Cinema online

Terra prepara-se para vender longas-metragens pela internet

JOÃO PAULO NUCCI

Depois de lançar no ano passado o Sonora — bem-sucedido serviço de venda de música pela internet —, o portal Terra prepara-se agora para alugar e comercializar longas-metragens pela rede mundial de computadores. Segundo o diretor geral da empresa, Paulo Castro, as negociações com distribuidores e estúdios de filmes estão em fase avançada: "Devemos iniciar o serviço em maio".

No Sonora — que já dispõe de um acervo de 450 mil músicas e deve chegar ao fim do ano com mais de 1 milhão —, o internauta tem três opções: acesso gratuito às rádios com programação previamente feita pelo portal, pagamento de assinatura para escolher os sons que deseja ouvir ou compra de arquivos com as músicas, que podem ser transferidos posteriormente para um CD ou um tocador de mp3. O site de música acaba de ganhar ainda sua versão televisiva, que será transmitida pela PlayTV *(ver matéria nesta página)*.

No serviço de filmes — a ser abrigado no Terra TV — será possível adquirir o arquivo de um longa-metragem no formato digital, gravá-lo em um DVD comum e assisti-lo em um aparelho de vídeo, como se tivesse sido comprado em uma loja comum. Se optar pela locação, porém, o usuário só poderá ver o filme no próprio computador. Os preços ainda estão sendo definidos, bem como quais títulos podem ser oferecidos pelo portal, que já dispõe de um sistema semelhante na Espanha.

Concorrentes da loja do Terra, a Uol Megastore e a iMúsica já vendem vídeos, só que não os de longas-metragens. Desde o início do mês, o site do Uol comercializa as entrevistas realizadas pelo programa Roda Viva, da TV Cultura, que até então só estavam disponíveis em DVD. E a iMúsica oferece apenas videoclipes de artistas do seu acervo.

A oferta de download de vídeos é uma tendência global e ocorre após anos de conflito entre os estúdios e os serviços informais de distribuição de conteúdo pela web. No início do ano, o site Bit Torrent, um tradicional repositório de arquivos, passou a vender e a alugar filmes com autorização dos produtores. A Netflix, principal locadora de DVDs dos Estados Unidos que funciona com base na internet, também entrou no negócio de distribuição digital neste ano.

Músicas e filmes também serão tema da próxima campanha publicitária que a DM9DDB desenvolveu para o Terra. A iniciativa dá seqüência ao tema "Qual é a sua?" e acentua aspectos de interatividade. Ela começa a ser veiculada na revista Veja neste domingo, 18, e contará, a partir de terça-feira, 20, com um comercial de TV em que o prédio próximo de um guitarrista se transforma subitamente em uma caixa de som. "Trata-se de uma superprodução da AD Studio, que usa cenário em tamanho natural para obter esses efeitos", exulta Alexandre Cardoso, diretor de marketing do portal.

O Terra tem 2,1 milhões de assinantes no Brasil (1,7 milhão dos quais de banda larga), mas suas páginas recebem a visita de 16 milhões de pessoas mensalmente. Por isso, praticamente todo o seu conteúdo é aberto, o que lhe garantiu um acréscimo de 40% nas receitas publicitárias de 2006. Seu faturamento bruto no período chegou a R$ 725 milhões.

Anúncio do novo serviço de vídeo do portal: início previsto para maio

Fonte: Meio & Mensagem, ano 28, n. 1250, p. 45, 19 mar. 2007.