Disney+, Premier Access e o retorno à pirataria

Giulia Michelotto e Juliana Sehn

O Disney+, serviço de streaming da Disney, tem chamado a atenção pelo seu rápido crescimento desde o seu lançamento, nos Estados Unidos, em 2019. Apenas em seu primeiro ano de atividade, a plataforma conquistou 10 milhões de assinantes, número que, em março deste ano, aumentou para 100 milhões, colocando o serviço como o mais forte concorrente da Netflix.

Apesar de o Disney+ ter tido uma vantagem que a Netflix não teve – chegar em um momento em que a cultura do streaming já estava disseminada e presente na vida da maioria dos consumidores –, é evidente que a plataforma também se beneficiou de boas estratégias para se inserir no mercado e crescer tão rapidamente. Primeiro, o ato de retirar seus conteúdos das demais plataformas concorrentes para dar exclusividade ao seu próprio serviço, apesar de agressivo, pode ter sido um forte contribuinte para o ganho crescente de assinaturas do Disney+, uma vez que ele passou a ser o único a oferecer filmes de marcas extremamente populares como Disney, Pixar, Marvel e Star Wars.

Mas a empresa não se limitou a apostar apenas em seu conteúdo, que já tinha a vantagem de ser adorado pelo público. Para o lançamento da plataforma no Brasil, o Disney+ consolidou parcerias com diversas marcas do país, como o Bradesco, a Globoplay, a Vivo e o Mercado Livre. De acordo com Juliana Oliveira, chefe de estratégia e desenvolvimento de negócios da The Walt Disney Company, esta estratégia foi adotada para que diferentes perfis de consumidores tivessem sua assinatura facilitada de alguma forma. Além disso, ao invés de bater de frente com a Globoplay, sua principal concorrente no Brasil (com 20 milhões de usuários, segundo o Exame), o Disney+ optou por se aliar à plataforma, oferecendo ao público uma assinatura conjunta dos dois serviços com desconto. Esta estratégia pode ter sido positiva para aproximar o novo serviço de streaming internacional do público brasileiro, passando mais confiança e conseguindo um número maior de assinaturas ao se associar com marcas já conhecidas no país.

Entretanto, apesar de suas estratégias eficientes para conseguir assinantes, o Disney+ tem adotado mecanismos que podem estar frustrando seus usuários. Um deles é o Premier Access, acesso especial a filmes recém lançados pelo valor adicional de R$69,90 (no Brasil). Este acesso especial foi criado para o lançamento de “Mulan” em 2020, filme que teve sua estreia nos cinemas adiada por conta da pandemia do coronavírus. Em uma tentativa de recuperar uma parcela do dinheiro perdido, a Disney decidiu estrear o filme nos Estados Unidos no próprio serviço de streaming por meio do Premier Access, exigindo aos assinantes um pagamento a mais para alugar o produto. No Brasil, o mesmo foi feito este ano com o lançamento de “Raya e o Último Dragão” e “Cruella”.

Apesar de ser compreensível e legítima a tentativa da Disney de se recuperar minimamente dos impactos da pandemia (sabemos que a indústria do cinema tem sofrido muito com a crise sanitária, com uma perda global de 32 bilhões de dólares em 2020, segundo a Piauí), a estratégia do Premier Access parece ser muito falha do ponto de vista de acessibilidade e conforto do assinante. De acordo com o site do Metrópoles, os internautas brasileiros se revoltaram com a estreia de "Cruella" pelo canal exclusivo. O principal problema é, evidentemente, o preço, alto demais para alugar um conteúdo por um período curto (menos de um mês) e limitado e que, de qualquer forma, estará disponível na plataforma sem custos adicionais em, no máximo, dois meses. Ademais, o valor excede o próprio custo dos ingressos de cinema, que além de oferecer a exibição do filme, também disponibilizam a experiência da sala compartilhada, da tela de cinema e das comidas diversas.

Em outras palavras, o valor de R$69,90 para acessar o Premier Access do Disney+ simplesmente não faz sentido para o consumidor. É provável que, por isso mesmo, "Cruella" não tenha chegado ao Top 10 de filmes mais assistidos da plataforma no Brasil, enquanto "Raya e o Último Dragão", agora já disponível sem o custo extra, estava em primeiro lugar, segundo o Metrópoles.

Estratégias deste tipo podem acabar sendo um tiro no próprio pé para os serviços de streaming. O preço exagerado para alugar um filme dentro de uma plataforma que o usuário já assina é apenas uma das pequenas frustrações que os consumidores do serviço têm sentido nos últimos anos. A frustração com a dificuldade de acesso leva muitos usuários a voltarem a consumir produtos audiovisuais pirateados, prática que havia diminuído com o início do streaming e que, agora, volta a aumentar.

Por volta de 2012, quando a Netflix e seu modelo de distribuição começaram a fazer sucesso, o consumo de filmes e séries piratas diminuiu, e muitos sites ilegais foram retirados do ar. A nova maneira de consumir produtos audiovisuais instaurada pela Netflix foi considerada positiva pela enorme quantidade de conteúdo disponível e de fácil acesso por um menor preço (quando comparado à TV a cabo, por exemplo).

A facilidade de acesso e os preços razoáveis oferecidos pelo streaming contribuíram para a queda do consumo de conteúdos piratas por alguns anos. Porém, de acordo com o estudo Global Internet Phenomena Report, realizado pela Sandvine e divulgado no final de 2018, a quantidade de conteúdos enviados por ferramentas como o BitTorrent (sistema responsável por 97% dos compartilhamentos mundiais de conteúdos piratas) "voltou a crescer após uma grande queda que teve início na segunda década do século 21".

De acordo com a pesquisadora Andressa Soilo, um dos motivos para este novo crescimento da pirataria é a multiplicidade de plataformas de streaming, cada uma com seus conteúdos exclusivos,

que diminui cada vez mais os benefícios trazidos com o início do serviço: os produtos audiovisuais já não são acessados com tanta facilidade, uma vez que cada conteúdo está em uma plataforma diferente, o que, além de encarecer o acesso – caso o consumidor decida assinar todos os serviços de streaming – ainda o dificulta, uma vez que torna um processo que deveria ser intuitivo, como encontrar o conteúdo que se deseja assistir em determinada plataforma, em algo confuso e demorado.

Segundo o Canaltech, o brasileiro que decidir assinar todas as plataformas de streaming disponíveis do país, precisará desembolsar cerca de R$ 217 todos os meses, apenas com os planos mais básicos, alcançando os patamares de preço da TV a cabo. Se o consumidor optasse pelos melhores planos disponíveis, a soma chegaria a R$ 327,30 ao mês.

Também é interessante pensar que a aposta na produção de conteúdos originais pelas plataformas de streaming, como tentativa de trazer um diferencial atrativo para assinantes, pode ter ajudado de um lado, mas atrapalhado de outro. É certo que os usuários são realmente atraídos por alguns conteúdos originais e muitas vezes escolhem assinar determinado serviço por conta deles. Por outro lado, isso gera a necessidade de assinar uma quantidade cada vez maior de plataformas, resultando na descentralização dos conteúdos que confunde e encarece o serviço. Além disso, não é só de novidades que vive o público. Rever os filmes favoritos é uma demanda muitas vezes frustrada quando os conteúdos queridos não estão disponíveis nas plataformas que o usuário tem acesso. Quando se assina diversos serviços e o produto desejado não é encontrado, não é de se surpreender que muitos assinantes recorram à pirataria, que pode ser acessada de forma cada vez mais fácil atualmente ("Cruella" está disponível no Stremio – plataforma que disponibiliza filmes e séries por torrent – de graça, enquanto no Disney+, quem pagou pelo Premier Access já não tem mais acesso ao filme – uma vez expirado o período limitado – e precisará esperar até 16 de julho, quando o conteúdo será disponibilizado para todos os assinantes, caso queira assisti-lo novamente).

Vale dizer que este ensaio não pretende defender a pirataria, mas criticar as estratégias adotadas pelas plataformas de streaming que dificultam e encarecem o acesso do consumidor aos conteúdos, fazendo com que os produtos pirateados sejam a opção mais viável. De nada adianta acusar o cidadão que recorre à pirataria de criminoso. É preciso que as plataformas de streaming reavaliem suas estratégias para que o que há (ou havia) de mais benéfico nestes serviços não se perca (uma alternativa, apresentada por Alessandra Dorgan, gerente da Spcine Play – plataforma de vídeo on demand de São Paulo –, é exibir publicidade junto com o conteúdo para que não seja necessário cobrar uma mensalidade dos consumidores). Caso contrário, o consumo de produtos piratas continuará aumentando de forma diretamente proporcional à frustração dos usuários com seus serviços de streaming.

Fontes:

Disney+ supera 100 milhões de assinantes no mundo – Meio & Mensagem (meioemensagem.com.br)

Disney +: importância do Brasil e estratégias – Meio & Mensagem (meioemensagem.com.br)

Qual é o impacto da chegada do Disney+ no Brasil? – Meio & Mensagem (meioemensagem.com.br)

Disney+ confirma preço de R$ 69,90 para aluguel de "Raya e o Último Dragão" em março (b9.com.br)

Cruella chega ao Disney+ por R$ 69,90 e fãs se revoltam: "Maluquice" - Metrópoles (metropoles.com)

2020 – Deletar ou nunca esquecer? (uol.com.br)

Custando R$ 69,90, Cruella não está no TOP 10 do Disney+ no Brasil - Metrópoles (metropoles.com)

Cruella | CEO explica estratégia de lançamento pelo Premier Access no Disney+ (epipoca.com.br)

Multiplicação de VODs colabora para aumento da pirataria – Meio & Mensagem (meioemensagem.com.br)

Quanto custa assinar todos os streamings no Brasil? - Canaltech

Com a fragmentação do streaming, pirataria volta a ganhar força (manualdousuario.net)