

CIRCULAÇÃO EM VOD: UMA ANÁLISE DO AMBIENTE EUROPEU E DA REGULAMENTAÇÃO FRANCESA

VOD DISTRIBUTION:

AN ANALYSIS OF THE EUROPEAN ENVIRONMENT AND FRENCH REGULATIONS

BELISA FIGUEIRÓ

Mestre em Imagem e Som pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Estuda o mercado cinematográfico e audiovisual, especialmente as suas dinâmicas de coprodução, distribuição e circulação internacionais. É graduada em Comunicação Social/Jornalismo. Foi produtora de informação e imagem do Programa Cinema do Brasil/Apex-Brasil e editora-assistente da Revista de Cinema.

E-mail: belisafigueiro@gmail.com

RESUMO

Este artigo analisa a circulação das obras audiovisuais, especialmente filmes de longa-metragem, em serviços de vídeo sob demanda (VOD) na Europa, com foco principal na França. Nesse sentido, examina a regulamentação francesa que determina um intervalo mínimo de 36 meses entre a estreia no circuito de salas comerciais de cinema e a exibição em plataformas por assinatura. A partir dos dados de mercado compilados pelo Observatório Europeu do Audiovisual, também discute os impactos no setor de forma comparativa.

Palavras-chave: Vídeo sob demanda (VOD); indústria audiovisual; França; circulação; distribuição.

ABSTRACT

This article assesses the circulation of audiovisual works, especially feature films, in video on-demand platforms (VOD) in Europe, with focus in France. It analyzes French regulations that determine a minimum window of 36 months between the commercial release in theaters and the allowance of streaming exhibition (SVOD). From market data compiled by the European Audiovisual Observatory, this article also comparatively discusses the impacts in the sector.

Keywords: Video on demand (VoD); audiovisual industry; France; circulation; distribution.

INTRODUÇÃO

O consumo de obras audiovisuais sempre esteve atrelado às tecnologias que proporcionavam não apenas a distribuição e a exibição, mas inclusive a própria produção de séries de TV ou filmes de curtas, médias e longas-metragens, nos mais distintos formatos e telas. Se inicialmente o espetáculo cinematográfico se dava somente de forma coletiva e em salas majestosas para um grande público, hoje o visionamento também está disponível em pequenos dispositivos móveis para uma apreciação individual. A circulação das obras, da mesma forma, está mais complexa e já não depende unicamente dos distribuidores tradicionais, aqueles que adquirem os direitos de exibição para determinados territórios. A partir do acesso aos vídeos sob demanda (VOD) via internet, o espaço de transmissão desses novos conteúdos se reconfigurou, levando à (re)formulação de políticas públicas capazes de regulamentar esse fluxo para garantir até mesmo a sua própria diversidade cultural, a exemplo da França – país que tradicionalmente impõe barreiras aos produtos audiovisuais estrangeiros para evitar um desequilíbrio interno e garantir uma cota considerável para a circulação e a exibição de suas obras nacionais.

Os novos agentes da cadeia produtiva, em igual medida, se confundem com os próprios distribuidores. Se pensarmos na trajetória da Netflix – principal *player* de VOD no atual mercado internacional, que começou as suas atividades como uma locadora de DVDs e, aos poucos, foi sofisticando o seu plano de negócios para oferecer o serviço de *streaming* aos seus novos assinantes ao ponto de produzir obras próprias –, veremos que o difusor de conteúdos agora também é o seu próprio produtor. Com isso, a necessidade de adentrar outros espaços além-mar e abrir fronteiras para novos adeptos se tornou determinante para a sustentabilidade do empreendimento. Contudo, a velocidade com que os conteúdos em VOD invadiram as telas das Américas não foi a mesma daquela registrada na Europa, conforme analisaremos ao longo deste estudo.

Em 2007, a pesquisadora Amanda Lotz (p.132-134) já anunciava que as novas formas de distribuição e plataformas de consumo influenciariam diretamente na criação de novos conteúdos, diminuindo os riscos e até mesmo aumentando as oportunidades de ganhar dinheiro. A transição dos multicanais da TV paga para a expansão

das janelas, chegando à viabilidade do VOD através do acesso facilitado à banda larga em todo o mundo, já era um prenúncio do que se veria na virada dos anos 2010, levando os tradicionais distribuidores de televisão a temerem uma debandada dos assinantes para os serviços sob demanda. E esta previsão começou a se confirmar nos últimos anos com a queda de assinantes da TV paga, principalmente nos Estados Unidos, e já começa a ser registrada no Brasil, embora com impacto menor.

Para Amanda Lotz, essa “miríade de oportunidades de distribuição eletrônica de conteúdo sob demanda” da metade dos anos 2000 em diante “revolucionou as práticas de distribuição” de forma considerável, interferindo diretamente na entrega das obras por parte dos estúdios norte-americanos aos seus espectadores, seja via televisão aberta ou a cabo, seja por um dispositivo conectado à internet, como a própria televisão ou um computador. Dessa forma, promovendo o acesso de qualquer conteúdo, quando e onde o usuário quiser assisti-lo (2007, p.144-145).

Em termos de produção e distribuição, essa facilidade de alcance se traduziu em uma redução de custos considerável. Nas palavras da pesquisadora,

uma característica fundamental dos avanços na distribuição – por meio do VOD (vídeo sob demanda), download (sites de vendas, como iTunes ou Amazon), e streaming via banda larga (Netflix, Hulu) – resultou na sua intangibilidade: o espectador nunca tem acesso ao disco ou à cópia do conteúdo e, portanto, não precisa ir a uma loja física para comprá-lo ou esperar para recebê-lo pelos Correios. Estas janelas de distribuição, conseqüentemente, reduzem os custos de produção e distribuição, que são, é claro, preocupações fundamentais nos modelos econômicos da indústria. Além disso, a eliminação de limitações como o espaço de exposição em loja e uma considerável redução nos custos de fabricação e transporte tornam uma variedade de conteúdos até então fora de catálogo – o que Chris Anderson chama de “cauda longa” – um componente cada vez mais valioso para a indústria, demandando a reavaliação de estratégias de desenvolvimento. (LOTZ, 2007, p.145) [Tradução nossa¹]

Ao estimular essa produção que vai resultar em uma obra mais digital e menos tangível, cuja distribuição alonga-se de forma horizontal e quase instantânea –

¹ Do original:

A key characteristic of advances in distribution such as VOD (on demand offered by MVPDs), downloading (retail sites allowing permanent ownership such as iTunes or Amazon), and broadband streaming (Netflix, Hulu) resulted from their intangibility – the viewer never accessed a disk or hard copy of the content – and therefore didn’t need to go to a physical store to purchase it or even await its arrival by mail. These distribution windows consequently reduce production and distribution costs, which are, of course, critical concerns in the industry’s economic models. Further, the elimination of limitations such as retail shelf space and sizable reduction in manufacturing and transportation costs makes a range of content that was previously outside the market, what Chris Anderson calls the “long tail”, an increasingly valuable component of the industry and one that requires reconsideration of development strategies.

abrangendo conteúdos de menor apelo inicial para serem reinseridos no mercado –, as barreiras passam a serem outras (e não mais aquelas tecnológicas) para se conquistar novos territórios. Ainda segundo Amanda Lotz, uma vez reduzidos os custos, para ampliar esse alcance também será necessário levar em consideração questões como direitos de conteúdo, licenciamentos, os mecanismos e as normas para se conseguir superar as janelas tradicionais.

Para os usuários, a tangibilidade, na verdade, surgiu a partir do conceito de *home vídeo*, quando os primeiros videocassetes puderam ser comprados para que os filmes ou as séries, gravados em VHS e embalados em pequenas caixas, pudessem ser assistidos dentro de casa. Antes disso, o conteúdo não era um vídeo doméstico, mas sim um produto de consumo público e coletivo, nas salas de cinema tradicionais.

Na perspectiva de Chuck Tryon (2013, p.5), “o vídeo doméstico sempre foi caracterizado por um relativo grau de mobilidade”, e por serem “objetos portáteis que podem ser encontrados em lojas, compartilhados com amigos e familiares”. Ou seja, “muitas das práticas atuais associadas com visualização sob demanda têm suas origens em formatos de entrega anteriores”. A diferença é que agora os consumidores de uma mídia mais fragmentada e individualizada tem a possibilidade de criar realmente um ambiente personalizado, com base nos seus gostos e interesses pessoais.

A própria ideia do texto do filme, em particular, é modificada na era digital, transformando um artefato tangível – como a película de um filme – em um código digital. Como David Bordwell nos lembra, sem rodeios, “filmes tornaram-se arquivos”. (TRYON, 2013, p.2) [Tradução nossa²]

Esses arquivos da era digital, por conseguinte, podem ser filmes ou séries comprados e instalados em dispositivos móveis que formarão uma biblioteca cuja propriedade será do próprio usuário. No caso dos vídeos sob demanda, essa compilação de arquivos pode ser apenas temporária, por meio de um catálogo digital, que ganha ainda mais relevância com a possibilidade de incluir obras recentes ou bastante antigas, reforçando a tese da “cauda longa”. Por meio dessa biblioteca individualizada e digital, os fãs de uma determinada série podem visitar episódios antigos, enquanto os novos e potenciais aficionados poderão ter acesso a temporadas que desconheciam antes de terem assistido aos episódios mais atuais disponíveis na Netflix, por exemplo. Da mesma forma, cinéfilos de filmes de arte terão a chance de encontrar nas plataformas as

2 Do original:

The very idea of the film text, in particular, is transformed in the digital era, turning a tangible artifact – a filmstrip – into digital code. As David Bordwell bluntly reminds us, “films have become files”.

obras raras de seus cineastas prediletos que estão indisponíveis em DVD, a exemplo da britânica Mubi³, que pressupõe uma assinatura mensal, assim como a Netflix. A cada dia, os curadores desse site disponibilizam um novo filme, que ficará acessível durante um mês, compondo um catálogo em VOD de 30 longas-metragens classificados por eles como “cults, clássicos, independentes e premiados em festivais”.

Em termos políticos e econômicos, a discussão que atualmente reverbera na regulamentação do vídeo sob demanda em todos os países, inclusive no Brasil, é justamente com relação ao licenciamento e à oferta desses filmes. Se a tecnologia já foi incorporada pelos usuários, especialmente os mais jovens – que de uma forma ou de outra acessam as plataformas digitais para assistirem às suas séries favoritas e a filmes nacionais e estrangeiros –, a entrada dos maiores *players* globais levaram as autoridades e os representantes do setor audiovisual a reivindicarem uma legislação específica, capaz de organizar esse novo sistema e, ao mesmo tempo, garantir o espaço dos produtos nacionais nesses mesmos catálogos de operadores internacionais.

No Brasil, o marco regulatório a ser implementado para os serviços de vídeo sob demanda continua na pauta do Conselho Superior de Cinema e da Agência Nacional do Cinema (Ancine). Ainda não há uma determinação oficial que defina inclusive as cotas para a produção brasileira disponível nos catálogos de serviços de VOD estrangeiros. Enquanto isso, na Europa, tanto o poder público quanto os agentes do setor já estão bastante adiantados nessa questão.

De acordo com Christian Grece (2015, p.9), pesquisador do Observatório Europeu do Audiovisual, o mercado de SVOD (vídeo sob demanda por meio de assinatura) foi estimulado principalmente depois da chegada da Netflix aos países da União Europeia (UE). Em 2012, 14 países do bloco já tinham acesso à plataforma norte-americana: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Holanda, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido e Suécia. Mas foi somente em janeiro de 2016 que a Netflix ficou disponível em todos os países que compõem a UE. Em nível de comparação, no Brasil, a plataforma começou a operar em setembro de 2011 e já em 2015 foi lançada a série *Narcos*, produzida pela Netflix e com participação brasileira de José Padilha, como diretor e coprodutor, e do ator Wagner Moura como protagonista.

REGULAMENTAÇÃO NA FRANÇA

Na França, a regulamentação oficial data de 12 de novembro de 2010, quando o então ministro da Cultura e da Comunicação, Frédéric Mitterrand, assinou o decreto nº

3 Ver em: <<https://mubi.com/>>. Acesso em: 26.jul.2016

2010-1379, relativo aos serviços de meios audiovisuais sob demanda (SMAD, na sigla em francês). O texto geral foi considerado pelos franceses um pouco confuso e complexo, contudo estabelecia claramente as cotas que garantiriam a oferta de obras francesas e europeias nos catálogos de plataformas de VOD (nacionais e estrangeiras) – impondo até mesmo um destaque visual significativo para a produção local, com rápido acesso para o usuário.

Nos primeiros três anos de atuação no país, as plataformas deveriam oferecer ao menos 50% de obras europeias aos seus assinantes (sendo que 35% destas deveriam ser de expressão original francesa). Passado esse período, a cota mínima subiria para 60% de conteúdo europeu, sendo 40% de origem francesa. Para Aurélie Filippetti (ministra que sucedeu Frédéric Mitterrand), a partir dessas regras, os operadores estrangeiros, como a Netflix, deveriam “favorecer a diversidade cultural, assim como as salas de cinema, os canais de televisão e as plataformas francesas como o CanalPlay, Infinity, VidéoFutur, FilmoTV, UniversCiné já divulgam uma cota de filmes europeus e franceses” (FILIPPETTI, 2014).

Ao estabelecer uma porcentagem considerável e quase igualitária aos produtos franceses após um período de acomodação dos agentes internacionais ao mercado nacional, o decreto de Frédéric Mitterrand também acabou reforçando as bases não apenas da diversidade cultural sublinhada por Aurélie Filippetti, mas retomou inclusive as discussões sobre a chamada “cláusula da exceção cultural”, proposta pela França na rodada do GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*), no Uruguai, em 1993.

É importante lembrar que o ex-ministro socialista Frédéric Mitterrand é sobrinho do ex-presidente da França, François Mitterrand, o qual liderou a campanha francesa a favor das cotas para evitar um aniquilamento da cultura francesa frente ao monopólio norte-americano que se prenunciava como irreversível no final da década de 1980. Esse embate político foi decisivo para garantir o futuro da diversidade de produção e difusão cultural não apenas francesa, mas mundial, uma vez que serviu de modelo a todos os países nas décadas seguintes e merece um resgate histórico.

No começo dos anos 1990, os Estados Unidos propuseram a inserção dos produtos cinematográficos e audiovisuais nas negociações do GATT, o qual arbitrava o comércio mundial desde 1947 e foi substituído pela Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1995. O *lobby* dos estúdios de Hollywood era exercido pela *Motion Picture Association of America* (MPAA), associação que até hoje representa as *majors* norte-americanas e conta com o apoio do partido Democrata, historicamente. Pela proposta estadunidense, as obras audiovisuais deveriam ser incluídas nas negociações de livre comércio e igualadas às demais mercadorias internacionais que são compradas e

vendidas entre os países, eliminando qualquer barreira e permitindo o acesso irrestrito ao espaço audiovisual para o conteúdo norte-americano, principalmente na Europa. Como resposta a essa proposição, os produtores, distribuidores e exibidores franceses iniciaram uma batalha para garantir a continuidade dessas barreiras, impedindo que a cultura nacional fosse aniquilada justamente em um período em que a oferta e o consumo de obras dos Estados Unidos já estava se sobrepondo ao *market share* francês de maneira expressiva. Nesse processo, que durou alguns anos, os representantes do setor conquistaram a opinião pública e chegaram a levar essa demanda ao próprio presidente François Mitterrand, que vislumbrou a potencialidade diplomática internacional da questão e assumiu a liderança da campanha internacional a favor da chamada “cláusula da exceção cultural” nos anos seguintes. Após inúmeras discussões e reuniões, na rodada do Uruguai, em dezembro de 1993, a França conseguiu excluir as obras audiovisuais das discussões e, com isso, manter as cotas de tela, protegendo a sua própria produção e a oferta no seu mercado nacional. (DEPÉTRIS, 2008, p.198-210).

A medida acabou abrindo um precedente histórico e foi incorporada ao texto da Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), em 2001, o qual estabeleceu que as políticas culturais devem “criar condições propícias para a produção e a difusão de bens e serviços culturais diversificados” e que o Estado deve utilizar “meios de ação que julgue mais adequados, seja na forma de apoios concretos ou de marcos reguladores apropriados”.

Com essa prerrogativa e um histórico de batalhas em defesa do produto nacional, a implantação do VOD na França ficou subordinada às cotas impostas pelo decreto de 2010. A Netflix, especificamente, entrou no mercado francês somente no dia 15 de setembro de 2014, após muitos impasses, e ainda encontrou a concorrência dos canais abertos e pagos de televisão que já oferecem uma parcela considerável de filmes nacionais e estrangeiros. De acordo com os dados do pesquisador René Bonnell (2013, p.56), somente os canais abertos disponibilizam cerca de quarenta filmes por semana, com uma média de cinco a seis por dia.

Outra barreira imposta pela legislação francesa foi o período mínimo entre as janelas de exibição, mais conhecido na França como *chronologie des médias*⁴. A regulamentação evita um potencial desequilíbrio da atividade dos distribuidores, exibidores e canais franceses, e estabelece que somente após 36 meses do lançamento oficial nas salas de cinema os filmes poderão entrar no catálogo dos operadores sob demanda por assinatura. Para a televisão, esse intervalo é menor. O Canal Plus – criado em 1984 e

4 Mais detalhes em: <<http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-diffusion-des-oeuvres/Les-obligations-de-diffusion-d-aeuvres-cinematographiques/Chronologie-des-medias>>. Acesso em: 26.jan.2017.

até hoje o principal coprodutor e impulsionador do cinema francês – tem exclusividade na exibição da maioria dos filmes com participação francesa e após 10 meses da estreia as obras já começam a ser liberadas para os seus assinantes na TV a cabo (BONNELL, 2013, p.55). O próprio Canal Plus também criou a sua plataforma SVOD, chamada CanalPlay⁵, contudo o perfil dos filmes pouco se aproxima das obras do seu catálogo principal, que é reconhecido inclusive pelos longas-metragens de diretores renomados, autorais e premiados em grandes festivais. O CanalPlay, por sua vez, exhibe filmes mais populares.

Ainda segundo René Bonnell (2013, p.59), desde 6 de julho de 2009, após um acordo entre os agentes do setor e antes mesmo do decreto de 2010, ficou estabelecido o seguinte período entre as janelas de exibição para filmes de longa-metragem:

TABELA 1 - ACORDO FRANCÊS PARA O INTERVALO ENTRE AS JANELAS DE EXIBIÇÃO DE FILMES (2009)

MÍDIA AUDIOVISUAL	PERÍODO MÍNIMO DE LANÇAMENTO APÓS A ESTREIA NOS CINEMAS
VOD e/ou DVD (aluguel e/ou compra de filmes)	4 meses, com a possibilidade de redução para 3 meses no caso de filmes que venderam menos de 200 ingressos nas primeiras quatro semanas de exibição.
TV Paga – 1ª janela de exibição	10 a 12 meses. Durante o período de exclusividade do Canal Plus, a janela de exibição é congelada e a exploração em VOD deve ser interrompida.
TV Paga – 2ª janela de exibição	22 a 24 meses
TV Aberta	22 meses para canais que participaram da coprodução da obra e 30 meses para os demais.
SVOD (por assinatura)	36 meses
VOD gratuito	48 meses

FONTES: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel/BONNELL, 2013.

Com essas condições protecionistas, Christian Grece (2015, p.47) considera a legislação francesa mais restritiva quando comparada aos demais países da União Europeia que também foram analisados pelo Observatório Europeu do Audiovisual. Os números, entretanto, mostram que a regulamentação e a entrada da Netflix deram um impulso significativo no setor. De acordo com o relatório assinado pelo pesquisador, o aumento foi de 131% em 2015 quando comparado aos números de 2013 no que se refere às receitas de consumo de obras em VOD na França. A soma absoluta chega aos 58,1 milhões de euros. Os dois principais *players* do mercado se confirmaram entre

5 Disponível em: <<http://www.canalplay.com/>>. Acesso em: 28.jul.2016.

os favoritos: a norte-americana Netflix e o francês CanalPlay. As fontes consultadas pelo instituto, no entanto, divergem nas estimativas do total de assinantes. Na média, seriam aproximadamente 700 mil clientes para cada um desses dois operadores.

NETFLIX E O FESTIVAL DE CANNES 2017

A discussão sobre o período mínimo previsto entre as janelas, conforme estabelecido pela *chronologie des médias*, ganhou um novo capítulo em abril de 2017. Logo após a divulgação dos 18 longas-metragens que estariam na competição oficial do Festival de Cannes – que ocorre na segunda quinzena do mês de maio, e é considerado o festival de cinema mais importante do mundo, com a maior vitrine de filmes de arte e ensaio –, veio à tona a informação de que dois dos concorrentes foram produzidos pela Netflix e que seriam distribuídos apenas na plataforma digital, sem respeitar a trajetória tradicional imposta pela legislação francesa. *Okja*, do diretor sul-coreano Bong Joon-ho, e *The Meyerowitz Stories*, do estadunidense Noah Baumbach, portanto, não seriam exibidos nas salas de cinema comerciais e burlariam o intervalo mínimo de 36 meses para a exibição em uma plataforma de SVOD, tal como é a Netflix.

A seleção das duas obras provocou uma grande revolta em todo o setor cinematográfico e audiovisual da França. Jean Labadie, um dos distribuidores mais renomados do país e presidente do grupo Le Pacte, chegou a acusar a empresa norte-americana de “claramente querer a morte das salas comerciais” a partir dessa atitude. Tamanha indignação levou a Fédération nationale des cinémas français (FNCF), que representa os exibidores franceses, a contestar oficialmente a seleção anunciada pelo Festival de Cannes, evocando inclusive a “cláusula da exceção cultural” (LA FÉDÉRATION..., 2017).

A direção do festival decidiu, então, solicitar à Netflix que se comprometesse a lançar as obras primeiramente no circuito tradicional, mas os esforços foram em vão. A empresa não apenas se recusou como também exibiu cartazes ao longo da Croisette – a avenida principal e mais famosa de Cannes – já anunciando durante o festival que *Okja* entraria no catálogo e estaria disponível aos assinantes a partir do dia 28 de junho, exatamente um mês após o fim do evento (FABRE, 2017).

Apesar de não ter logrado a exclusão dos filmes da competição, a única vitória do setor cinematográfico francês nesse embate foi a garantia de que a partir da edição seguinte, em 2018, todos os filmes que desejarem competir no Festival de Cannes deverão se comprometer a respeitar a legislação francesa e a seguir a distribuição nas salas de cinema como primeira janela (FABRE, 2017).

Nesse contexto, também é importante lembrar que, apesar de todo esse

tumulto, que ganhou uma repercussão global, essa não foi a primeira vez que um filme apresentado no Festival de Cannes foi exibido diretamente na Netflix poucos meses depois. O longa-metragem francês *Divines* (Houda Benyamina, 2016) foi premiado com o troféu *Caméra d'Or* em 2016 e, em seguida, comprado pela empresa norte-americana e exibida na plataforma. Somente os assinantes da França não tiveram acesso ao filme via SVOD (LAFFARGUE, 2017). Aqui no Brasil, o longa-metragem não foi exibido nas salas de cinema e poucos meses após o festival já era possível assisti-lo online.

VOD NA EUROPA

No âmbito continental, embora a França tenha limitações mais severas à entrada de produtos que não sejam franceses ou europeus, o país figura entre os maiores mercados de consumo de SVOD na Europa. Em 2014, o levantamento do Observatório apontou para oito países considerados como os mais relevantes na oferta e consumo: Reino Unido, Suécia, Dinamarca, França, Holanda, Alemanha, Finlândia e Bélgica. Sozinho, o Reino Unido aparece com 47% das receitas. Em 2010, o país liderava o ranking em uma posição ainda maior, com 65%.

Esta super-representação dos países da Europa ocidental, os quais muitas vezes também estão no topo do ranking da Digital Economy and Society Index (DESI), tende a demonstrar que o mercado em potencial para SVOD na UE está crescendo a cada ano. Assim como o crescimento da penetração da banda larga – permitindo que os usuários se beneficiem da alta velocidade necessária para os serviços de streaming de vídeos –, os consumidores da UE estão cada vez mais equipados com smartphones, tablets e dispositivos conectados, e o mercado em potencial para os serviços de SVOD também está crescendo. (GRECE, 2015, p.7). [Tradução nossa⁶]

Em comparação com a TV paga, a curva de novos assinantes para o SVOD também é crescente. Segundo a consultoria Ampere Analysis, citada pelo Observatório, desde o quarto trimestre de 2013, o SVOD ganha entre 2 e 3,5 milhões de novos assinantes a cada trimestre, enquanto a TV paga conquista entre 1 e 3 milhões de clientes novos no mesmo período, na Europa.

A combinação entre os usuários que assinam um pacote de TV paga e também

6 Do original:

This overrepresentation of Western European countries, often higher ranked on the Digital Economy and Society Index tends to demonstrate that the addressable market for SVoD in the EU is growing each year. As broadband penetration is growing, letting users benefit from higher broadband speeds required for video streaming services and as EU consumers are getting more equipped with smartphones, tablets and connected devices (media players, Smart TVs, HDMI dongles), the addressable market for SVoD services is also growing.

um SVOD está em ascensão no continente, em comparação com os lares que tem apenas uma assinatura de SVOD independente. Pelos dados da mesma consultoria, essa porcentagem é de 8% na França, 12% na Espanha, 14% na Itália, 18% na Alemanha e 26% no Reino Unido de clientes que pagam as duas assinaturas.

O relatório também alerta que, em um curto prazo, o SVOD deverá ser um complemento à TV paga tradicional, mas nos países de economias digitalmente mais desenvolvidas – nos quais os jovens consumidores podem simplesmente preferir um SVOD mais barato a pagar por uma assinatura cara de TV a cabo –, o modelo pode realmente se inverter e o SVOD se tornar “uma ameaça” à tradicional TV por assinatura (GRECE, 2015, p.16-17).

CIRCULAÇÃO DE FILMES

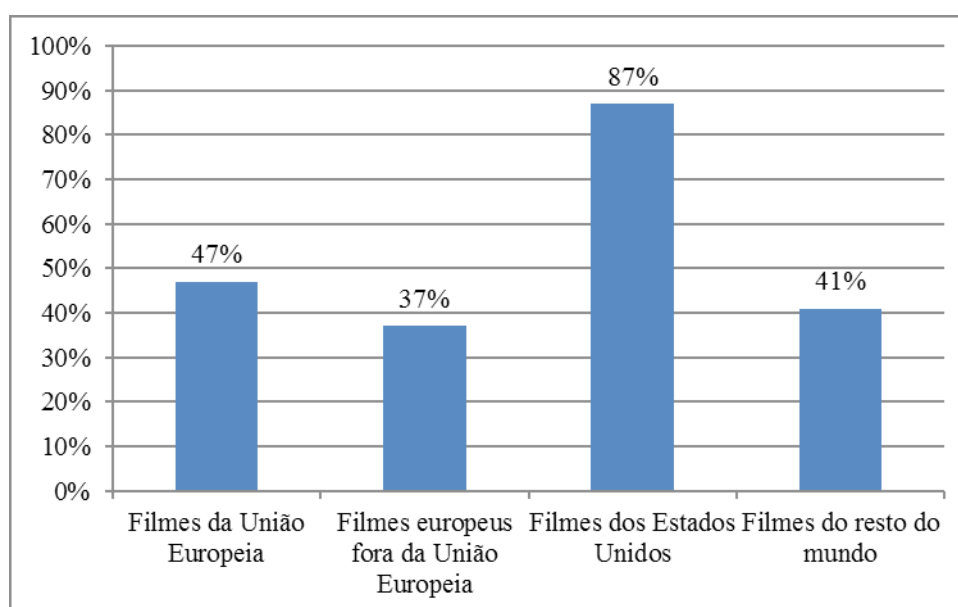
Como vimos, enquanto a tecnologia para as plataformas de vídeo sob demanda se desenvolve rapidamente na Europa e o número de adeptos também cresce em ritmo considerável, a oferta de filmes ainda depende não apenas dos licenciamentos, mas de um período maior para se adequar às regulamentações nacionais e respeitar as primeiras janelas de exibição, especialmente na França. Se pensarmos que a Netflix começou a operar naquele país em setembro de 2014, os filmes lançados naquele ano só ficaram disponíveis a partir de setembro de 2017, depois de respeitar o prazo mínimo de 36 meses, e assim sucessivamente.

Apesar disso, já é possível analisar dados recentes, referentes a outubro de 2015 e divulgados em maio de 2016 pelo Observatório, com base nas informações dos países membros da UE coletadas por eles. O levantamento foi realizado em 75 plataformas de VOD disponíveis na região com o objetivo de mensurar a quantidade de filmes dentre aqueles que foram lançados nas salas de cinema entre os anos de 2005 e 2014. Ou seja, qual era a oferta real de obras recentes nos catálogos de vídeo sob demanda para os europeus?

No total, foram computadas 16.829 obras de todas as procedências e a classificação ficou entre filmes produzidos na União Europeia, filmes europeus de países fora do bloco, filmes norte-americanos e os filmes “internacionais”, que na prática são os do resto do mundo.

**TABELA 2 -OFERTA DE OBRAS AUDIOVISUAIS NA EUROPA
(2015)**

PROCEDÊNCIA	FILMES LANÇADOS NAS SALAS	FILMES DISPONÍVEIS EM VOD	PORCENTAGEM DISPONÍVEL EM VOD
Filmes da União Europeia	10.828	5.046	47%
Filmes europeus fora da União Europeia	747	275	37%
Filmes dos Estados Unidos	2.748	2.404	87%
Filmes do resto do mundo	2.506	1.034	41%
TOTAL	16.829	8,759	52%



FONTE: Observatório Europeu do Audiovisual

A partir desses dados, podemos perceber que o catálogo de filmes norte-americanos para as plataformas de VOD é bastante superior ao de obras europeias e internacionais. Dentre o total de filmes lançados em salas de cinema, a oferta europeia é muito maior, no entanto esse conteúdo ainda não está disponível para o acesso sob demanda, conforme havíamos concluído anteriormente. Assim como o total de filmes disponíveis, apenas 52%, mostra a potencialidade do mercado para conquistar novos espaços.

O relatório indica, com base nesses números, que tanto os filmes da União Europeia quanto os norte-americanos circulam melhor nas salas de cinema. No entanto, os do bloco alcançam, em média, quatro países nas salas europeias e 3,2 países em

VOD; enquanto os dos EUA estreiam em 11 países e estão disponíveis em média em 10,1 países nas plataformas de vídeo sob demanda. Para os demais países da Europa, a média é mais equilibrada: os filmes chegam aos cinemas de, em média, 4,2 países e estão disponíveis em 4,1 territórios por VOD.

Nesse sentido, a maior diferença registrada foi para os filmes do resto do mundo. A circulação em VOD é superior às estreias nas salas de cinema: 5,4 países contra 3,5 países, respectivamente. Isto é, apesar de em números gerais os filmes internacionais terem uma proporção menor em VOD (41%) quando comparada aos da UE (47%), a vantagem mais significativa é na quantidade de países entre os quais essas obras circulam. Elas alcançaram um público maior e mais diverso nas plataformas do que nas telas tradicionais, e esse é um dado bastante relevante.

O levantamento também relacionou a circulação dos filmes entre os diferentes gêneros. Do total da amostra dos 16.829 filmes lançados, 84% eram de ficção e, dentre eles, tanto os da UE quanto os dos EUA tiveram melhor circulação nos cinemas do que em VOD. As obras ficcionais do resto do mundo, por sua vez, tiveram melhor acesso nas plataformas sob demanda. As animações apareceram com maior impacto nos cinemas, especialmente as norte-americanas dos grandes estúdios. Para esses casos, podemos lembrar que muitas delas, inclusive no Brasil, são lançadas em salas 3D e/ou em IMAX, atraindo um grande público não só infantil, mas de adultos. O documentário europeu foi o único gênero que teve um resultado de circulação maior em VOD do que nas salas de cinema. De certa forma, isso confirma os hábitos de consumo dos europeus que já assistem, há muitas décadas, a filmes documentais produzidos e exibidos pelos canais de televisão, a exemplo do britânico BBC e do franco-alemão ARTE.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A implementação do VOD, embora em curso há cerca de dez anos, ainda está em processo de transformação e, pelo menos por enquanto, não se configura como um caminho irreversível para a atividade audiovisual em todos os mercados e territórios. Se por um lado as políticas públicas tentam acompanhar o ritmo de mudanças estabelecidas pela tecnologia e amplamente aderida pelas novas gerações, por outro a indústria, especialmente a europeia e a francesa, não pretendem substituir as suas janelas de exibição tradicionais de maneira tão rápida. Como vimos, os vídeos sob demanda já estão na pauta dos governos e do setor de produção, distribuição e exibição, mas a abertura de mercado deverá acompanhar a própria readequação do espectro local na medida em que os europeus e franceses puderem competir de maneira equilibrada. E

está é uma resolução plausível, que deve servir de modelo para outros países, visto que garante a entrada dos produtos internacionais, mas também estimula a produção e a difusão nacional dentro do seu próprio continente e além-mar.

Pelos dados coletados pelo Observatório Europeu do Audiovisual até outubro de 2015, podemos perceber que o potencial dos vídeos sob demanda na União Europeia é bastante promissor e deverá ser conquistado pelos agentes nacionais e internacionais. Entretanto, o mercado ainda é incipiente e está dando os seus primeiros passos, inclusive em termos de regulação e acompanhamento do perfil e do comportamento dos seus consumidores nacionais. Ao olharmos para uma regulamentação recente como a da França, que data de 12 de novembro de 2010, temos apenas sete anos para começar a avaliar os impactos, sendo que o maior *player* do mercado, a Netflix, só entrou naquele país em 15 de setembro de 2014. Ou seja, ainda é bastante cedo para sentenciar qualquer tendência mais decisiva ou mesmo esperar que a indústria se recomponha de maneira tão ousada ao ponto de substituir por completo os seus modelos de negócio.

É louvável, no entanto, que já tenhamos acesso a dados e informações de consultorias, computados por uma instituição da relevância do Observatório, que nos aponte até mesmo para um mercado em potencial para a circulação de filmes internacionais em VOD europeus. Se a difusão de filmes não europeus e não americanos é potencialmente maior nas plataformas digitais por diferentes países do que em salas de cinema – possivelmente também em função da redução dos custos, como nos indicou Amanda Lotz –, este talvez seja um caminho a ser cuidadosamente analisado pelos distribuidores e agentes de vendas que trabalham com as obras brasileiras e latino-americanas naquele continente, por exemplo. Se a concorrência nas salas de cinema é ainda maior para filmes independentes e procedentes de outros territórios, esses novos mercados que se abrem pelo VOD podem ser uma alternativa dentro do próprio nicho no qual se enquadram para contornar a resistência de distribuidores e exibidores internacionais na porta de entrada, o que inviabiliza o acesso ao público e à própria diversidade cultural.

REFERÊNCIAS

BONNELL, René. **Le financement de la production et de la distribution cinématographiques: À l'heure du numérique**. Disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/actualites/-/liste/18/4485755>>. Acesso em: 28.jul.2016.

DEPÉTRIS, Frédéric. **L'état et le cinéma en France: Le moment de l'exception culturelle**. Paris: L'Harmattan, 2008.

FABRE, Clarisse. Netflix sème la zizanie au Festival de Cannes. **Le Monde**, Paris, 12.mai.2017. Disponível em: <http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/05/12/netflix-seme-la-zizanie-au-festival-de-cannes_5126760_3234.html#0sEgjbDg35zdfs7.99>. Acesso em: 13.mai.2017.

FESTIVAL de Cannes : les deux films de Netflix ne sortiront pas en salles. **Le Monde**, Paris, 10.mai.2017. Disponível em: <http://www.lemonde.fr/festival-de-cannes-2017/article/2017/05/10/festival-de-cannes-les-deux-films-de-netflix-ne-sortiront-pas-en-salles_5125542_5121360.html#1mJQLFACIsJ62Zwk.99>. Acesso em: 13.mai.2017.

FRANÇA. **Décret n. 2010-1379**, de 12 novembro de 2010. Dispõe sobre os serviços relativos aos meios audiovisuais sob demanda. Disponível em: <<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFT EXT000023038244&categorieLien=id>>. Acesso em: 27.jul.2016.

GRECE, Christian. **How do films circulate on VOD services and in cinemas in the European Union? A comparative analysis**. Disponível em: <<http://www.obs.coe.int/documents/205595/264625/Circulation+of+films+in+cinemas+and+on+VOD+in+the+EU+-+EN.pdf/8eaefe4b-b979-4a12-8667-c241a35c8cbc>>. Acesso em: 26.jul.2016.

_____. **The SVOD market in the EU developments 2014/2015**. Disponível em: <<http://www.obs.coe.int/documents/205595/264625/DG+CNECT+-+Note+3-2015+-+The+SVOD+Market+in+the+EU+-+Developments+2014-2015.pdf/ec00e7ff-7fb4-440b-8423-2221fefa0800>>. Acesso em: 26.jul.2016.

FILIPPETTI, Aurélie. Netflix: quelles seraient ses obligations en France? [jan.2014]. Entrevistadora: R. KARAYAN. **L'Express**, Paris, 27.jan.2014. Disponível em: <http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/netflix-quelles-seraient-ses-obligations-en-france_1436619.html>. Acesso em: 28.jul.2016.

LA FÉDÉRATION des cinémas français critique la sélection de films distribués par Netflix à Cannes. **Le Monde**, Paris, 14.abr.2017. Disponível em: <http://www.lemonde.fr/festival-de-cannes/article/2017/04/14/la-federation-des-cinemas-francais-critique-la-selection-de-films-distribues-par-netflix-a-cannes_5111418_766360.html#QtuWMGqOYp05i2mL.99>. Acesso em: 13.mai.2017.

LAFFARGUE, Arthur. Le cinéma français dérangé par la présence à Cannes de deux films produits par Netflix. **Le Monde**, Paris, 21.abr.2017. Disponível em: <<http://www.lemonde.fr/economie/article/2017/04/21/le-cinema-francais-derange-par-la-presence-a-cannes-de-deux-films-produits-par>>

netflix_5115348_3234.html#9mTmE7wqygAyYVkd.99>. Acesso em: 13.mai.2017.

LOTZ, Amanda D. **The television will be revolutionized.**

Nova York: New York University Press, 2007.

TRYON, Chuck. **On-demand culture:** Digital delivery and the future of movies. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2013.

UNESCO. **Declaração universal sobre a diversidade cultural**, 2002. Disponível em:

<<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em: 27.jul.2016.