

Pág.
14

Decreto abre mercado para armas no Brasil

Pág.
20

Tarifa de ônibus retorna à pauta



POLÍTICA
Câmara burla regras para doar computadores PÁG. 16

REFORMA
Quanto custa a previdência dos servidores PÁG. 18

FUTEBOL
A bola vai rolar pelo Paranaense PÁG. 22

PARANÁ
Copel e Sanepar começam o ano em alta PÁG. 24

MÚSICA
Como nasce um hit de verão PÁG. 28

* TECNOLOGIA

O streaming vira o jogo

Com milhões de assinantes, reconhecimento artístico e adesão de cineastas de peso, serviços de vídeo sob demanda devem arrecadar mais que o cinema em 2019

Anderson Gonçalves

■ A menos que você tenha passado o fim de 2018 isolado em uma cabana na mata, sem acesso a qualquer tipo de comunicação, em algum momento ouviu falar de *Bird Box*, ou se deparou com a imagem de Sandra Bullock com uma venda nos olhos. Isso se não estiver entre as mais de 45 milhões de pessoas que viram o filme produzido e exibido com exclusividade pela Netflix. Amparado em uma massiva campanha de publicidade que começou institucional e depois se tornou espontânea, a produção conquistou uma marca que seria inimaginável em um passado não muito distante: que um dos filmes mais vistos e comentados do ano passasse longe de uma sala de cinema.

Bem-vindos à era do streaming. Uma era que teve início de fato em 2010, quando a norte-americana Netflix se abriu para o mercado internacional, começando pelo Canadá e logo se expandindo para vários países. No Brasil, o serviço foi disponibilizado em setembro de 2011 com uma oferta tentadora: por R\$ 15 ao mês, o assinante e sua família teriam acesso a um punhado de filmes e séries, para ver à vontade na TV ou no computador, com alta qualidade de som e imagem.

Nove anos depois do salto internacional da Netflix, a marca atingida por *Bird Box* é apenas um dos acontecimentos que tornam 2019 um ponto de virada do chamado SVoD (Subscribed Video on Demand, ou, na tradução literal, vídeos subscritos sob demanda). A mesma Netflix tem tudo para ser consagrada na principal premiação do cinema, o Oscar, com a produção *Roma*, de Alfonso Cuarón. Enquanto isso, os concorrentes vão a carga para fortalecer ainda mais o segmento. Além da Amazon, que há dois anos expandiu globalmente o Amazon

Prime Video, três outras gigantes anunciaram para os próximos meses o lançamento de serviços de streaming: Disney, Warner e Apple.

Em meio a toda essa movimentação, a cereja do bolo é um estudo divulgado em dezembro do ano passado pela empresa de estatísticas Ampere Analysis. Segundo a pesquisa, o faturamento dos serviços de streaming em 2019 vai superar o das bilheteiras de cinema. E a diferença não será pequena. A estimativa feita pela empresa é de que, enquanto as sessões de cinema deverão render US\$ 40 bilhões, os vídeos sob demanda devem movimentar US\$ 46 bilhões.

De acordo com a Ampere Analysis, uma das principais razões para muitas pessoas optarem pelo streaming em lugar do cinema é o preço do ingresso. “Há claramente um apetite por conteúdo entre alguns consumidores, independentemente de ser na tela grande ou em uma menor”, diz Toby Holleran, analista sênior da empresa, em entrevista ao site IBC 365. Tomemos como exemplo os números do Brasil, onde o plano mais barato da Netflix, que dá acesso a todo o conteúdo, sai por R\$ 19,90 mensais. Já um único ingresso para cinema custa entre R\$ 20 e R\$ 30, em média (sem contar os gastos com pipoca, transporte, estacionamento, etc.).

Na palma da mão

A Netflix não divulga o número de assinantes por país, mas, extraoficialmente, fala-se em uma base de 8 milhões de usuários no Brasil, a terceira maior da empresa, atrás apenas dos Estados Unidos e do Reino Unido. Uma pesquisa divulgada no final do ano passado pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) confirma a adesão do brasileiro ao streaming. Segundo o levantamento, 71% dos usuários de internet assistiram a vídeos, programas, filmes e séries pela internet em 2017. Em 2014 esse percentual era de 58%.

A pesquisa também traz dados sobre a frequência com que os usuários consomem esses produtos. Das 23,5 mil

“A chave para o cinema é entender que, embora os assinantes do SVoD sejam frequentadores de cinema mais ávidos, isso pode nem sempre ser o caso. Portanto, a experiência compartilhada de assistir a um filme na tela grande deve permanecer sedutora e realisticamente precificada.”

Toby Holleran, analista da empresa Ampere Analysis.



“Nos últimos dez anos dobrou a proporção de usuários da internet no país. Com o desenvolvimento de novas plataformas e, especialmente, a possibilidade de usá-las no celular, a oportunidade de consumir produtos audiovisuais a qualquer hora do dia se tornou muito maior.”

Winston Oyadomari, pesquisador do Cetic.br.



peças ouvidas em 350 municípios, 12% disseram ver filmes pela internet diariamente ou quase todos os dias. Para o coordenador da pesquisa, Winston Oyadomari, o crescimento do streaming está relacionado, entre outros fatores, ao acesso à internet de banda larga. “Nos últimos dez anos dobrou a proporção de usuários da internet no país. Com o desenvolvimento de novas plataformas e, especialmente, a possibilidade de usá-las no celular, a oportunidade de consumir produtos audiovisuais a qualquer hora do dia se tornou muito maior”, avalia.

A relação com o celular é fundamental nesse fenômeno, principalmente quando se observa que 96% dos entrevistados afirmam usar o aparelho para acessar a internet. Desses, 34% disseram utilizar apenas o celular para ver filmes e 22% para acompanhar séries. De olho nesse público, a maioria dos serviços já disponibiliza a opção de baixar o conteúdo para assistir off-line. “O fato de a maioria dos internautas serem de celular tem impacto para diversos mercados e em todos os hábitos de consumo. E, naturalmente, as empresas estão trabalhando cada vez mais com isso”, observa Oyadomari.

Ameaça ao cinema?

Quer dizer então que o cinema tradicional está com os dias contados?, perguntarão os mais apressados. A resposta é não, pelo menos por enquanto. Quem atesta são mais uma vez eles, os números. Mesmo com o avanço voraz dos serviços de streaming, o ano de 2018 bateu o recorde de bilheteria na história do cinema mundial. Foram US\$ 41,6 bilhões arrecadados, montante 2,6% maior que em 2017. No Brasil, segundo dados da Agência Nacional de Cinema (Ancine), até o mês de novembro o público e a bilheteria gerais ainda eram inferiores a 2017. As produções nacionais, porém, já registravam 35,2% mais espectadores e uma bilheteria 14,5% maior que no ano anterior.

Para o analista Toby Holleran, da Ampere Analysis, há espaço para os dois mercados. “A chave para o cinema é entender que, embora os assinantes do SVoD se-

jam frequentadores de cinema mais ávidos, isso pode nem sempre ser o caso. Portanto, a experiência compartilhada de assistir a um filme na tela grande deve permanecer sedutora — e realisticamente precificada”, destaca. Por “realisticamente precificada”, entende-se que pode ser o caso de as redes cinematográficas estudarem valores mais acessíveis.

Até porque, mesmo na internet, não são tantos assim aqueles dispostos a entregar uma parte do seu suado dinheirinho às empresas de streaming. Na pesquisa realizada pelo Cetic, apenas 10% disseram pagar para ver filmes e séries online. Winston Oyadomari acredita que, em um primeiro momento, o índice até pode parecer baixo, mas está longe de ser insignificante. “Tem muita oferta de conteúdo gratuito na internet. Se pensar que estamos vindo de uma cultura de acesso sem custo, através de downloads ilegais, é um número considerável, que indica que há mercado para cobrar”.

Adesão dos cineastas

No início, a relação entre cinema e streaming foi espinhosa, como também foi quando do surgimento da televisão, do videocassete e da TV a cabo. No ano passado, o Festival de Cannes, um dos mais tradicionais eventos cinematográficos do planeta, excluiu filmes produzidos pela Netflix depois que duas produções selecionadas em 2017 (*Okja* e *Os Meyerowitz*) não foram exibidas nos cinemas. Com realizadores consagrados sendo bancados pela empresa — Alfonso Cuarón, os irmãos Coen e Martin Scorsese —, os próprios cineastas estão enxergando novos horizontes na internet.

Cuarón teve seu filme mais recente, *Roma*, produzido pela Netflix. Exibido em poucas salas de cinema, vem arrebatando vários prêmios e é presença certa entre os principais indicados ao Oscar. Em uma entrevista após a cerimônia do Globo de Ouro — em que faturou os prêmios de diretor e filme estrangeiro —, o mexicano foi questionado por um jornalista sobre o perigo da plataforma “matar” o cinema. A resposta foi direta e reta.

“Minha pergunta para você é: quantos cinemas do mundo você acha que exibiriam um longa mexicano em preto e branco, falado em espanhol e mixteco [dialetos mexicanos], que é um drama sem nenhuma estrela de cinema? O quão grande você acha que seria um lançamento convencional no cinema? Acho simplesmente que as discussões entre a Netflix e outras plataformas em geral deveriam acabar. O pessoal das plataformas e dos cinemas deveria se unir e perceber que estão machucando o cinema com suas brigas”, declarou o cineasta.

Antes disso, outro diretor consagrado, o brasileiro Cacá Diegues, do alto de seus mais de 50 anos de carreira, saiu em defesa do SVoD. “A gente está filmando para o cinema, para o DVD, para a televisão e também para o streaming. O streaming é a plataforma do momento. Quantas pessoas estão vendo, como é fácil você ter [acesso ao filme]. No dia em que o streaming for uma indústria, uma economia viável dentro do Brasil, você vai ver um filme atrás do outro”, declarou o cineasta em dezembro, numa entrevista à TV Brasil.

Concorrência contra-ataca

Por enquanto, a Netflix tem nadado de braçada no mercado de streaming, pelo menos no que se refere à quantidade de assinantes. Segundo o último relatório da Global Media Intelligence, divulgado em novembro, a empresa conta com 147,5 milhões de usuários nos Estados Unidos. O segundo colocado, o Amazon Prime Vídeo, conta com uma base de 88,7 milhões de assinantes,

Ilustração: Robson Vilalba/Thapcom



US\$ 46 BILHÕES

É a estimativa de arrecadação dos serviços de streaming em 2019, contra US\$ 40 bilhões do cinema, segundo estudo da Ampere Analysis.

seguido pelo Hulu (indisponível no Brasil), com 55 milhões. Essa hegemonia, contudo, está sendo cada vez mais confrontada.

Três grandes empresas de entretenimento — Disney, Warner e Apple — anunciaram para este ano o lançamento de suas próprias plataformas de SVoD (veja mais detalhes a seguir). Além da concorrência direta no mercado, alguns produtos podem migrar de plataforma. É o caso, por exemplo, de *Friends*, uma das séries de maior sucesso na Netflix, mas produzida pela Warner, e a saga *Star Wars*, cujos direitos são de propriedade da Disney. “Se uma ou duas empresas

puxarem conteúdo, a Netflix ainda pode preencher a lacuna. Mas se o mercado ficar mais agressivo contra a Netflix, aí ficará mais difícil”, disse ao jornal britânico *Guardian* o analista da Ampere Richard Broughton.

Mesmo no Brasil, já tem gente pronta para disputar espaço com a Netflix. Lançado em 2015 para disponibilizar online o conteúdo da Rede Globo, o

Globoplay deu um passo arrojado no final de 2018. Reforçou seu catálogo com séries internacionais famosas, como *The Good Doctor*, *Killing Eve* e *House*, além de uma produção nacional exclusiva para a plataforma, *Ilha de Ferro*. Atualmente, são 15 séries estrangeiras disponíveis, mas a promessa é de que elas cheguem na casa de 100 ao final do ano, além de filmes.

Antônio More/Arquivo/Gazeta do Povo



MUITO ALÉM DA NETFLIX

Conheça outros serviços de streaming disponíveis para ver filmes e séries, e quanto custa a assinatura mensal de cada um:

Amazon Prime Video



Lançado no Brasil em 2017,

o Amazon Prime é o segundo serviço mais popular nos EUA. A plataforma conta em seu catálogo com séries já clássicas, como *Seinfeld*, *The Office* e *Two and a Half Men*, e algumas das produções mais badaladas da atualidade, como *This is Us* e *Marvelous Mrs. Maisel*. **Quanto custa:** R\$ 7,90 nos seis primeiros meses, depois R\$ 14,90.

Globoplay



Até pouco tempo, o serviço era des-

tinado apenas a disponibilizar online o conteúdo da Globo e seus canais por assinatura. Hoje, estão disponíveis vários filmes e, por enquanto, 15 séries, como *The Good Doctor*, *House*, *Killing Eve* e *Dawson's Creek*. **Quanto custa:** R\$ 19,90.

HBO Go



Até 2017, as produções da rede

estavam disponíveis online apenas para assinantes do canal. Hoje, já é possível assinar exclusivamente o serviço de streaming e conferir a queridíssima das séries, *Game of Thrones*, ou a cultuada *Westworld*, bem como um catálogo generoso de filmes. **Quanto custa:** R\$ 34,90.

Fox+



Outro serviço que também deixou de ser

atrelado à TV por assinatura, dá acesso a 11 canais do grupo Fox ao vivo, com filmes, séries, programas de entretenimento e esportes. No acervo estão produções como *Os Simpsons* e *The Walking Dead*. **Quanto custa:** R\$ 35.

CRACKLE

Crackle

Nesse serviço estão disponibilizadas as produções do canal Sony, o que inclui, entre outras, as séries *Doctor Who*, *Snatch*, *Preacher* e *Comedians in Cars Getting Coffee*, protagonizada por Jerry Seinfeld. **Quanto custa:** R\$ 16,90.

Looke



A plataforma brasileira criada em 2015 conta com um acervo de mais de 13 mil títulos, entre filmes, séries e minisséries da Globo. Parte do conteúdo é disponibilizado separadamente, sendo cobrado à parte para venda ou locação. **Quanto custa:** a partir de R\$ 16,90.



Telecine Play

Foi somente no final do ano passado que um dos principais canais de filmes por assinatura se rendeu ao serviço de streaming independente. Agora, qualquer um pode ter acesso ao catálogo de mais de 1,5 mil filmes, muitos recém-exibidos nos cinemas. **Quanto custa:** R\$ 37,90.

MUBI

Mubi

Criado inicialmente como uma “rede social para cinéfilos”, acabou se tornando um serviço de streaming voltado para filmes clássicos, cults e independentes, oriundos de países do mundo inteiro. **Quanto custa:** US\$ 8,99 (cerca de R\$ 33).

OLDFLIX

Oldflix

Criado por um brasileiro em 2016, o serviço ganhou o apelido de “Netflix dos clássicos”. Seu repertório é formado por séries e filmes antigos, produzidos entre 1940 e 1990. **Quanto custa:** R\$ 12,90.

Philos

Um serviço de streaming para quem é fã de documentários. São mais de 600 produções disponíveis

no catálogo, entre documentários e espetáculos. **Quanto custa:** R\$ 9,90 nos 12 primeiros meses, depois R\$ 14,90.



LEIA “NETFLIX PODE FICAR PARA TRÁS NO MERCADO” EM leia.gp/netflix-mercado

O QUE VEM POR AÍ

Três das principais empresas de entretenimento prometem para 2019 o lançamento de seus próprios serviços de streaming. Veja o que esperar deles:

Disney+

A empresa criada por Walt



Disney como produtora de desenhos animados é hoje o maior império do entretenimento e uma máquina de fazer dinheiro. Entre seus produtos estão, além das animações da Pixar, os filmes do Universo Marvel, a saga *Star Wars* e *Os Simpsons*, da Fox, adquirida há pouco. Até o fim de 2019 o conglomerado vai lançar seu serviço de streaming, que trará ainda séries inéditas e conteúdo do canal National Geographic.

WARNERMEDIA

WarnerMedia

Além de séries populares, como *Friends* e *The Big Bang Theory*, a empresa é responsável pelos filmes do Universo DC (dos heróis Batman, Superman e Mulher Maravilha) e da saga *Harry Potter*. Ainda não há muitas informações sobre o serviço, mas os rumores são de que, além de conteúdo inédito, a empresa também investirá em material de outras produtoras. O lançamento também está previsto para o fim de 2019, inicialmente nos EUA.

Apple

Ainda que sem o mesmo potencial das concorrentes, a Apple também prepara um serviço próprio de streaming, com lançamento previsto para o primeiro semestre. A ideia é ter um conteúdo não tão numeroso, mas focado em alguns produtos. Fala-se em uma série protagonizada por Jennifer Aniston e Reese Witherspoon, um programa de Oprah Winfrey e uma série sobre a vida da estrela da NBA Kevin Durant.



Hulu

Disponibilizado apenas nos EUA e terceiro SVoD mais popular do país,

o Hulu anunciou no final do ano passado que vai expandir sua oferta para outros países em 2019. Porém, ainda não há informações se o Brasil estaria incluído nos planos. Controlado por grandes empresas como Disney, NBC Universal e Warner, o serviço tem entre suas produções mais conhecidas as séries *The Handmaid's Tale* e *Fugitivos*. ●

