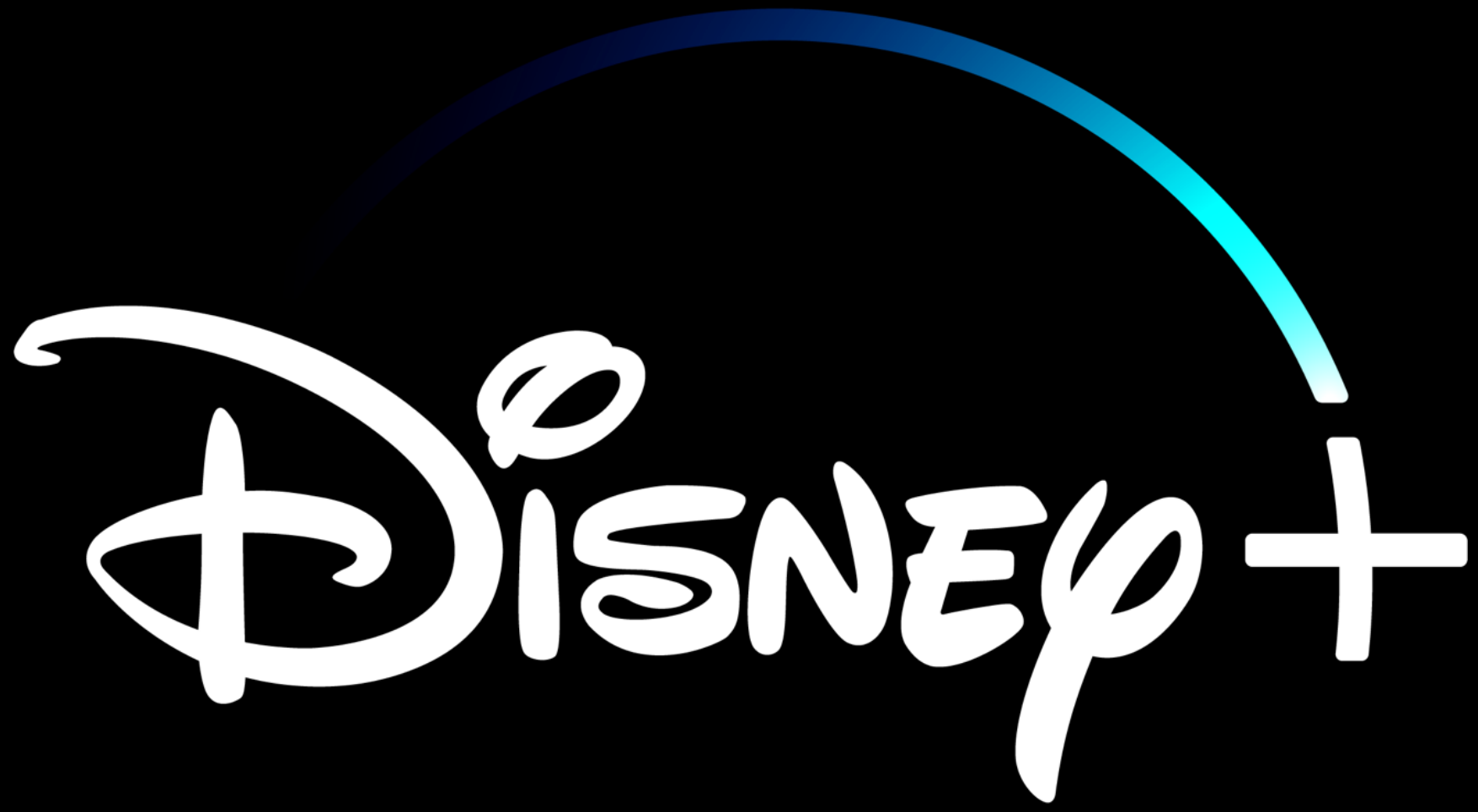
INTRODUÇÃO

DISNEY PLUS

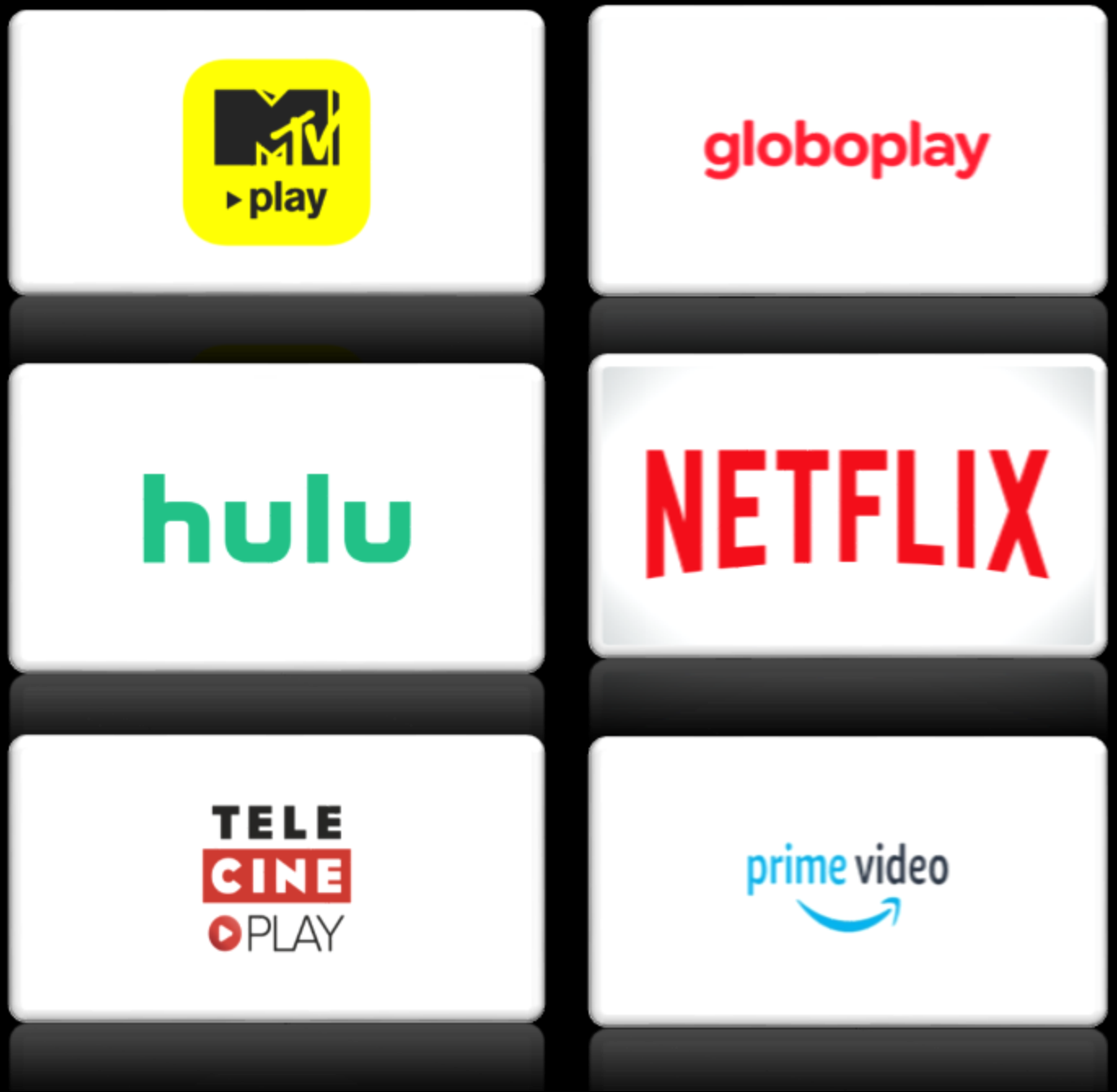


HELOISE PEREIRA

A *Walt Disney Company*, é uma companhia estadunidense de mídia de massa sediada no Walt Disney Studios, na Califórnia. Desde a compra da 21st Century Fox, a empresa é o maior conglomerado de mídia e entretenimento do planeta.

STREAMING

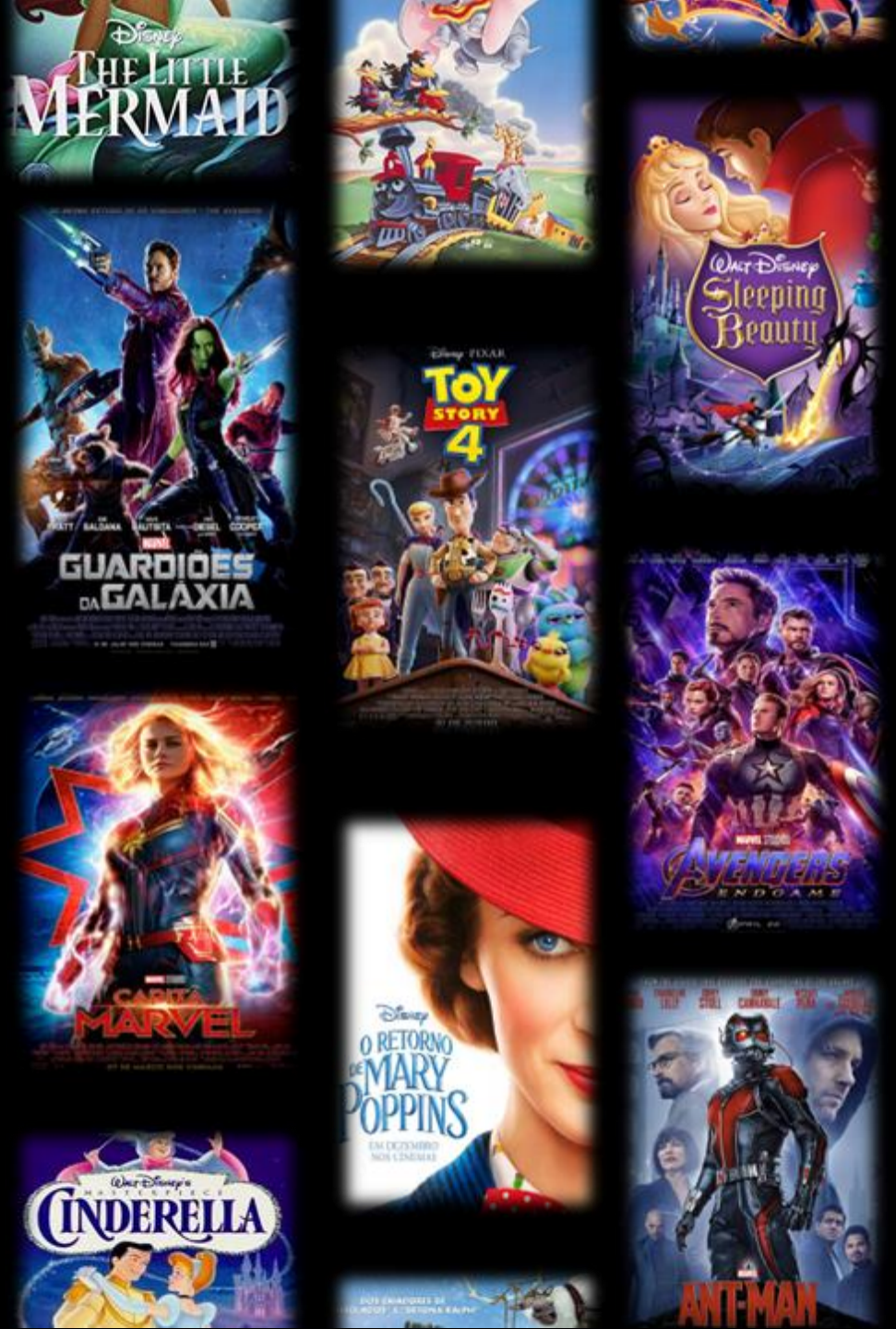
Em 2017, a Disney anunciou que estava preparando seu próprio serviço de streaming. Em breve, todos os filmes, séries e musicais da gigante de entretenimento ficarão concentrados em apenas um lugar – o *Disney Plus*.



PRODUTO

Um dos diferenciais é a quantidade ilimitada de downloads que poderá ser feita. Além disso, a Disney Plus vai reunir títulos originais e exclusivos como Os Simpsons, e franquias como Star Wars e Marvel.

Para começar, o Disney Plus vai certamente reduzir o preço da Netflix. Esse é um valor decente de acordo com o plano básico da Netflix de US $ 8,99 por mês.



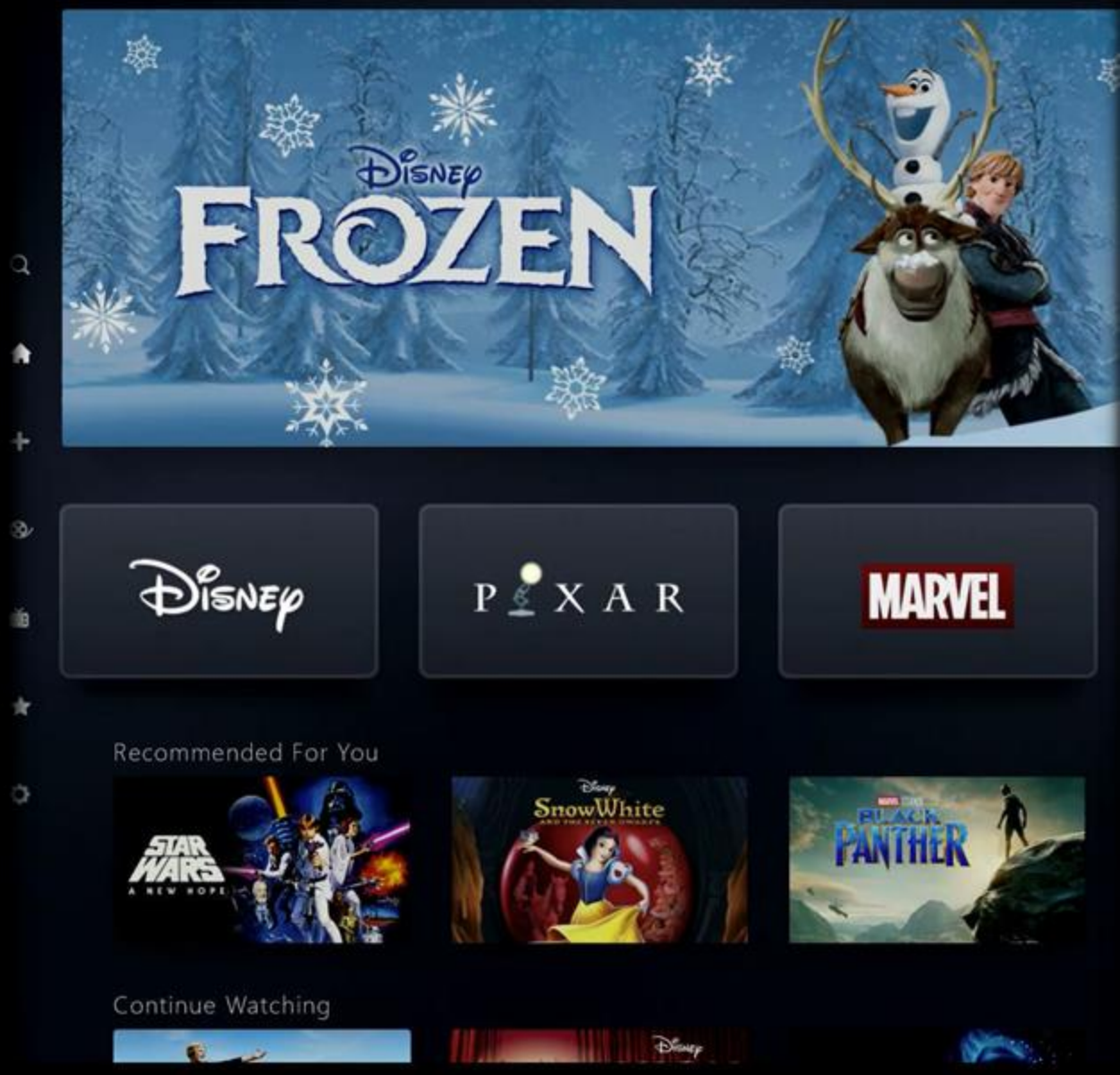
PREÇO

A estreia da Disney Plus está marcada para o dia 12 de novembro, a princípio somente nos Estados Unidos, Austrália, Canadá e outros dois países. Quanto aos preços anunciados, são de US$ 6,99 por mês ou US$ 69,99 por ano. Os valores equivalem a mais ou menos R$ 28 e R$ 280.

Para começar, o Disney Plus vai certamente reduzir o preço da Netflix. Esse é um valor decente de acordo com o plano básico da Netflix de US $ 8,99 por mês.

PRAÇA

Na apresentação da Disney sobre a sua nova plataforma de streaming, foi divulgado que a Disney+ estará disponível em diversos dispositivos. Entre eles celulares, tablets e computadores, por exemplo.



Além disso, quem em consoles como Nintendo Switch, PlayStation e Xbox também poderá aproveitar o conteúdo da Disney Plus. Outra maneira de ter acesso à plataforma será através de aparelhos como Chromecast, Apple TV e, claro, smart TVs.

PROMOÇÃO

Crossmedia é um processo que distribui uma mesma narrativa entre diferentes segmentos de mídia, respeitando suas características intrínsecas — *pode envolver música, texto, vídeo, aplicativos etc.*

EXEMPLO:
Em 2013 a OLX investiu em crossmedia como forma de se aproximar mais do público. Para tanto, criou vídeos de 30 segundos, que foram divulgados em forma de comerciais televisivos, e outros de duração maior, disponibilizados na internet e no canal do YouTube, lançado especificamente para a campanha.