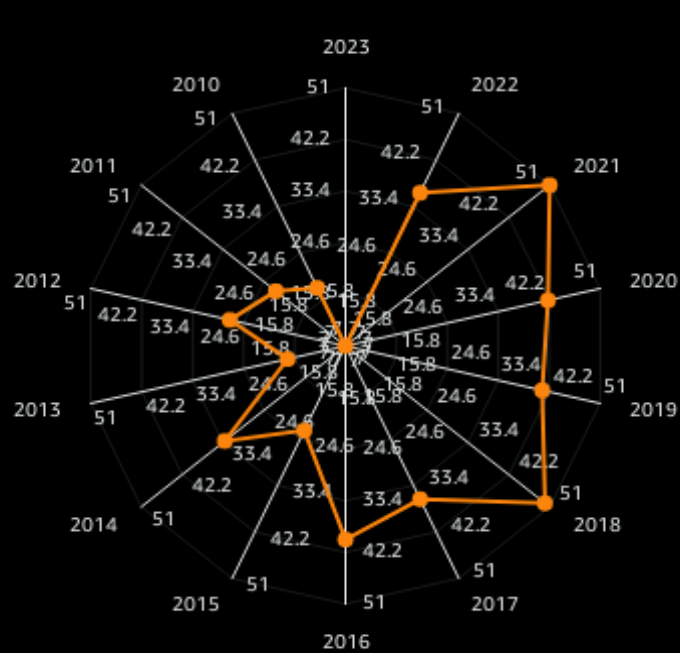
Quantidade de Lançamentos de Filmes Histórica/ Média de Laçamento de Filmes no Período



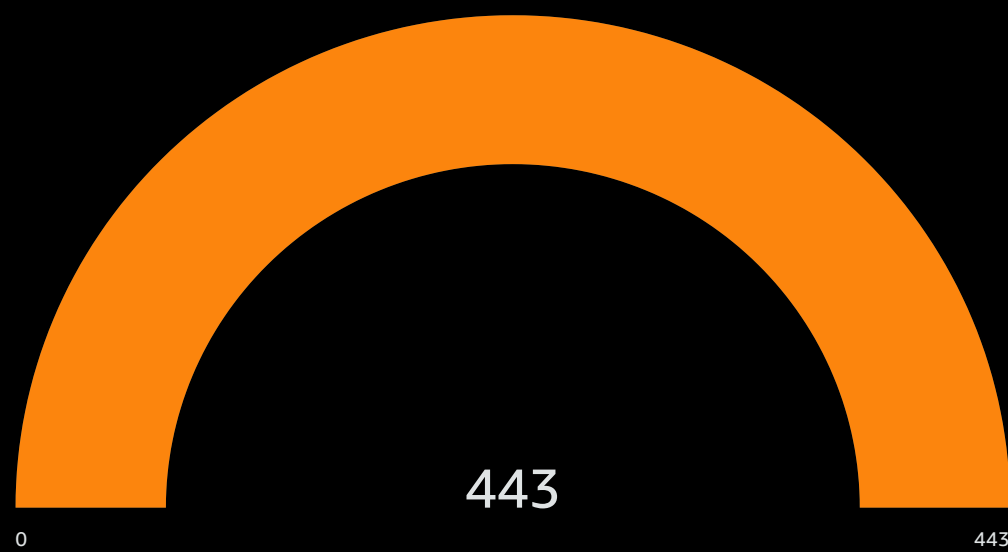
Quantidade de Lançamentos de Filmes 2010-2023/ Média de Laçamento de Filmes no Período



Filmes 2010 a 2023



Total de Filmes 2010 a 2023



Lançar filmes no cinema e streaming ao mesmo tempo prejudica a bilheteria?

- Para muita gente, a pandemia do novo coronavírus já está chegando ao fim e agora é o momento de discutir o que ficou de mudanças. No mundo do entretenimento, a principal discussão segue focada nas janelas de lançamento entre cinema e serviços de streaming, com executivos do setor demonstrando opiniões conflitantes enquanto estudos apontam que, do ponto de vista da pirataria, uma redução ou até mesmo o lançamento simultâneo não altera os números.
- Lançamento rápido em streaming não atrapalha bilheteria de cinema, diz estudo
- Durante a CinemaCon, evento voltado para os donos de salas, que aconteceu na última semana dos EUA, uma surpreendente voz favorável veio de Charles Rivkin, CEO da Motion Picture Association (MPA), a principal entidade da indústria do cinema. De acordo com ele, o público do streaming e do cinema não é o mesmo, o que significa que os dois formatos não estão competindo entre si, mas são vistos como um “espectro compartilhado” pelos espectadores.
- Ele citou uma pesquisa da Ernst & Young, encomendada pela rede de cinemas NATO, que, em 2020, mostrou que os assinantes de serviços de streaming costumam frequentar o cinema — e vice-versa —, ainda que a balança tenha se desequilibrado para o consumo doméstico durante a pandemia. Além disso, na visão dele, um lançamento na tela grande serve como “selo de qualidade” para um longa, com os números registrados após a reabertura mostrando que muita gente não está disposta a esperar, nem mesmo semanas, para assistir aos grandes filmes em casa.
- Vozes discordantes, entretanto, também surgiram no mesmo evento. John Fithian, CEO da NATO, a mesma citada por Rivkin em sua apresentação sobre o estado da indústria de cinema, afirmou que as exclusividades no lançamento são vitais. Em apresentação própria, ele disse que os períodos podem, sim, se tornar mais curtos ao fim da pandemia, mas devem continuar existindo para que o mercado continue a ter sucesso.
- A fala foi corroborada por Adam Aron, CEO da AMC, uma das maiores redes de cinema dos Estados Unidos. Ele apontou as janelas de lançamento como um fator de redução da pirataria, com os lançamentos simultâneos sendo, na visão dele, um fator que deprecia as estreias e leva menos gente aos cinemas, uma vez que os filmes também passam a estar disponíveis de maneira irregular e em boa qualidade.

- Um estudo realizado em janeiro e publicado na Coreia do Sul demonstra que a relação entre streaming, pirataria e uma eventual redução no públicos dos cinemas pode não ser tão direta assim. O levantamento feito pela Universidade Carnegie Mellon mostrou que o lançamento nas plataformas online, quatro meses após a chegada aos cinemas, causou uma redução de meros 1% nas bilheterias do país — antes, com um intervalo de dois ou três meses, essa queda era de 0,8%.
- O estudo não se debruçou sobre lançamentos simultâneos, mas pode servir como um farol para que a indústria trabalhe em janelas menores. A Disney, por exemplo, vai testar o lançamento de Shang-Chi e a Lenda dos Dez Aneis com um intervalo de 45 dias entre a chegada aos cinemas, que acontece nesta semana, e seu serviço de streaming, o Disney+, abandonando o formato anterior do Premier Access, com chegada ao mesmo tempo e atrelada a um pagamento extra de R\$ 69,90.
- Uma janela semelhante também foi acordada, nos EUA, entre a rede AMC e a distribuidora Universal, de Candyman e Velozes e Furiosos 9. Após anunciar que não exibiria mais os longas da empresa em protesto contra o lançamento simultâneo, as partes chegaram a um acordo que envolve uma janela de 17 dias, no mínimo, entre a estreia nos cinemas e a chegada aos serviços de streaming.
- Muitas falas, como a da Disney, acompanham a ideia de experimento e uma noção clara de que ainda é cedo para entender a relação entre streaming, cinema, janelas menores e a pirataria. Todos, porém, concordam que a indústria foi mudada de forma permanente pela pandemia e, agora, é uma questão de conversa, e às vezes queda de braço, para que novos padrões de lançamento sejam encontrados.

Fonte: Deadline, TorrentFreak

<https://canaltech.com.br/entretenimento/lançar-filmes-no-cinema-e-streaming-ao-mesmo-tempo-prejudica-a-bilheteria-194149/>



O Fim do Cinema? O mercado de streaming representa uma ameaça à indústria cinematográfica?

A pandemia mudou a forma de se fazer negócios em muitos setores, e um dos que foram substancialmente impactados é, sem dúvida alguma, o cinematográfico. O cinema, que outrora tinha um forte apelo às distribuições de terceiros -- no caso: as próprias salas de cinema --, deram espaço a uma entrega de conteúdo direto ao consumidor, impulsionado pelo cada vez mais consolidado mercado de streaming e pela necessidade de se manter um distanciamento social. Será que a pandemia marcou o fim realmente do cinema em face dessa nova tecnologia? Neste artigo, falo sobre como o setor vem se adaptando às novas tendências de digitalização. Na esteira de um processo que já vinha se consolidando no setor, é esperado que cada vez mais empresas apostem numa entrega de conteúdo direto ao cliente. De fato, os hábitos do público tem se transformado e nem todo mundo faz mais questão de ir ao cinema para assistir a um filme. Não é à toa que muitos estúdios famosos já iniciaram esse processo de adaptação. É o caso da Disney, que lançou o seu próprio serviço de streaming. A Warner, por sua vez, já anunciou que todas as películas previstas para estrear neste ano serão lançadas simultaneamente nas salas de cinema e no HBO Max.

Não é para menos. Somente a Netflix, hoje, tem um valor de mercado de 241,5 bilhões de dólares; por si só, já é um número impressionante, mas fica ainda mais quando se compara com as maiores produções cinematográficas: sozinha, a empresa de streaming já é mais valiosa que as dez maiores produções da história. O que, portanto, esse novo normal pode representar para a indústria cinematográfica?

Confronto cultural

A priori, a nova realidade impacta não só o modo como o consumidor final usufrui da sétima arte -- o novo normal da indústria afeta toda a cadeia produtiva. Por parte dos produtores, há uma descrença quanto ao foco exacerbado em streaming, movida especialmente pelo fato de todas as produções serem feitas em função de uma exibição com configurações cinematográficas específicas que só são garantidas pela boa e velha sala de cinema. Por parte dos cinemas, há uma sensação de abandono -- tanto do lado dos independentes, como do lado das grandes redes --, uma vez que é um setor do comércio que sempre buscou adaptar-se em função do que era necessário para entregar as produções na maior qualidade possível. Por parte da audiência, instaura-se uma sensação de confusão. Ao invés de assistir ao filme desejado, hoje, cresce cada vez mais o número de assinaturas necessárias para que se possa usufruir deste ou daquele trabalho -- dificultando ainda mais o acesso em massa às obras. Em resumo, o consumidor deseja ver um lançamento que só saiu na Disney, mas assina Netflix, e no mês que vem deve sair um novo pela Amazon Prime etc. Assinar todos os pacotes é proibitivo, então, fica difícil escolher qual é realmente o melhor. O fato que esse novo normal da indústria cinematográfica afete toda a cadeia produtiva para que se torne uma realidade sustentável indica que toda a forma de fazer cinema talvez tenha que ser repensada em função dessa nova realidade.

A morte do cinema?

Diante de tantos problemas e tantas reclamações pontuadas por quem, de fato, faz a indústria acontecer, é realmente legítima a preocupação em torno do fim da indústria como a conhecemos? Segundo Ann Sarnoff, CEO da Warner Media Studios, essa situação é temporária e manter-se-á concomitante às necessidades urgentes de distanciamento social e a sua previsão é que o normal (o de sempre, não o novo) se restabeleça em coisa de um ano. Existe, nesse quesito, um mito que cadencia a discussão: acredita-se firmemente que os consumidores são os comandantes absolutos do progresso da indústria. Além disso, a discussão é fomentada pela falácia da inovação: muitas pessoas acreditam fervorosamente que a inovação é uma coisa ótima e que não pode ser questionada. Ocorre que, quando analisamos a realidade, podemos perceber que não é bem assim que as coisas funcionam. Acreditar que as decisões da indústria são influenciadas exclusivamente pela satisfação do cliente é ignorar a história do cinema, esquecendo que é um modelo de negócio extremamente sólido e que foi capaz de sobreviver a todas as crises que enfrentou. Os streamings, por outro lado, sequer enfrentaram alguma turbulência. Existe muita poeira abaixo do tapete desse novo normal: o quão significativo será o impacto de um mercado com muitos servidores concorrentes? Até quando os investimentos maciços continuarão a acontecer em função, não de lucros diretos com bilheteria, mas de novas assinaturas? Existe um limite para o número de inscritos nesses serviços? A verdade é que o futuro do streaming ainda é incerto e o que vivemos, hoje, pode representar a calma antes da tempestade desse setor. A segmentação do setor, que outrora poderia representar uma vantagem competitiva, tem se mostrado cada vez mais uma ameaça à própria funcionalidade do setor em si, uma vez que a indústria de criação e a de distribuição passam a agir em função de objetivos diametralmente opostos: de um lado, as produtoras, que querem alcançar o maior número possível de espectadores, do outro, os streamings, que exibem o material exclusivamente aos seus assinantes. O fato é que a indústria do cinema ainda não morreu -- tampouco está perto do fim. Ela é sustentada por um tecido de relações empresariais: produtores, investidores, exibidores, consumidores e por aí vai. Os interesses -- criativos e financeiros -- unilaterais de alguma dessas partes não podem, portanto, se sobressair uma vez que o funcionamento do todo depende da harmonia de todos os seus pilares individuais. Paralelamente, os streamings ainda não enfrentaram nenhuma crise; não há protocolo, não há histórico, não se sabe o que pode acontecer -- e o fato é que essa crise é iminente, ao passo que a indústria cinematográfica e televisiva foi declarada morta em diversas situações -- e mesmo assim, sempre sobreviveu.

Será mesmo que o cinema está perto do fim? Ou será que a indústria cinematográfica está, na realidade, cada vez mais forte?

Fonte: <https://www.linkedin.com/pulse/o-fim-do-cinema-mercado-de-streaming-representa-uma-amea%C3%A7a-a-serra/?originalSubdomain=pt>

Luciano Serra
Co-Founder and CIO at Helloo
16 de março de 2021