



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**GABRIEL HENRIQUE POCHINTESTA DE FARIAS**

**A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA NA INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO:  
as novas tomadas de decisões na evolução econômico-financeira de  
plataformas de *streaming* e a percepção do público**

Recife

2024

GABRIEL HENRIQUE POCHINTESTA DE FARIAS

**A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA NA INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO:  
as novas tomadas de decisões na evolução econômico-financeira de  
plataformas de streaming e a percepção do público**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

**Orientadora:** Prof. Márcia Ferreira Neves Tavares

Recife

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Farias, Gabriel Henrique Pochintesta de.

A influência da pandemia na indústria do entretenimento: as novas tomadas de decisões na evolução econômico-financeira de plataformas de streaming e a percepção do público / Gabriel Henrique Pochintesta de Farias. - Recife, 2024.

46 p.

Orientador(a): Márcia Ferreira Neves Tavares

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Contábeis - Bacharelado, 2024.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Streaming. 2. Indústria cinematográfica. 3. Pandemia de Covid-19. 4. Hábitos de consumo. I. Tavares, Márcia Ferreira Neves . (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

GABRIEL HENRIQUE POCHINTESTA DE FARIAS

**A INFLUÊNCIA DA PANDEMIA NA INDÚSTRIA DO ENTRETENIMENTO:  
as novas tomadas de decisões na evolução econômico-financeira de  
plataformas de *streaming* e a percepção do público**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em 22 de março de 2024.

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.(a). Márcia Ferreira Neves Tavares  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof.(a). José Nelson Barbosa Tenório  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof.(a). Álvaro Pereira de Andrade  
Universidade Federal de Pernambuco

## RESUMO

O presente trabalho investigou a evolução da ascensão dos serviços de *streaming* na indústria cinematográfica, especialmente no contexto após a pandemia de Covid-19. Com a adoção massiva do isolamento social, os hábitos de consumo de entretenimento foram remodelados, destacando-se a preferência por conteúdo digital em detrimento das tradicionais idas ao cinema. Observou-se uma mudança significativa nas estratégias de distribuição de obras audiovisuais, com produtoras lançando filmes diretamente em plataformas de *streaming*, desafiando o modelo tradicional de lançamento exclusivo em salas de cinema. O estudo destacou a necessidade de adaptação da indústria cinematográfica às novas demandas do mercado, bem como a importância de compreender as implicações econômicas e estratégicas dessas mudanças. Ao analisar as políticas de distribuição e os comportamentos do público consumidor, este trabalho contribuiu para uma compreensão mais abrangente das transformações em curso no setor audiovisual e sugeriu possíveis estratégias para garantir a sustentabilidade das salas de cinema em um ambiente cada vez mais digitalizado.

**Palavras-chave:** *streaming*. indústria cinematográfica. pandemia de Covid-19. hábitos de consumo.

## **ABSTRACT**

The present study investigated the evolution of the rise of streaming services in the film industry, especially in the context following the Covid-19 pandemic. With the widespread adoption of social distancing, entertainment consumption habits were reshaped, highlighting a preference for digital content over traditional visits to the cinema. A significant change was observed in the distribution strategies of audiovisual works, with production companies releasing films directly on streaming platforms, challenging the traditional model of exclusive theatrical release. The study underscored the need for the film industry to adapt to the new market demands, as well as the importance of understanding the economic and strategic implications of these changes. By analyzing distribution policies and consumer behaviors, this work contributed to a more comprehensive understanding of the ongoing transformations in the audiovisual sector and suggested possible strategies to ensure the sustainability of cinemas in an increasingly digitized environment.

**Keywords:** streaming, film industry, Covid-19 pandemic, consumption habits

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Quantidade de ingressos vendidos anualmente e assinaturas.....	22
Gráfico 2 – Distribuição de faixa etária.....	24
Gráfico 3 – Distribuição de gênero.....	25
Gráfico 4 – Distribuição de períodos.....	26
Gráfico 5 – Serviços de <i>streaming</i> utilizados.....	27
Gráfico 6 - Principais benefícios dos <i>streamings</i> .....	28
Gráfico 7 – Frequência no cinema.....	29
Gráfico 8 – Principais desvantagens do cinema.....	31
Gráfico 9 – Qualidade dos serviços de <i>streaming</i> .....	32
Gráfico 10 – Opção por assistir no cinema ou aguardar no <i>streaming</i> .....	33
Gráfico 11 – Influência da pandemia no mercado de <i>streaming</i> .....	35
Gráfico 12 – Popularidade dos serviços de <i>streaming</i> em face dos cinemas.....	36

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CPC	Comitê de Pronunciamentos Contábeis
ICA	Instituto Europeu do Cinema e Audiovisual
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
USP	Universidade de São Paulo
PUC	Pontifícia Universidade Católica

## LISTA DE SÍMBOLOS

% Porcentagem

© Copyright

## SUMÁRIO

1.	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
1.1.	PROBLEMA DE PESQUISA.....	12
1.2.	OBJETIVOS.....	12
1.2.1	Objetivo Geral.....	13
1.2.2	Objetivos Específicos.....	13
1.3	JUSTIFICATIVA.....	13
2.	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	14
2.1.	<i>Obras Audiovisuais E Direitos De Exploração Comercial</i> .....	15
2.2.	<i><u>Análise Econômico-financeira da Netflix</u></i> .....	17
2.3.	<i>Impactos Econômicos E Novas Questões Mercadológicas</i> .....	19
3.	<b>METODOLOGIA</b> .....	23
4.	<b>ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	23
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	38
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	41
	<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO</b> .....	45

## 1. INTRODUÇÃO

Com a adoção do isolamento social em março de 2020 – visando combater o vírus causador da Covid-19, os hábitos de comportamento e consumo passaram por mudanças significativas. Eventos que tradicionalmente envolviam o público, como jogos esportivos, shows, idas a bares, feiras e idas ao cinema, foram substituídos ou adaptados para se adequar à nova realidade. O “Novo Normal”, como ficou conhecido, criou e intensificou novos hábitos que já eram fortes antes do início da pandemia como, por exemplo, a alta demanda pelos serviços de *streaming* pagos, entre eles: Netflix, Amazon Prime Video, Disney Plus, HBO MAX, Globoplay e Crunchyroll, além dos serviços gratuitos como: Youtube e Pluto TV (Teletime, 2020).

Esses novos hábitos não afetaram apenas o público que consome o conteúdo, como também alteraram as estratégias de quem o produz – uma vez que se tornou cada vez mais comum as produtoras de filmes lançarem seus próprios serviços de *streaming*, como é o caso dos já citados Disney Plus (The Walt Disney Company) e MAX (Warner Bros. Discovery, Inc.), além de lançarem seus próprios canais de distribuição independente do cinema, as produtoras estão disponibilizando cada vez mais conteúdos direto para sua plataforma, uma vez que o conteúdo produzido antes da pandemia, não pôde ser distribuído (CNN, 2020). No entanto, essa atitude acaba por prejudicar ainda mais as salas de cinema, uma vez que esses lançamentos ignoram a janela de exclusividade de exibição de 90 dias dos cinemas, sendo este o principal diferencial que garante receita às suas salas.

Essa nova tendência das distribuidoras de filmes, não se limita ao período de isolamento social, já que mesmo após flexibilização das ações de combate à pandemia, e até os dias atuais, ainda existe o planejamento para manter o lançamento das obras simultaneamente, ou encurtar a janela de tempo de exclusividade, entre as plataformas de *streaming* e as salas de cinema ao redor do mundo (site Omelete, 2021). Essa política visa aumentar os lucros das produtoras, a partir do corte do intermediário – neste caso, o cinema – entre os filmes e o

público consumidor.

Por fim, é válido ressaltar que esse novo movimento tem resultado um efeito negativo para as salas de cinema, desde o início da vacinação e com a retomada dos cinemas, é possível observar uma relevante parcela dos consumidores cinematográficos assistindo os novos lançamentos a partir de suas plataformas digitais, gerando uma significativa redução no público das salas de cinema (Comscore, 2021).

### 1.1. PROBLEMA DE PESQUISA

A indústria de entretenimento tem sido profundamente transformada pela ascensão das plataformas de *streaming*, que remodelaram não apenas os hábitos de consumo de mídia, mas também as estratégias econômico-financeiras das empresas do setor. A capacidade de adaptar-se rapidamente às mudanças do mercado e às preferências dos consumidores é crucial para a sustentabilidade e o crescimento contínuo dessas plataformas. Neste cenário, a tomada de decisão torna-se um elemento central, influenciando desde a curadoria de conteúdo até as políticas de preços e expansão de mercado. Dessa forma, a percepção e o comportamento deste são reflexos diretos da eficácia das decisões tomadas pelas empresas, podendo resultar em sucesso ou fracasso no mercado altamente competitivo. Diante disso, surge o questionamento: Qual a evolução econômica financeira de uma plataforma de *streaming* e qual a percepção dos alunos da UFPE quanto a este tema?

### 1.2. OBJETIVOS

Analisar a evolução econômico-financeira de plataformas de *streaming* no mercado atual e investigar a percepção dos alunos da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) sobre o impacto e a relevância dessas plataformas em seu cotidiano e consumo de mídia.

### 1.2.1. OBJETIVO GERAL

Analisar de maneira abrangente os impactos das mudanças nas estratégias de distribuição de conteúdo audiovisual, especialmente após a ascensão dos serviços de *streaming*, sobre o consumidor comum. O objetivo geral visa compreender a problemática relacionada à evolução do consumo de entretenimento, proporcionando *insights* fundamentais para a adaptação e inovação no setor cinematográfico diante dessas transformações.

### 1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analisar as mudanças nas preferências do público em relação ao consumo de conteúdo audiovisual, especialmente a transição para serviços de *streaming*;

Mapear o crescimento e as mudanças econômicas oriundas da popularização dos serviços de *streaming* nos últimos quatro anos.

Analisar as regras da indústria cinematográfica, com foco nas regulamentações e contabilizações relacionadas à distribuição de conteúdo audiovisual;

Realizar uma pesquisa quantitativa para medir a percepção e o comportamento dos alunos da UFPE em relação ao uso de plataformas de *streaming*.

Comparar a percepção dos alunos com as tendências de mercado e os dados econômicos das plataformas de *streaming*.

### 1.3. JUSTIFICATIVA

Contribuições esperadas incluem *insights* para profissionais do setor, investidores, contadores e gestores, abordando lacunas no conhecimento existente sobre como as novas estratégias de distribuição afetam o consumo de

cinema. O estudo é oportuno diante do momento crucial de readaptação do setor, oferecendo orientação para as tomadas de decisões relacionadas às políticas, estratégias de negócios e de investimentos. A pesquisa visa avançar na compreensão prática e teórica das dinâmicas envolvidas no consumo de conteúdo audiovisual.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Com o advento da pandemia do Coronavírus (SARS-CoV2), houve uma mudança significativa nos hábitos de consumo e comportamento. O isolamento social, adotado para conter a propagação do vírus, levou a uma reavaliação de atividades antes corriqueiras, como frequentar restaurantes, bares, shows, parques e, notavelmente, cinemas. Diante das incertezas, o entretenimento digital emergiu como uma forma dominante de consumo de conteúdo, lazer e distração, tornando-se a nova normalidade globalmente reconhecida (Teletime, 2020).

A evolução tecnológica, notadamente a ascensão dos serviços de *streaming*, tem provocado mudanças significativas nos padrões de consumo de entretenimento. Em especial, a indústria cinematográfica enfrenta desafios decorrentes das novas transformações, que vão além da adaptação pós-pandemia. A transição para modelos de distribuição de conteúdo mais diretos, como os serviços de *streaming*, impacta não apenas as preferências do público, mas também as estratégias das produtoras de filmes.

A influência da evolução tecnológica e da popularização da internet na forma como o público consome conteúdo audiovisual já era evidente antes da pandemia. Contudo, o cenário atual exacerbou essa transição, destacando a necessidade de adaptação por parte das produtoras às novas demandas do mercado.

Nesse sentido, a indústria de streaming tem experimentado um crescimento significativo, com o mercado estimado em US\$119,01 bilhões em 2023 e projeções indicando que alcançará US\$173,73 bilhões até 2028. Esse crescimento é impulsionado pela demanda por serviços baseados em assinatura, conteúdo

original e específico da região, e a popularidade dos esportes ao vivo (Mordor Intelligence, 2024)

Essa mudança no paradigma de consumo também está alterando a maneira como os filmes são produzidos e distribuídos. Com o aumento da demanda por conteúdo *online*, as produtoras estão investindo mais em produções exclusivas para plataformas de *streaming*, alterando assim a dinâmica tradicional dos lançamentos de cinema. Além disso, a própria narrativa dos filmes pode estar se adaptando a esse novo meio de consumo, com formatos mais adequados para maratonas em casa do que para sessões únicas em salas de cinema (Jornal da USP, 2022)

Outro aspecto crucial a considerar é o impacto nas experiências de entretenimento. Enquanto os cinemas oferecem uma experiência imersiva única, os serviços de streaming proporcionam conveniência e variedade por um preço muitas vezes equivalente ao de um ingresso de cinema, permitindo que os espectadores desfrutem dos filmes no conforto de suas casas, com a liberdade de pausar e retomar a reprodução conforme desejarem. Essa dinâmica coloca os cinemas em uma posição desafiadora, obrigando-os a reavaliar suas estratégias para atrair o público de volta às salas.

## 2.1. Obras Audiovisuais E Direitos De Exploração Comercial

Segundo a Ancine (2017), as obras audiovisuais não publicitárias são voltadas preferencialmente para a diversão e o entretenimento, incluindo filmes, séries, eventos esportivos, programas jornalísticos, religiosos e *reality shows*. Os detentores dos direitos de exploração comercial dessas obras podem negociá-los com diversos veículos de comunicação, como canais de TV, cinema e, mais recentemente, serviços de *streaming*.

No Brasil, as obras audiovisuais são protegidas pela Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98), que assegura as criações expressas por qualquer meio. A lei estabelece que as obras audiovisuais são intelectuais protegidas e inclui filmes, séries, vídeos e novelas como exemplos dessas criações.

É crucial fazer a distinção acerca dos direitos morais e patrimoniais de uma obra. Enquanto os primeiros são inalienáveis e pertencem exclusivamente aos autores e compositores, os últimos podem ser transferidos e incluem a exploração comercial da obra, realizada - no caso das obras cinematográficas - principalmente pelas produtoras e distribuidoras. Essa distinção é fundamental para o possibilitar o lançamento de obras em plataformas de *streaming*, no qual os direitos de propriedade possibilitam a comercialização do conteúdo entre diferentes plataformas.

É importante destacar que os direitos patrimoniais não se limitam apenas à distribuição em salas de cinema, embora isso tenha sido historicamente uma parte significativa da estratégia de lançamento de muitos filmes. Com o surgimento de novas tecnologias e plataformas de distribuição, como serviços de *streaming* e vídeo sob demanda, as possibilidades de exploração comercial das obras audiovisuais se expandiram consideravelmente (site JUS, 2022)

Assim, os direitos patrimoniais de exploração comercial de obras audiovisuais incluem não apenas a exibição em cinemas tradicionais, mas também a vendas de DVDs e Blu-rays, transmissões televisivas, licenciamento para mercadorias, produtos derivados e - mais recentemente - a distribuição em plataformas *online*. Essa diversificação de canais de distribuição permite que as produtoras maximizem o retorno sobre seus investimentos e alcancem um público mais amplo e diversificado.

Contudo, no ambiente digital, surgem desafios significativos: artistas e produtores enfrentam dificuldades na distribuição dos direitos autorais, especialmente porque as plataformas de *streaming* alteram seus processos de divulgação de maneira frequente dentro da plataforma, afetando a distribuição do produto, especialmente para os artistas independentes (STJ, 2019).

Para viabilizar o lançamento de obras no *streaming*, o processo comum é recorrer a contratos de licença, estes contratos permitem a transferência parcial dos direitos autorais para exploração econômica, sempre respeitando os direitos

morais do autor. No entanto, a proteção intelectual e a remuneração dos artistas têm sido objeto de disputas judiciais, especialmente num mercado profundamente afetado pela revolução digital, após a pandemia de covid-19.

Os direitos patrimoniais de exploração comercial dessas obras são considerados ativos quando controlados pela entidade produtora. Esses direitos resultam de eventos passados, cujos custos ou valores podem ser mensurados com confiabilidade, e são destinados, em sua maioria, às salas de exibição cinematográficas (Jason E Squire, 2016; Pronunciamento Técnico CPC 00 - R2, 2019).

A comercialização dos direitos patrimoniais entre as distribuidoras e os serviços de streaming, ocorre através de licenciamentos para as plataformas. Isso implica que a distribuidora mantém a propriedade dos direitos, mas concede aos serviços o direito de transmitir os filmes por um período determinado. Durante esse período, a distribuidora reconhece a receita gradualmente, refletindo a transferência do direito de uso. Por outro lado, a plataforma de streaming reconhece um ativo intangível referente ao direito de transmitir os filmes, o qual é amortizado ao longo do período da licença (Smart Rights, 2023)

## 2.2. ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA DA NETFLIX

A Netflix, líder global no fornecimento de serviços de *streaming*, desempenha um papel crucial nas transformações do mercado de entretenimento. A expansão contínua da base de usuários pagos da Netflix demonstra a crescente demanda por conteúdo de *streaming* de alta qualidade. A estratégia de investimento em conteúdo original, que não dependa de cinemas e de quaisquer outras distribuidoras, tem sido fundamental para diversificar as ofertas da empresa e aumentar o engajamento dos assinantes. (TradingView, 2023)

Financeiramente, a Netflix apresenta uma posição robusta, com receitas em ascensão e uma gestão eficaz de passivos, apesar da intensa concorrência no mercado. A inovação é um pilar da estratégia da Netflix, com algoritmos de recomendação avançados e uma expansão internacional agressiva, garantindo

uma posição vantajosa diante dos desafios do mercado. (Relatório Financeiro Q2 - Netflix, 2023)

O algoritmo de recomendação de conteúdo, utilizado pela Netflix, emprega técnicas de inteligência artificial (IA) para personalizar as sugestões para cada usuário. Este sistema é baseado em machine learning, uma subárea da IA, que analisa o histórico de visualizações do usuário e identifica padrões para recomendar filmes e séries que possam ser do interesse do espectador (Analytics Insight, 2022)

O algoritmo considera diversos fatores, como as avaliações dadas aos títulos assistidos, o tipo de conteúdo consumido, e até mesmo o comportamento de visualização, como os horários em que o usuário assiste a determinados gêneros, com a expansão global da plataforma, a Netflix aprimorou seu algoritmo para criar comunidades globais de interesse, que não se limitam por localização geográfica, mas sim pelos gostos e preferências pessoais de cada usuário.

Além disso, a acessibilidade via dispositivos móveis é uma parte crucial da experiência Netflix. A plataforma permite que os usuários assistam a conteúdos em uma variedade de dispositivos, incluindo smartphones e tablets, proporcionando uma experiência consistente e personalizada em todos eles. Os usuários podem facilmente gerenciar seus dispositivos conectados, verificar atividades recentes e até mesmo realizar downloads de títulos para visualização offline, garantindo entretenimento em qualquer lugar e a qualquer hora (Tecnoblog, 2023).

Este modelo de recomendação e acessibilidade contribui significativamente para a retenção de assinantes, pois oferece uma experiência de usuário altamente personalizada e conveniente, que se adapta não apenas às suas preferências, mas também ao seu estilo de vida móvel e dinâmico.

A ascensão dos serviços de streaming, com a Netflix à frente, está redefinindo o cenário do entretenimento. Estes serviços oferecem aos consumidores uma alternativa conveniente e personalizada em relação às mídias

tradicionais. Além disso, os dados financeiros e estratégicos da Netflix fornecem uma base sólida para compreender as tendências atuais e futuras do setor, ilustrando como empresas inovadoras, como a própria Netflix, estão moldando o futuro do entretenimento. Este panorama é evidenciado pela capacidade da plataforma de não apenas se adaptar às preferências individuais dos usuários, mas também de antecipar e influenciar as tendências de consumo através de seu algoritmo de recomendação baseado em inteligência artificial, que se destaca ainda mais pelo acesso facilitado via dispositivos móveis, consolidando sua posição de liderança no mercado (PUC-Rio, 2021).

Dessa forma, à medida que os serviços de streaming como a Netflix continuam a crescer em popularidade, espera-se que eles assumam uma parcela cada vez maior do mercado de entretenimento. A conveniência, personalização e a capacidade de assistir conteúdo sob demanda são fatores que atraem um público global diversificado. (TradingView, 2023)

### 2.3. IMPACTOS ECONÔMICOS E NOVAS QUESTÕES MERCADOLÓGICAS

Com o crescimento exponencial das plataformas de *streaming*, a distribuição digital tornou-se uma fonte significativa de receita para os produtores de conteúdo audiovisual. No entanto, o modelo de negócios ainda está em constante evolução, e questões como a já citada remuneração justa para os criadores de conteúdo continuam a ser debatidas (Jornal da USP, 2022).

Enquanto isso, a competição entre as plataformas de *streaming* aumenta, levando a um ambiente em constante mudança no qual os produtores buscam maximizar seus lucros e garantir a exposição de suas obras ao maior número possível de espectadores (Site Tecmundo, 2023).

O advento do *streaming* impulsionou uma revolução na indústria cinematográfica, provocando uma série de impactos econômicos e demandando uma revisão das políticas de distribuição vigentes. A ascensão das plataformas de *streaming* trouxe consigo uma mudança fundamental no comportamento dos

consumidores, oferecendo acessibilidade e conveniência sem precedentes. Agora, os espectadores podem desfrutar de uma vasta gama de filmes e séries a qualquer momento e em qualquer lugar, rompendo as barreiras geográficas e temporais que antes limitavam o acesso ao entretenimento.

Essa mudança no consumo de mídia também alimentou uma expansão sem precedentes na produção de conteúdo audiovisual. Com a crescente demanda por programas de *streaming*, os estúdios e criadores têm sido incentivados a produzir uma variedade cada vez maior de filmes e séries, abrindo novas oportunidades criativas e de negócios (Site Terra, 2023).

A distribuição global instantânea possibilitada pelo *streaming* transformou a maneira como os filmes são lançados e comercializados. As fronteiras geográficas deixaram de ser uma barreira, permitindo que produções de diferentes partes do mundo alcancem audiências globais de forma imediata.

No entanto, essa revolução tecnológica não veio sem desafios. A indústria cinematográfica teve que se adaptar rapidamente à nova realidade do *streaming*, redesenhando suas estratégias de distribuição e marketing para se manter relevante em um mercado cada vez mais competitivo e fragmentado.

A necessidade de novas políticas de distribuição se tornou evidente diante desse cenário em constante evolução. A regulamentação dos serviços de *streaming* tornou-se uma questão premente, com debates sobre a imposição de cotas de conteúdo nacional e a aplicação de taxas como a Condecine no Brasil. Essas medidas visam garantir que as produções locais tenham espaço nas plataformas de *streaming*, protegendo a diversidade cultural que já era devidamente regulamentada no cinema nacional (Site Cinema e Séries, 2023).

As novas formas de consumir conteúdo, foram ainda mais impulsionadas pela pandemia, afetando substancialmente as grandes salas de cinema. No primeiro ano de isolamento, o mercado cinematográfico perdeu mais de US\$5 bilhões, resultando em demissões significativas no setor audiovisual, como evidenciado nos EUA, através do qual mais de 120 mil funcionários foram

impactados (Site Super Abril, 2020).

O Instituto Europeu do Cinema e Audiovisual (ICA) reportou uma queda de 75,55% em audiência e receitas nas salas de cinema em 2020 em comparação com 2019. Essa diminuição significativa nas receitas de bilheteria e no número de espectadores aponta para uma transformação estrutural no setor cinematográfico.

Uma mudança notável nas políticas de distribuição pode ser observada, com a necessidade percebida pelas produtoras de filmes de lançar suas obras simultaneamente no cinema e em serviços de *streaming*. A Universal Studios (NBCUniversal, Comcast), por exemplo, introduziu um plano de negócios que eliminou o período exclusivo das salas de cinema após o término da quarentena, indicando uma tendência duradoura e não apenas uma resposta pontual à pandemia (Forbes, 2021).

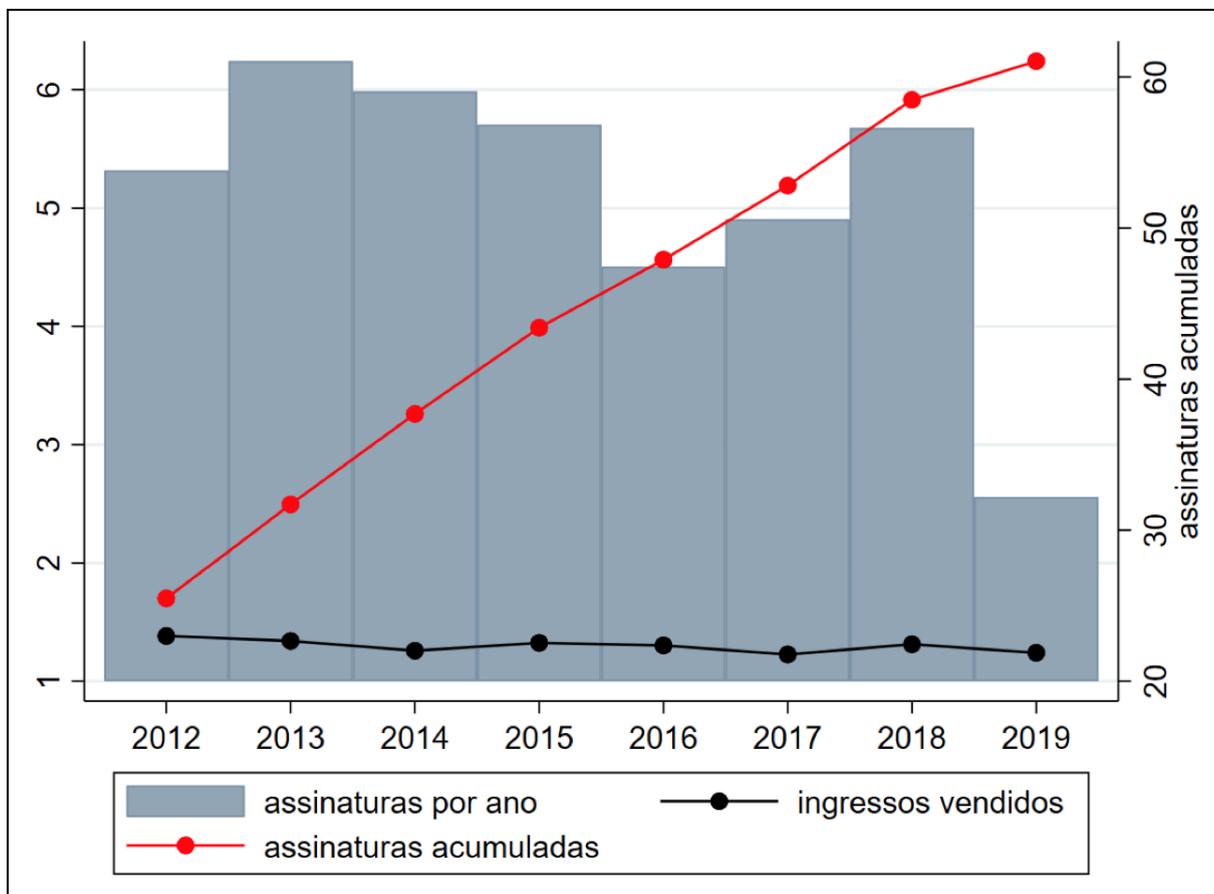
A decisão dos estúdios de encurtar a janela de lançamento não apenas respondeu às restrições temporárias impostas pela pandemia, mas indicou uma mudança de paradigma duradoura na indústria cinematográfica. Ao reconhecer a importância crescente dos serviços de *streaming* e a necessidade de se adaptar a um público cada vez mais diversificado e digitalmente conectado.

Essa abordagem híbrida de distribuição oferece uma série de vantagens tanto para os estúdios quanto para os espectadores. Por um lado, permite que as produtoras alcancem uma audiência mais ampla e diversificada, maximizando o potencial de receita e mitigando os riscos financeiros associados aos lançamentos exclusivos nos cinemas. Por outro lado, oferece aos espectadores uma maior flexibilidade e conveniência na escolha de como e quando assistir aos filmes.

No entanto, a alta demanda dos serviços de *streaming* acarreta diretamente na queda do público consumidor de cinema, conforme estudo divulgado pela Universidade de São Paulo, é possível aferir que o número de ingressos vendidos, antes mesmo da pandemia, sofreu redução nos Estados Unidos - principal mercado para ambos os serviços - enquanto o número de assinantes de empresas de *streaming* de vídeo, como a Netflix, apresentaram um aumento significativo

com o passar dos anos (USP, 2021), conforme disposto no gráfico 1:

Gráfico 1 - Quantidade de ingressos vendidos anualmente e assinatura



Fonte: Gabriela Duarte de Souza (2021)

A discrepância entre o número de ingressos vendidos nas bilheterias convencionais e o aumento crescente dos assinantes em plataformas de *streaming* veio à tona de forma ainda mais pronunciada com a imposição generalizada de medidas de isolamento social em resposta à pandemia de coronavírus. (Exibidor, 2021).

Essa transformação no cenário do entretenimento, impulsionada pela necessidade de adaptação às novas realidades de distanciamento físico e restrições de movimento, evidenciou uma mudança fundamental nos hábitos de consumo de conteúdo audiovisual. Enquanto os cinemas enfrentavam um declínio significativo no público devido ao fechamento temporário ou à capacidade

reduzida, as plataformas de *streaming* experimentaram um crescimento sem precedentes, refletindo uma mudança de paradigma na forma como as pessoas acessam e desfrutam de filmes e programas de televisão.

### **3. METODOLOGIA**

A abordagem metodológica adotada para o presente estudo visou explorar a percepção dos consumidores em relação ao uso de plataformas de *streaming*, bem como analisar suas percepções com as tendências de mercado e os dados econômicos, a fim de averiguar as mudanças econômicas oriundas da popularização dos serviços de *streaming* nos últimos quatro anos. Em particular, empregou-se uma metodologia quantitativa que permitiu uma análise das mudanças nos padrões de consumo de entretenimento e na adoção de serviços de *streaming* durante este período pós crise global. Para isso, foi conduzida uma pesquisa de opinião online, cuidadosamente elaborada, na qual 34 participantes foram convidados de forma criteriosa, buscando representar certa diversidade de idades e gêneros. Os participantes foram recrutados entre os estudantes do curso de Ciências Contábeis, pertencentes ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Pernambuco, no período de 01/02/2024 à 01/03/2024 garantindo assim uma base demográfica variada e representativa.

Essa abordagem metodológica permitiu uma análise das mudanças no comportamento do consumidor em relação ao entretenimento durante a pandemia, oferecendo *insights* valiosos sobre as tendências de mercado e o direcionamento a ser adotado tanto pelas plataformas de streaming, quanto para as salas de cinema. Ao adotar uma abordagem rigorosa e inclusiva, este estudo contribui para o entendimento mais profundo das dinâmicas de consumo de entretenimento em um contexto pós crise global, ocasionada pela pandemia.

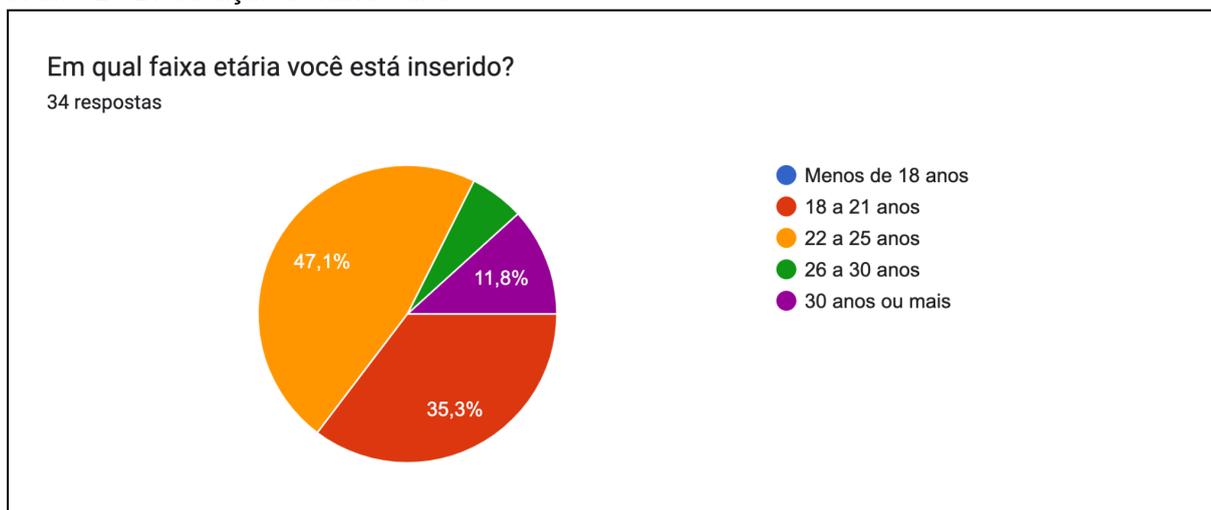
### **4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS**

Ao analisar minuciosamente as respostas obtidas em uma série de questionamentos, é possível identificar padrões e tendências intrigantes que

lançam luz sobre as dinâmicas do público-alvo em questão.

Notavelmente, observa-se que a faixa etária mais prevalente entre os participantes da pesquisa situa-se entre os 18 e os 21 anos, com uma subsequente representatividade significativa na faixa dos 22 aos 25 anos. Em contrapartida, há uma menor incidência de respondentes nas faixas etárias de 26 a 30 anos e acima dos 30 anos. Essa distribuição demográfica sugere uma concentração proeminente de pessoas jovens na amostra, o que pode indicar uma demografia específica de público-alvo ou refletir as características do grupo de pesquisa em questão, conforme evidenciado no Gráfico 2:

Gráfico 2 - Distribuição de faixa etária



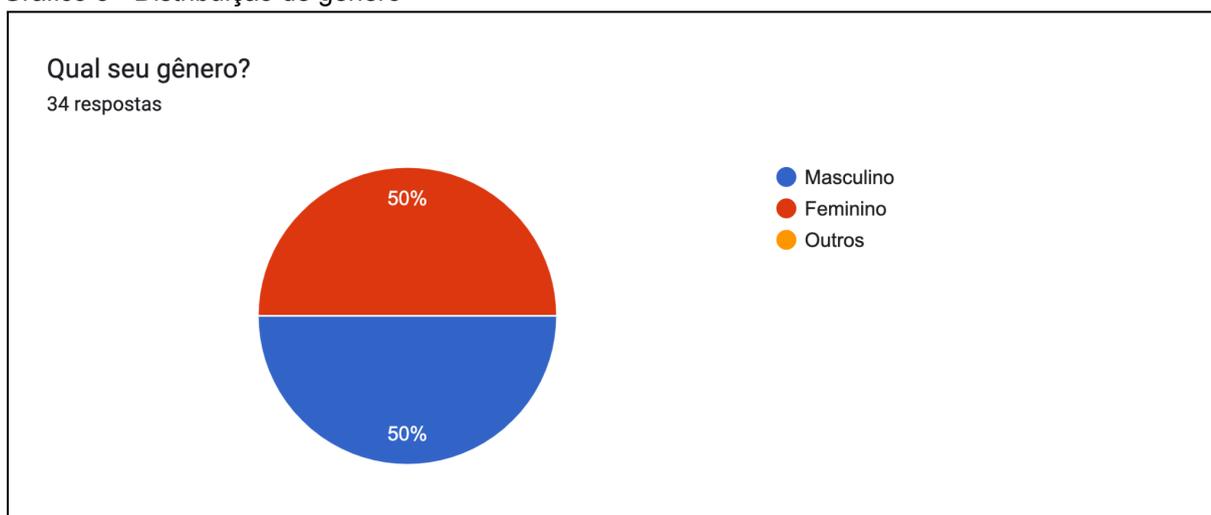
Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Com base nos dados previamente mencionados, um estudo abordando o perfil e o comportamento dos frequentadores do cinema UCI Kinoplex revelou que a faixa etária predominante do público consumidor de filmes está compreendida entre os 19 e os 24 anos de idade. Essa análise ressalta que este grupo demográfico representa o segmento mais relevante para as conclusões e considerações desta pesquisa específica (Façanha, Neto. Melo, Mayara. Façanha, Josanne, 2020).

Quanto à distribuição por gênero dos participantes, é perceptível uma representação equilibrada entre os gêneros masculino e feminino na amostra analisada. Tal equidade sugere uma composição amostral balanceada em termos

de representatividade de gênero, o que se mostra relevante para análises que demandam considerações sobre essa variável. Esta distribuição igualitária entre os sexos pode influenciar diversos aspectos da análise, como evidenciado na representação gráfica apresentada no Gráfico 3:

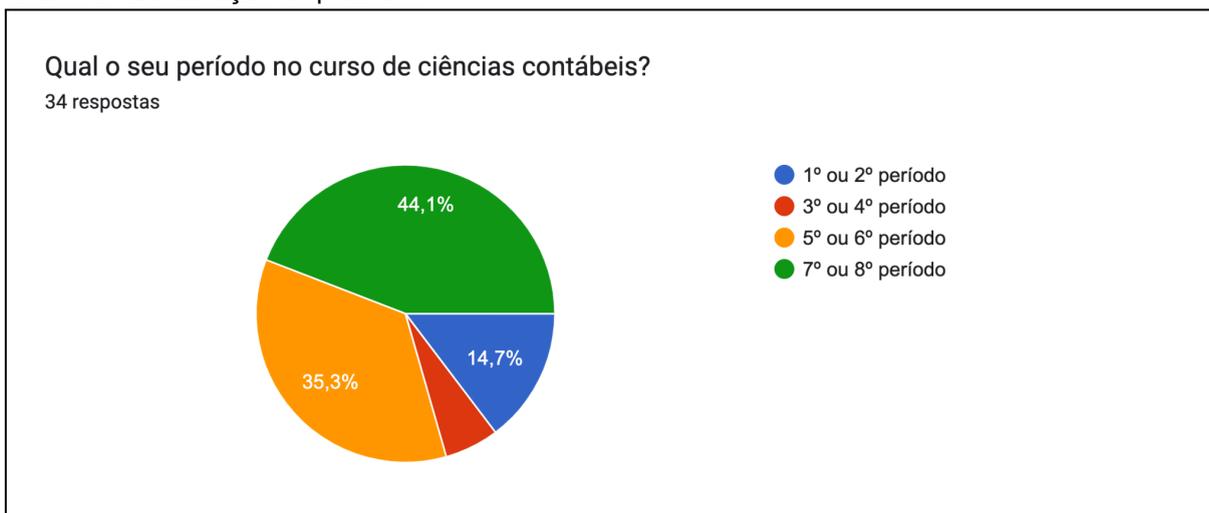
Gráfico 3 - Distribuição de gênero



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

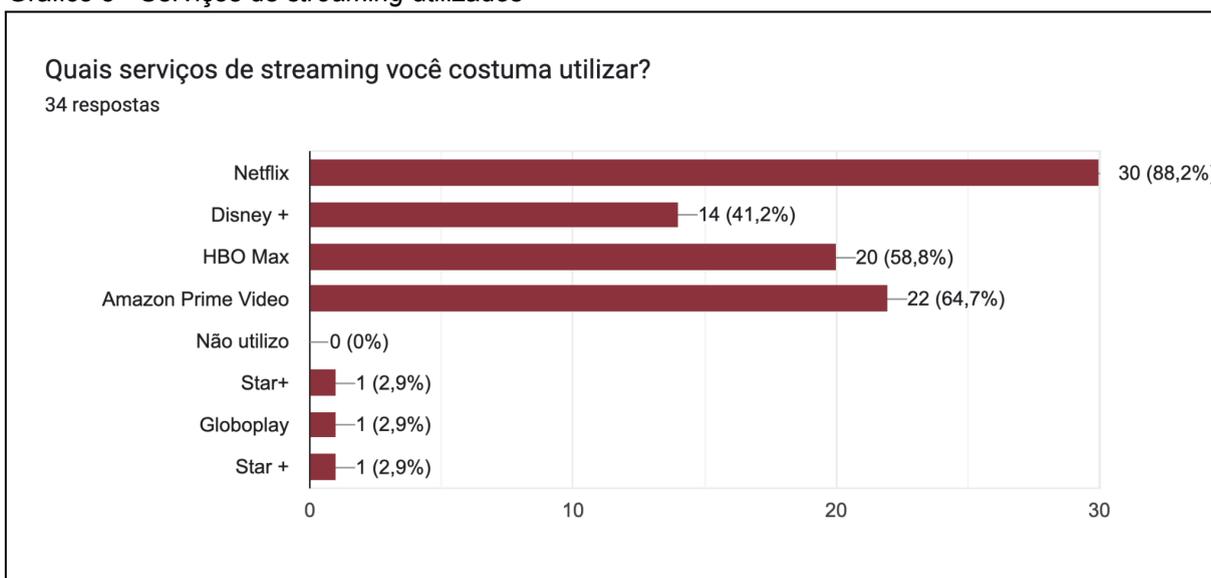
Em relação aos períodos nos quais os participantes da pesquisa estão situados em seus cursos, destaca-se uma concentração expressiva de respondentes nos estágios mais avançados da graduação, com a maioria deles indicando estar no 7º ou 8º período. Essa constatação sugere que a amostra é predominantemente composta por estudantes que alcançaram estágios mais avançados de sua formação acadêmica. Tais informações são fundamentais para compreender a dinâmica e as necessidades desse grupo específico de respondentes, como demonstrado de maneira visual no Gráfico 4, que ilustra de forma mais detalhada a distribuição dos estudantes pelos diferentes períodos de seus cursos universitários:

Gráfico 4 - Distribuição de períodos



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

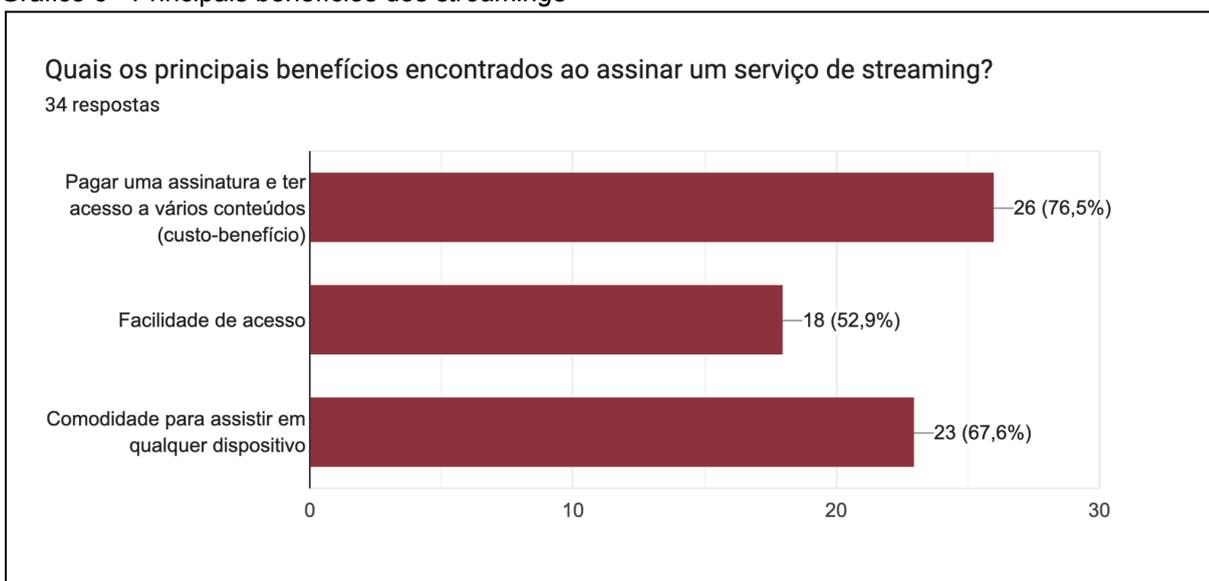
Ao serem questionados sobre o uso de serviços de streaming, observou-se que a maioria dos participantes mencionou utilizar plataformas como Netflix, HBO Max, Amazon Prime Video e Disney+. Essa constatação não apenas reflete a diversidade de opções disponíveis no mercado, mas também destaca a prevalência e a popularidade desses serviços entre o público em geral. Esses resultados sugerem que os consumidores estão optando por alternativas de entretenimento online que ofereçam uma ampla gama de conteúdos, adaptando-se assim aos novos padrões de consumo de mídia. A análise visual apresentada no Gráfico 5 oferece uma representação tangível desses dados, evidenciando as preferências e os hábitos de consumo dos participantes em relação aos serviços de *streaming* disponíveis:

Gráfico 5 - Serviços de *streaming* utilizados

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

É importante ressaltar que nenhum dos entrevistados indicou não utilizar nenhum serviço de *streaming*. Isso sugere que a vasta maioria dos participantes está envolvida de alguma forma com o consumo de conteúdo online, seja através das plataformas mais conhecidas ou de outras menos mencionadas. Essa ausência de respostas indicando a não utilização de *streaming* destaca a penetração generalizada desses serviços na sociedade contemporânea e enfatiza a importância crescente dos serviços como uma forma relevante de entretenimento e consumo de mídia.

Ao discorrerem sobre os benefícios associados aos serviços de *streaming*, os participantes do estudo enfatizaram uma série de vantagens percebidas. Entre elas, destacam-se a conveniência de assistir a conteúdos em qualquer dispositivo, o custo-benefício das assinaturas e a facilidade de acesso ao vasto catálogo de conteúdo disponível. Esses pontos foram identificados como elementos-chave que influenciam positivamente a experiência dos usuários com as plataformas de *streaming*, conforme disposto no gráfico 6:

Gráfico 6 - Principais benefícios dos *streamings*

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Esses benefícios destacados pelos participantes do estudo estão alinhados com as vantagens amplamente reconhecidas dos serviços de *streaming*, que têm revolucionado a forma como consumimos mídia nos dias de hoje. A conveniência é um dos pilares fundamentais, permitindo aos usuários assistir a uma variedade de conteúdos sob demanda, sem as restrições de horário ou localização associadas aos métodos tradicionais de exibição. Essa flexibilidade se estende à capacidade de acessar o vasto catálogo de conteúdo disponível em praticamente qualquer dispositivo conectado à internet, tornando a experiência de entretenimento verdadeiramente personalizada e adaptável aos estilos de vida modernos.

A valorização da economia proporcionada pelas assinaturas de *streaming* em comparação com a compra ou aluguel de conteúdo individualmente reflete uma mudança paradigmática na mentalidade do consumidor. Os serviços de *streaming* oferecem acesso a uma biblioteca cada vez mais extensa de filmes, séries, documentários e programas de TV por uma taxa mensal ou anual, o que se traduz em economia a longo prazo para os usuários ávidos por consumo de mídia.

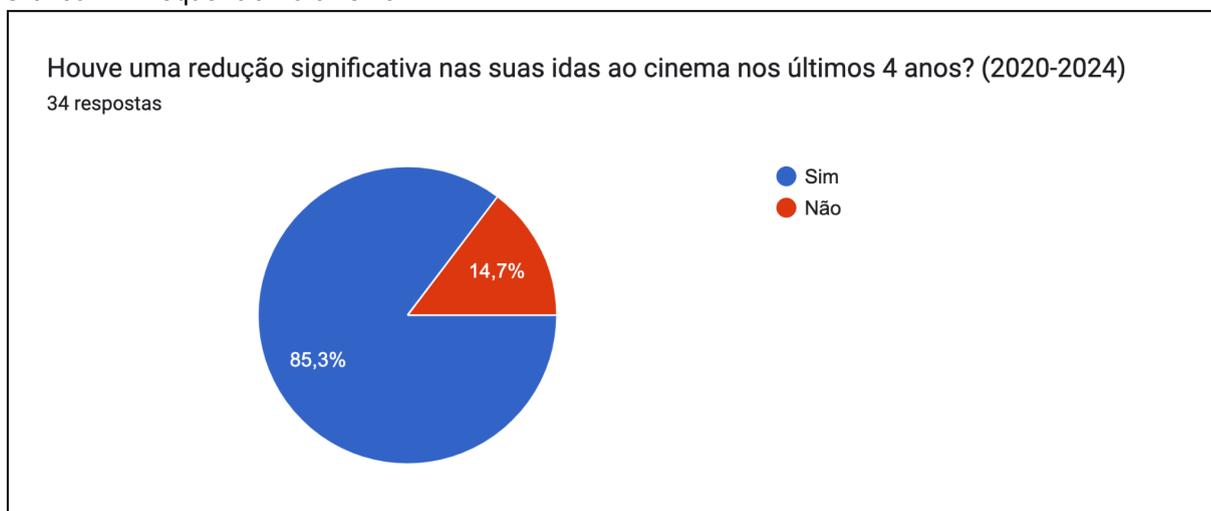
Além disso, a facilidade e rapidez de acesso ao conteúdo, aliadas à capacidade de assistir em uma variedade de dispositivos, são aspectos que

aumentam consideravelmente o valor percebido pelos usuários. A possibilidade de iniciar um filme em um dispositivo e continuar de onde parou em outro, por exemplo, proporciona uma experiência fluida e integrada que ressoa com as demandas de uma sociedade cada vez mais conectada e multitarefa.

Essas percepções sobre os benefícios dos serviços de *streaming* não apenas corroboram as expectativas comuns dos usuários, mas também evidenciam a crescente importância dessas plataformas no cenário de entretenimento contemporâneo. Ao oferecerem uma combinação única de conveniência, diversidade de conteúdo, acessibilidade e economia, os serviços de *streaming* se estabeleceram como uma parte essencial da vida digital moderna, moldando nossas experiências de entretenimento de maneira significativa e duradoura.

Quando se trata da frequência de idas ao cinema, uma análise mais aprofundada dos dados revela uma tendência preocupante. A maioria esmagadora dos participantes relatou uma redução significativa em suas visitas às salas de cinema nos últimos quatro anos. Apenas um número reduzido de respondentes - meramente cinco - afirmou não ter experimentado essa diminuição na frequência. Esses resultados lançam luz sobre uma possível mudança de comportamento entre os respondentes, especialmente após o período marcado pela pandemia., conforme disposto no gráfico 7:

Gráfico 7 - Frequência no cinema



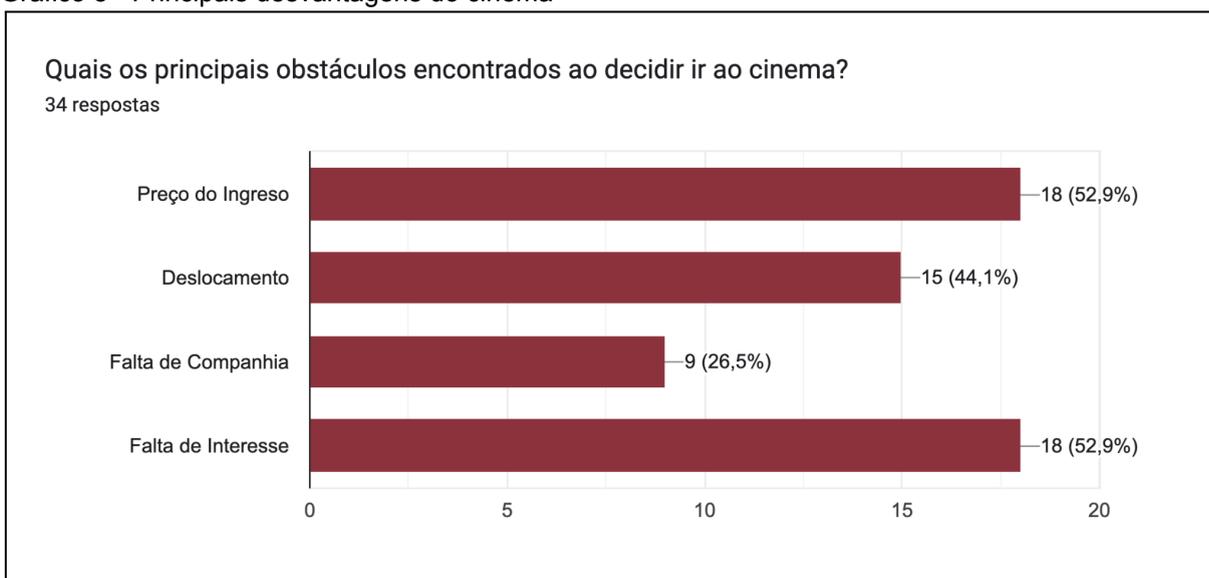
Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

A interpretação desses dados sugere que a pandemia pode ter desencadeado uma série de transformações no consumo de entretenimento, incluindo a forma como as pessoas escolhem consumir filmes. Restrições de saúde pública, preocupações com segurança e a ascensão das opções de *streaming* podem ter contribuído para essa tendência de redução nas idas ao cinema.

Essa análise mais detalhada, conforme ilustrado no Gráfico 7, destaca não apenas a redução na frequência de visitas ao cinema, mas também ressalta a necessidade de adaptação por parte das indústrias cinematográficas e de entretenimento em face das mudanças no comportamento do público. Essa tendência pode influenciar as estratégias de distribuição de filmes, as programações das salas de cinema e até mesmo a forma como os filmes são produzidos no futuro.

Ao avaliar os principais obstáculos que impedem ou desencorajam os respondentes de irem ao cinema, uma análise abrangente revela uma série de fatores críticos que merecem atenção. Dentre esses fatores, o preço do ingresso surge como uma preocupação premente para muitos participantes, refletindo uma percepção generalizada de que os custos associados a uma ida ao cinema estão se tornando cada vez mais proibitivos, como é possível observar no gráfico 8:

Gráfico 8 - Principais desvantagens do cinema



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Além disso, o deslocamento até os cinemas foi mencionado como um desafio significativo para parte dos entrevistados. Isso pode ser atribuído a uma variedade de razões, incluindo a falta de opções de transporte público acessíveis ou convenientes, bem como questões relacionadas à segurança e ao conforto durante o deslocamento, especialmente em áreas urbanas congestionadas, sendo esta questão inexistente quando comparada aos serviços de *streaming* que podem ser utilizados no conforto da casa dos espectadores

Esses fatores destacados como principais obstáculos para ir ao cinema não apenas evidenciam os desafios enfrentados pela indústria cinematográfica, mas também ressaltam as vantagens competitivas dos serviços de *streaming* em relação às experiências tradicionais de cinema. Ao oferecer uma ampla variedade de conteúdo a preços acessíveis, com a conveniência de serem consumidos no conforto do lar, os serviços de *streaming* se apresentam como uma alternativa atrativa e conveniente para muitos consumidores.

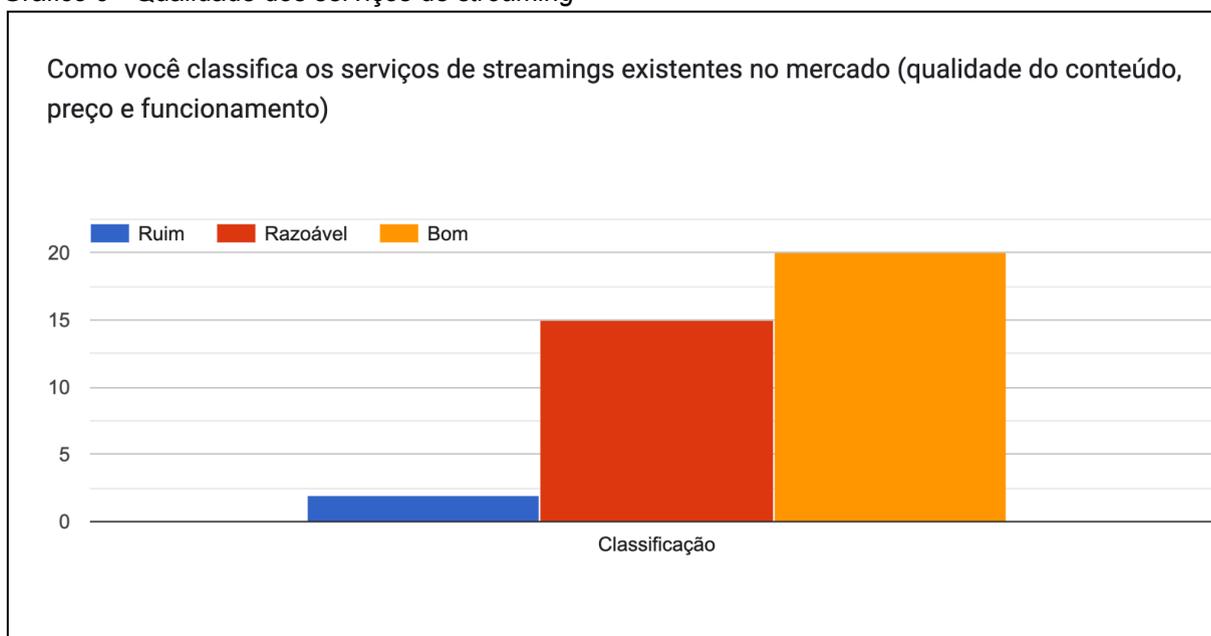
A análise desses dados, como já evidenciada no Gráfico 8, fornece uma compreensão mais profunda das dinâmicas em jogo na escolha entre ir ao cinema e optar por serviços de *streaming*, destacando a necessidade de adaptação por parte das empresas cinematográficas para enfrentar os desafios impostos por um

mercado em constante evolução.

É válido ressaltar que, em média, o preço de um ingresso para um filme no cinema é equivalente ou superior a uma assinatura mensal de um serviço de *streaming*, sendo o segundo uma opção mais robusta em relação à quantidade de conteúdo disponível (UOL, 2019).

No que diz respeito à percepção de qualidade dos serviços de *streaming*, uma análise minuciosa dos dados revela uma tendência predominante de avaliações favoráveis por parte dos participantes. A maioria dos respondentes classificou esses serviços como "Bom", o que denota uma percepção positiva em relação à qualidade do conteúdo oferecido, ao preço acessível e ao funcionamento geral dessas plataformas. Esse resultado reflete a satisfação geral dos usuários com a experiência proporcionada pelos serviços de *streaming*, conforme disposto no gráfico 9:

Gráfico 9 - Qualidade dos serviços de *streaming*



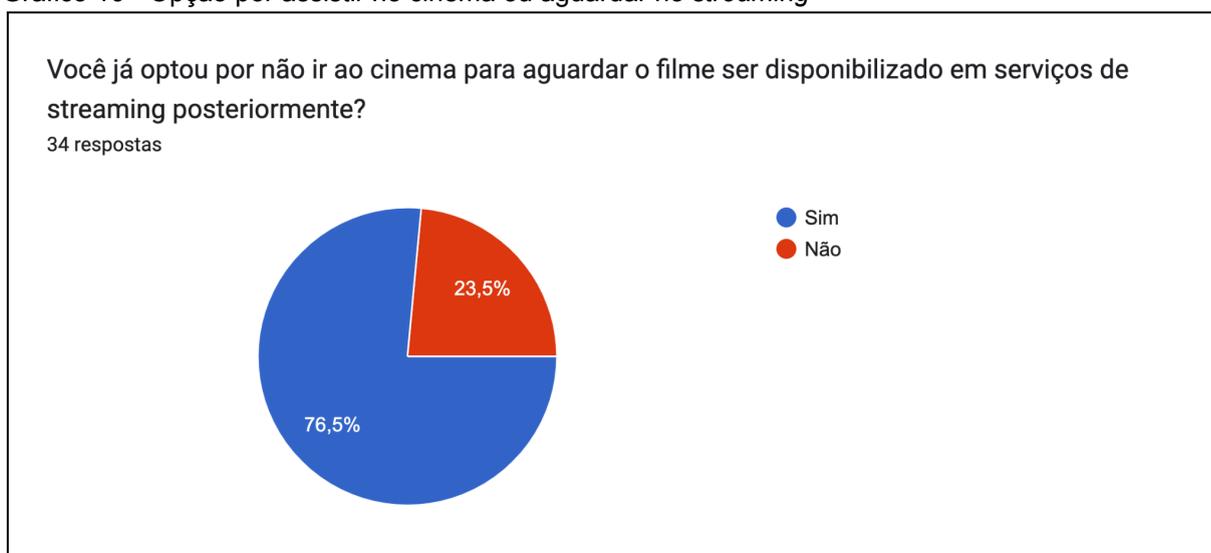
Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

A distribuição das avaliações, conforme ilustrado no gráfico acima, sugere que, de maneira geral, os serviços de *streaming* são bem avaliados pelos respondentes, com algumas ressalvas pontuais em relação à qualidade, preço ou

outros aspectos específicos. Essa análise proporciona *insights* valiosos sobre a satisfação e as preferências dos consumidores em relação aos serviços de *streaming*, destacando áreas de força e possíveis pontos de melhoria para as empresas que atuam nesse setor em constante evolução.

Em relação a troca imediata do cinema para aguardar o filme ser disponibilizado oficialmente no *streaming*, a maioria dos respondentes indicou que já optou por não ir ao cinema para aguardar o filme ser disponibilizado em serviços de *streaming* posteriormente. A disponibilidade de filmes em serviços de *streaming* pode estar influenciando a decisão das pessoas de evitar ir ao cinema, preferindo esperar pela comodidade de assistir em casa. Isso pode refletir uma mudança nos hábitos de consumo de entretenimento devido à crescente popularidade e acessibilidade dos serviços de streaming, conforme disposto no gráfico 10:

Gráfico 10 - Opção por assistir no cinema ou aguardar no *streaming*



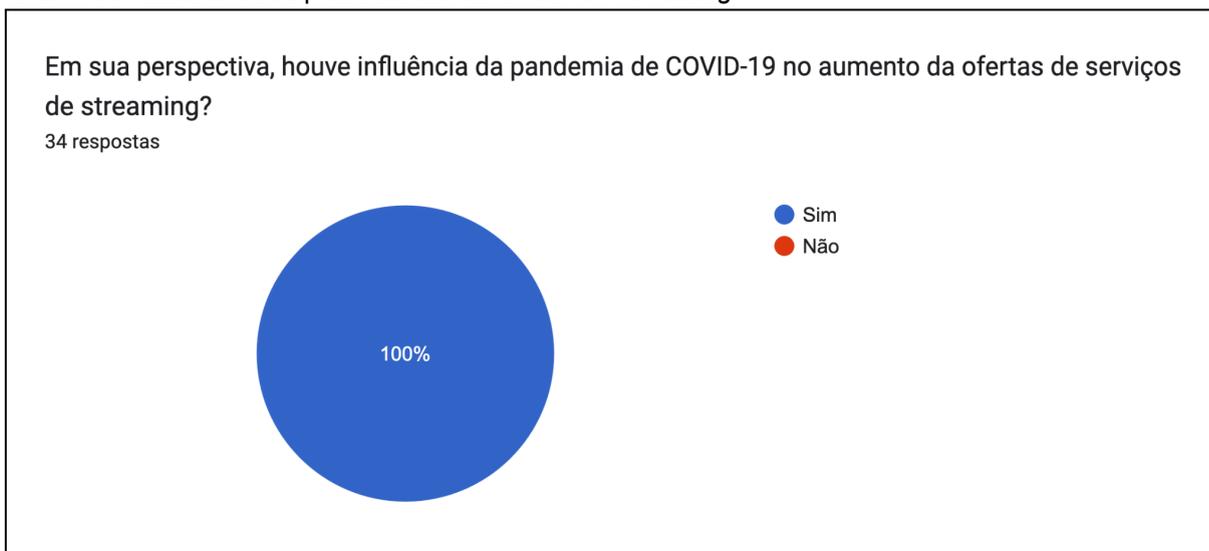
Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

É possível observar que a disponibilidade de filmes em serviços de *streaming* está se tornando cada vez mais uma alternativa atrativa para os espectadores, oferecendo a conveniência de assistir ao conteúdo no conforto de suas casas, muitas vezes a um custo mais acessível do que uma ida ao cinema. Essa conveniência e acessibilidade podem influenciar diretamente a decisão das pessoas de evitar ir ao cinema e, em vez disso, optar por aguardar o lançamento do filme em determinada plataforma.

Essa mudança nos hábitos de consumo de entretenimento tem implicações significativas para a indústria cinematográfica, que pode enfrentar desafios cada vez maiores na atração de público para as salas de cinema. A competição com os serviços de *streaming*, que oferecem uma ampla variedade de conteúdo sob demanda, disponível a qualquer hora e em qualquer lugar, exige que as empresas cinematográficas repensem suas estratégias de distribuição e marketing para se manterem relevantes em um mercado em constante evolução.

A análise desses dados, como evidenciado no Gráfico 10, fornece uma visão clara da influência dos serviços de *streaming* na decisão das pessoas em relação ao consumo de entretenimento, destacando a importância de adaptar-se às preferências e demandas em evolução dos consumidores para garantir a sustentabilidade e o crescimento contínuo da indústria cinematográfica.

Em conformidade, todos os respondentes indicaram que, em sua perspectiva, houve influência da pandemia de COVID-19 no aumento da oferta de serviços de streaming. Isso sugere uma percepção amplamente compartilhada de que a pandemia teve um impacto significativo na expansão e popularização dos serviços de streaming, possivelmente devido ao aumento da demanda por entretenimento doméstico durante os períodos de isolamento social e restrições à circulação em espaços públicos, como cinemas, como é possível observar no gráfico 11:

Gráfico 11 - Influência da pandemia no mercado de *streaming*

Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

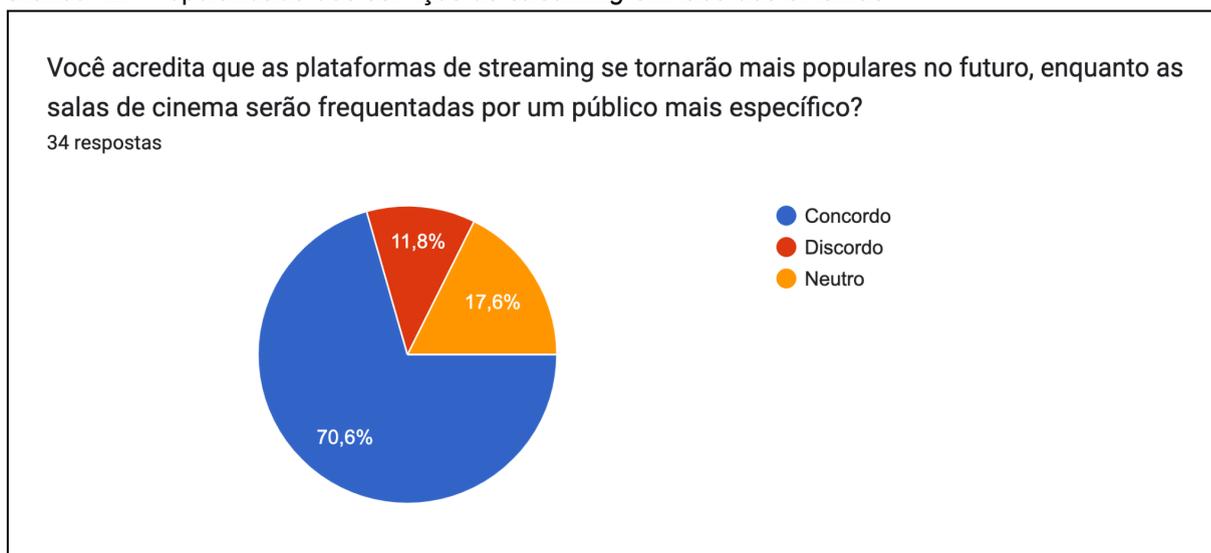
É possível observar que o contexto extraordinário da pandemia impulsionou uma mudança significativa nos hábitos de consumo de entretenimento, com muitas pessoas optando por ficar em casa e buscar formas alternativas de entretenimento para preencher o tempo livre. Nesse cenário, os serviços de *streaming* emergiram como uma solução conveniente e acessível para satisfazer as necessidades de entretenimento do público, oferecendo uma ampla variedade de conteúdos sob demanda, desde filmes e séries até documentários e programas de TV, adaptados às preferências individuais dos espectadores.

A análise dos dados, conforme representado no Gráfico 11, proporciona uma evidência clara e objetiva do impacto da pandemia na popularização dos serviços de *streaming*. Essa percepção generalizada entre os respondentes reforça a ideia de que a pandemia não apenas acelerou a tendência de crescimento dos serviços de distribuição online, mas também transformou permanentemente o cenário do entretenimento, consolidando essas plataformas como uma parte essencial da vida cotidiana para muitos consumidores.

Quanto a popularidade das plataformas, a maioria dos respondentes concordou com a afirmação de que as plataformas de *streaming* se tornarão mais populares no futuro, enquanto as salas de cinema serão frequentadas por um público mais específico. Isso sugere uma percepção de que os hábitos de

consumo de entretenimento estão mudando, com mais pessoas optando por assistir a conteúdo em casa por meio de serviços de *streaming*, enquanto as idas ao cinema podem se tornar menos comuns e direcionadas a um público mais específico. Alguns respondentes expressaram uma opinião neutra, enquanto uma minoria discorda dessa afirmação, conforme disposto no gráfico 12:

Gráfico 12 - Popularidade dos serviços de *streaming* em face dos cinemas



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Essa percepção pode ser atribuída a uma série de fatores, incluindo a conveniência e acessibilidade oferecidas pelos serviços de *streaming*, que permitem aos usuários assistir a uma ampla variedade de conteúdos sob demanda, a qualquer hora e em qualquer lugar. Além disso, a pandemia de COVID-19 acelerou essa mudança, levando muitas pessoas a descobrirem e se acostumarem com as vantagens dos serviços de *streaming* durante os períodos de isolamento social e restrições à circulação em espaços públicos.

A análise desses dados, conforme representado no Gráfico 12, oferece uma visão detalhada das percepções e expectativas dos participantes em relação ao futuro do entretenimento. Essa compreensão é crucial para empresas e profissionais do setor que buscam antecipar as tendências emergentes e adaptar suas estratégias para atender às demandas de um mercado em constante evolução.

Essas análises oferecem insights interessantes sobre as preferências e tendências do público em relação ao entretenimento, indicando uma mudança significativa em direção ao consumo de conteúdo por meio de serviços de streaming e uma potencial transformação na indústria cinematográfica.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho buscou analisar a influência das estratégias de tomada de decisão econômico-financeira na evolução das plataformas de streaming e como estas se alinham com a percepção do público. Através de uma abordagem multidisciplinar, combinando análise de mercado com estudos de comportamento do consumidor, foi possível identificar padrões significativos que podem orientar futuras estratégias empresariais no setor de streaming.

### **Limitações da Pesquisa**

O estudo enfrentou desafios significativos que impactaram a amplitude e a profundidade da análise realizada. A principal limitação foi a restrição no acesso a dados financeiros detalhados das plataformas de streaming. Muitas dessas informações são mantidas em sigilo pelas empresas por razões estratégicas e competitivas, o que pode levar a uma compreensão incompleta das dinâmicas econômico-financeiras que regem o setor.

Outra limitação importante foi a dependência de pesquisas de opinião para avaliar a percepção do público. Embora essas pesquisas forneçam insights valiosos sobre as atitudes e preferências dos consumidores, elas estão sujeitas a vieses de amostragem e de resposta. Isso significa que os resultados podem não refletir com precisão a diversidade de opiniões e experiências de toda a base de usuários das plataformas de streaming.

Além disso, a rápida evolução do mercado de streaming e as mudanças contínuas no comportamento do consumidor podem tornar alguns dos achados deste estudo menos relevantes com o passar do tempo. Portanto, é essencial que pesquisas futuras continuem a explorar essas questões, utilizando dados atualizados e abordagens metodológicas que possam mitigar as limitações identificadas.

## **Sugestões para futuros trabalhos**

Para futuras investigações no campo do entretenimento digital e consumo de mídia, seria benéfico adotar abordagens que permitam uma compreensão mais aprofundada e diretrizes práticas para o sucesso das plataformas de streaming.

Estudos longitudinais poderiam ser particularmente valiosos, pois permitiriam aos pesquisadores rastrear e analisar as mudanças nos padrões de consumo e preferências do público ao longo do tempo. Isso não só ajudaria a entender as tendências emergentes, mas também como as estratégias empresariais podem ser adaptadas para atender às expectativas em evolução dos consumidores.

A integração de dados de audiência e bilheteria com análises comportamentais poderia revelar padrões emergentes e fornecer insights sobre as transformações no mercado de entretenimento. Isso permitiria que as plataformas antecipassem mudanças e se adaptassem de maneira proativa. Além disso, investigar o impacto psicossocial da transição para o entretenimento digital, em comparação com experiências tradicionais como o cinema, poderia oferecer uma compreensão mais profunda dos motivadores e consequências desse comportamento.

Analisar as preferências de conteúdo entre serviços de streaming e cinemas também seria instrutivo. Compreender essas preferências poderia orientar ajustes nas estratégias de produção e distribuição de conteúdo, garantindo que as ofertas das plataformas estejam alinhadas com os desejos dos espectadores. Avaliar o impacto de tecnologias emergentes, como realidade aumentada e virtual, na experiência de entretenimento, poderia oferecer insights valiosos sobre como incorporar essas tecnologias para enriquecer a experiência do usuário.

Por fim, examinar como a diversidade de conteúdo e a inclusão de diferentes grupos demográficos afetam a satisfação e a fidelidade do público às plataformas de streaming é crucial.

Essas medidas não apenas aprofundariam a compreensão dos fatores que influenciam o comportamento do consumidor, mas também forneceriam diretrizes práticas para que as plataformas de streaming possam prosperar em um ambiente de mercado altamente competitivo.

## REFERÊNCIAS

ALVES; HAMZA. Comportamento do consumidor de streaming de vídeo sob a ótica da extensão da teoria unificada de aceitação e uso da tecnologia (2017).

ANCINE. O que é uma obra publicitária "direcionada ao público brasileiro?". 2017. Disponível em <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes1/registro-o-registro-de-obras/o-que-e-uma-obra-publicitaria-direcionada-ao-publico-brasileiro>> Acesso em: 22 Novembro 2023.

Arti. Top 10 Ways Netflix is Using Artificial Intelligence in 2022. 2022. Disponível em <<https://www.analyticsinsight.net/top-10-ways-netflix-is-using-artificial-intelligence-in-2022/>> Acesso em: 23 Março 2024.

Beatriz Bernardi. CINEMA VS STREAMING? Disponível em <[https://www.gazetavargasfgv.com/post/cinema-vs-streaming#:~:text=Um%20grande%20diferencial%20das%20plataformas,Nacional%20do%20Cinema%20\(ANCINE\)>](https://www.gazetavargasfgv.com/post/cinema-vs-streaming#:~:text=Um%20grande%20diferencial%20das%20plataformas,Nacional%20do%20Cinema%20(ANCINE)>)> Acesso em: 22 Fevereiro 2024.

BRASIL, Lei n. 9.610 de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Da Autoria das Obras Intelectuais, p. 1-7, 1998. Legislação Federal e Marginália.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. CPC 00 (R2): 10/12/2019.

DUARTE, Gabriela. Os Efeitos De Streaming De Vídeo Sobre O Mercado De Cinema Dos Estados Unidos. 2021. 114 f. Dissertação (Pós Graduação em Sistemas De Informação) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Eder Pessoa. Impactos da regulação do streaming na distribuição de conteúdos audiovisuais. Disponível em <<https://cinemaeseries.com.br/regulacao-do-streaming/?ssp=1&darkschemeovr=1&setlang=pt-br&cc=BR&safesearch=moderate>> Acesso em 22 Fevereiro 2024.

Façanha Neto, Inácio Ferreira. Melo, Mayara Regia Sousa de. Façanha, Josanne Cristina Ribeiro Ferreira. Mercado de Cinema: Análise do Perfil de Demanda Comportamento do Público do Cinema Uci Kinoplex Shopping da Ilha 2020. 233-253 cap. 12. 2020.

Fernando Lauterjung. Demanda por serviços de streaming cresce com a quarentena. 2020. Disponível em

<<https://teletime.com.br/13/04/2020/demanda-por-servicos-de-streaming-cresce-com-a-quarentena/>> Acesso em: 22 Novembro 2023.

Forbes. O cinema é um dos setores mais ameaçados durante e depois da pandemia de coronavírus. 2021 Disponível em <<https://forbes.com.br/escolhas-do-editor/2020/05/saiba-quais-sao-os-tres-setores-que-provavelmente-sumirao-por-conta-do-coronavirus>> Acesso em: 24 Novembro 2023.

Jacqueline Souza. As Incertezas Sobre A Tributação Dos Serviços De Streaming. 2021. Disponível em <<https://molina.adv.br/2021/11/as-incertezas-sobre-a-tributacao-dos-servicos-de-streaming/?ssp=1&darkschemeovr=1&setlang=pt-br&cc=BR&safesearch=moderate>>. Acesso em: 10 Março 2024.

Jean Carlos Foss. Por que a Netflix divide algumas temporadas de séries em partes? Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/minha-serie/266344-netflix-divide-temporadas-series-partes.htm>>. Acesso em: 22 Fevereiro 2024.

João Dall'ara. Crescimento do streaming modifica o consumo de produções audiovisuais. Disponível em <<https://jornal.usp.br/atualidades/crescimento-do-streaming-modifica-o-consumo-de-producoes-audiovisuais/>> Acesso em 22 Fevereiro 2024.

Julia Sabbaga. Warner lançará todos os filmes de 2021 no cinema e no streaming no mesmo dia. 2020. Disponível em <<https://www.omelete.com.br/hbo-max/warner-cinema-streaming-simultaneo>>. Acesso em: 22 Novembro 2023.

Marie Scoutas. Comscore announces global box office totals for 2020. 2020. Disponível em <<https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2021/1/Comscore-Announces-Global-Box-Office-Totals-For-2020>> Acesso em: 22 Julho 2021.

Mariana Toledo. Pandemia acelerou transformação digital dos consumidores de mídia, diz Kantar Ibope. Disponível em <<https://teletime.com.br/10/12/2021/pandemia-acelerou-transformacao-digital-dos-consumidores-de-midia-diz-kantar-ibope/>>. Acesso em: 22 Fevereiro 2024.

Mordor Intelligence. Tamanho do mercado de streaming de mídia e análise de ações – Tendências e previsões de crescimento (2024 – 2029). 2024. Disponível em <<https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/media-streaming-market>> Acesso em: 20 Fevereiro 2024.

Netflix. Relatório Financeiro Q2. 2023. Los Gatos, CA: Netflix Investor Relations

Paola Claudia Teixeira. Taylor Swift x Scooter Braun: a propriedade intelectual na indústria fonográfica. Disponível em <<https://jus.com.br/artigos/100738/taylor-swift-x-scooter-braun?ssp=1&darkschemeovr=1&setlang=pt-br&cc=BR&safesearch=moderate>>. Acesso em 22 Fevereiro

PUC-Rio. Análise Financeira da Netflix. Rio de Janeiro: Departamento de Economia da PUC-Rio. 2021.

Rafael Battaglia. Como o coronavírus pode mudar, para sempre, a indústria do cinema. 2020. Disponível em <<https://super.abril.com.br/cultura/como-o-coronavirus-pode-mudar-para-sempre-a-industria-do-cinema/>>. Acesso em: 29 Novembro 2023.

Rafael Felizardo. "Cansaço": Diretora de As Marvels admite saturação problemática do gênero de super-heróis. Disponível em <<https://www.terra.com.br/diversao/entre-telas/cansaco-diretora-de-as-marvels-admit-e-saturacao-problematica-do-genero-de-super-herois,fe78ee3d4678c22581dea3b808d163fch97k2n9z.html>>. Acesso em 22 Fevereiro 2024.

Renata Vomero. Mercado De Entretenimento Global Cresce Em 2021 Impulsionado Por Streaming E Gradual Recuperação Dos Cinemas. 2022. Disponível em <<https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/12565-mercado-de-entretenimento-global-cresce-em-2021-impulsionado-por-streaming-e-gradual-recuperacao-dos-cinemas#:~:text=S%C3%A3o%20%20bilh%C3%A3o%20de,vem%20caindo%20ano%20a%20ano>>. Acesso em: 20 Fevereiro 2024.

Secretaria de Comunicação Social. A palavra do músico: streaming e a decisão do STJ sobre direitos autorais. Disponível em <<https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Paginas/Comunicacao/Noticias-antigas/2019/A-palavra-do-musico-streaming-e-a-decisao-do-STJ-sobre-direitos-autorais.aspx>>. Acesso em 22 Fevereiro 2024.

Smart Rights. Streaming e Direitos Autorais. 2023. Disponível em <<https://smartrights.com/streaming-e-direitos-autorais/?ssp=1&darkschemeovr=1&setlang=pt-br&cc=BR&safesearch=moderate>> Acesso em: 20 Fevereiro 2024.

SQUIRE, J. E. The Movie Business Book. 4th Edition: Routledge, 2016.

TradingView. Netflix, Inc. (NFLX) - Balanço Patrimonial. 2023. Disponível em: <<https://br.tradingview.com/symbols/NASDAQ-NFLX/financials-balance-sheet/?statements-period=FY>>. Acesso em: 19 Março 2024.

Will Marinho. Warner anuncia que lançará seus filmes no cinema e no HBO Max simultaneamente. 2020. Disponível em <<<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/warner-anuncia-que-lancara-seus-filmes-no-cinema-e-no-hbo-max-simultaneamente/>>>. Acesso em: 20 Novembro 2023.

**APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO**

1. Em qual faixa etária você está inserido?

- Menos de 18 anos
- 18 a 21 anos
- 22 a 25 anos
- 26 a 30 anos
- 30 anos ou mais

2. Qual seu gênero?

- Masculino
- Feminino
- Outros

3. Qual o seu período no curso de ciências contábeis?

- 1º ou 2º período
- 3º ou 4º período
- 5º ou 6º período
- 7º ou 8º período

4. Quais serviços de *streaming* você costuma utilizar?

Netflix

- Disney +
- HBO Max
- Amazon Prime Video
- Não utilizo
- Outros (especificar) \_\_\_\_\_

5. Quais os principais benefícios encontrados ao assinar um serviço de streaming?

- Pagar uma assinatura e ter acesso a vários conteúdos (custo-benefício)
- Facilidade de acesso
- Comodidade para assistir em qualquer dispositivo
- Outros (especificar) \_\_\_\_\_

6. Houve uma redução significativa nas suas idas ao cinema nos últimos 4 anos?  
(2020-2024)
- Sim  
 Não
7. Quais os principais obstáculos encontrados ao decidir ir ao cinema?
- Preço do Ingresso  
 Deslocamento  
 Falta de Companhia  
 Falta de Interesse  
 Outros (especificar) \_\_\_\_\_
8. Como você classifica os serviços de streamings existentes no mercado  
(qualidade do conteúdo, preço e funcionamento)
- Ruim  
 Razoável  
 Bom
9. Você já optou por não ir ao cinema para aguardar o filme ser disponibilizado  
em serviços de streaming posteriormente?
- Sim  
 Não
10. Em sua perspectiva, houve influência da pandemia de COVID-19 no aumento  
das ofertas de serviços de streaming?
- Sim  
 Não
11. Você acredita que as plataformas de *streaming* se tornarão mais populares no  
futuro, enquanto as salas de cinema serão frequentadas por um público mais  
específico?
- Concordo  
 Discordo  
 Neutro