

## Gêneros e formatos no streaming: a oferta de conteúdo televisivo seriado na Netflix Brasil<sup>1</sup>

Ana Paula Silva Ladeira Costa<sup>2</sup>

Universidade Estadual de Goiás, Goiânia, GO

Sônia Virgínia Moreira<sup>3</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

**RESUMO:** Este artigo busca, por meio de pesquisa bibliográfica e análise de dados, compreender as tendências de produção e de consumo de conteúdo televisivo nas principais plataformas de streaming no Brasil. Através da pesquisa empírica, percebeu-se que a oferta de conteúdos seriados nos catálogos das principais plataformas impacta os hábitos de consumo por parte da audiência, consolidando a prática de *binge-watching*, com ênfase para consumo de conteúdos ficcionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Televisão; Streaming; Conteúdo seriado; Netflix;

### INTRODUÇÃO:

Nos últimos 10 anos, a oferta de conteúdo televisivo no Brasil sofreu intensas transformações. Em 2011, mesmo ano em que chegou ao país a plataforma de streaming Netflix, surgiu a Lei 12.485, a Lei da TV por Assinatura. Os dois eventos foram decisivos para provocar um processo de crescimento do mercado interno, com desenvolvimento das produtoras independentes, bem como a diversificação dos gêneros e formatos ofertados.

Nota-se, hoje, a profusão de empresas que prestam serviços de streaming no país. De acordo com estudo conduzido em 2022 pela Hibou<sup>4</sup>, empresa de pesquisa de mercado, sete em cada dez brasileiros assina ou já assinou alguma plataforma de streaming. Desses, 91% assinam ou já assinaram Netflix e 53% o Prime Video. O serviço de streaming GloboPlay, plataforma da Rede Globo, chega a 30% dos entrevistados. Destacamos, por fim, a Disney+ (26%); a HBO MAX (20%); o Telecine Play (13%); o YouTube Premium (9%); o Star+ (8%); a Paramount+ (6%) e a AppleTV (4%), também presentes neste mercado.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - Estudos de Televisão e Televisualidades do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Professora efetiva do curso de Cinema e Audiovisual da Universidade Estadual de Goiás (UEG); pós-doutora em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e Doutora em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Email: [ana.costa@ueg.br](mailto:ana.costa@ueg.br)

<sup>3</sup> Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Email: [soniavm@gmail.com](mailto:soniavm@gmail.com)

<sup>4</sup> Dados disponíveis em: <https://bitly.com/PMLQ2D>. Acesso em 26 abr. 2023.

---

Na América Latina, o Brasil é o país que está representado com o maior número de opções de serviços de Vídeo por Demanda, com 59 diferentes plataformas disponíveis ao consumidor. O país é seguido por Argentina e Chile, com 53 e 50 opções respectivamente. (ANCINE, 2023).

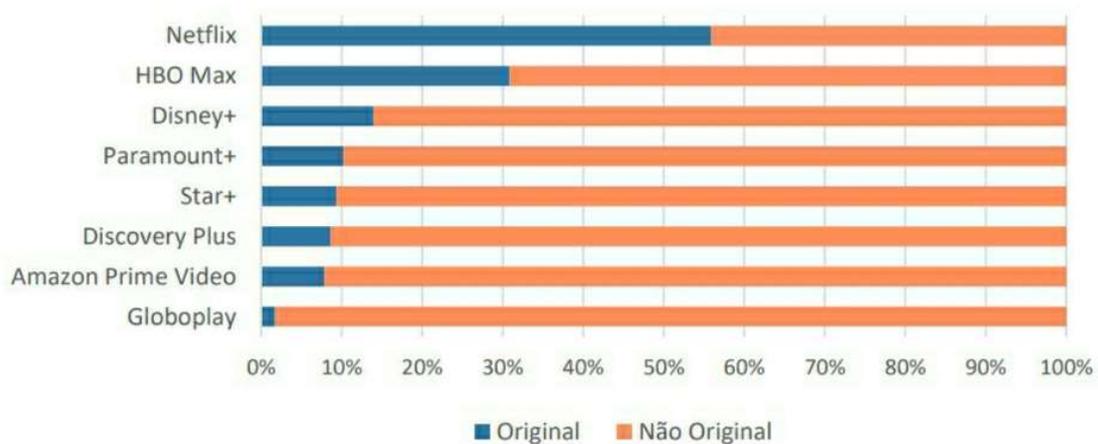
As mudanças trazidas pela oferta de conteúdo audiovisual distribuído através de protocolos da internet impactaram globalmente as redes de televisão e transformaram os hábitos de consumo dos telespectadores. Porém, esses impactos foram percebidos de diferentes formas em cada mercado. Os serviços de streaming, como a Netflix, não são iguais em todo o mundo. Ramon Lobato lembra que a Netflix apresenta diferenças que se referem não apenas ao idioma, mas também aos recursos das plataformas e aos catálogos (2019, p.184). Produtos licenciados para o mercado brasileiro nem sempre estarão nos catálogos do mesmo serviço de streaming em outros países. Sabemos também que o investimento em conteúdos originais varia de acordo com as preferências de consumo locais.

Levantamento realizado pela Ancine revela que a modalidade de VoD também impacta nos tipos de produtos oferecidos. Plataformas SVoD (por subscrição) requerem maior quantidade de títulos e filmes com idade média de 1 a 5 anos de lançamento. Já a TV Everywhere ou por Validação caracteriza-se pela distribuição de conteúdo com mais de 2 anos. Por fim, percebeu-se que Free VoD, modalidade gratuita de streaming, geralmente oferece filmes mais antigos. Além disso, o tipo de serviço de vídeo sob demanda impacta a quantidade de conteúdo ofertado: o mesmo estudo realizado pela Ancine mostra que 31 plataformas totalizam pouco mais de 32 mil títulos únicos disponíveis por subscrição para o público brasileiro. Essas mesmas plataformas oferecem 18,5 mil títulos na modalidade transacional. A modalidade Free VoD (gratuito) dá acesso a menos de nove mil títulos. Cerca de 19 mil títulos podem ser acessados por meios de serviços de VoD validado ou TV Everywhere (associados a assinaturas de Serviços de Acesso Condicionado SeAC).

Para compreender as tendências de oferta e consumo de streaming em nosso país, propusemos a análise do catálogo da Netflix Brasil, plataforma de SVoD, por subscrição. A escolha por essa plataforma deu-se porque ela agrega cerca de 19 milhões de assinantes

no país<sup>5</sup> e oferece o maior percentual de conteúdo original em seu catálogo, em contraste com outros serviços de streaming presentes no mercado (Gráfico 01).

**Gráfico 01: Proporção de conteúdos originais por plataformas selecionadas**



Extraído de: ANCINE, 2022, p. 30.

Por meio do Gráfico 01, notamos que aproximadamente 55% do conteúdo da Netflix é original ou licenciado com exclusividade. Em contraste, a GloboPlay, serviço de streaming da Rede Globo, não alcança 10% de seu catálogo com produções originais.

Para a presente pesquisa, realizamos levantamento dos gêneros televisivos de produções originais e licenciadas com exclusividade pela Netflix, observando as tendências de produção de conteúdos nacionais e internacionais. Também fizemos um levantamento dos programas televisivos mais assistidos na plataforma, analisando, entre junho de 2021 e junho de 2022, os picos de audiência de programas televisivos na plataforma e classificando-os de acordo com os gêneros audiovisuais e a origem dessas produções. Essa análise permitiu compreender as tendências de oferta de conteúdo, bem como os hábitos de consumo televisivo entre os assinantes da Netflix em nosso país.

### **A oferta de conteúdo seriado no streaming:**

O conteúdo televisivo seriado dispõe de diferentes estruturas narrativas, entre as quais destacam-se o modelo serial, em que linhas narrativas ou arcos dramáticos são desenvolvidos ao longo de uma temporada, “com aprofundamento de conflitos, paritários

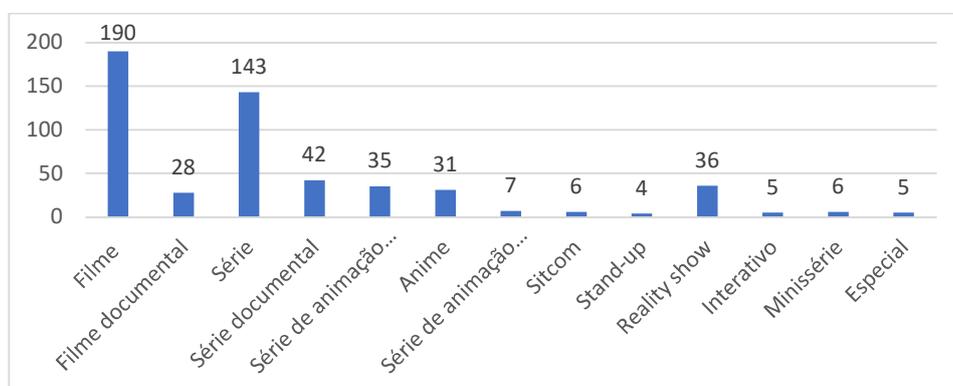
<sup>5</sup> <https://www.terra.com.br/diversao/gente/erro-revela-numero-de-assinantes-da-netflix-no-brasil,b08e5301fa31db911470f72d6f5f88b1eb8qu0mw.html>

às novelas, que se desenham episódio a episódio”; o modelo de narrativa episódico, por sua vez, caracteriza-se por ser um “modelo de narrativa autoconclusiva, que começa e termina no mesmo episódio, comum em séries de temáticas médicas e policiais”, apresentando uma trama híbrida e dilatação dos arcos dramáticos. Por fim, há o modelo híbrido, que resulta de “uma configuração da estrutura serial e procedimental”, com linhas narrativas autoconclusivas que rememoram eventos e casos isolados, ocorridos em episódios procedimentais. (MASSAROLLO *et al*, 2018, p.277)

Com o objetivo de compreender a oferta de conteúdos televisivos seriados no catálogo da Netflix, realizamos um levantamento geral das produções originais ou licenciadas com exclusividade na Netflix Brasil, no ano de 2021. Tal classificação baseou-se nas identificações oferecidas nos catálogos do serviço. Estima-se que tenham sido lançados, naquele ano, 548 produções dentro desse escopo. Para contagem das produções, consideramos cada temporada como um lançamento, e não o número de capítulos ou episódios de cada programa ou série. Esses números são aproximados, pois a plataforma não divulga, em sua totalidade, todos lançamentos à imprensa.

Através do Gráfico 02, percebemos que, desse total, cerca de 218 filmes foram licenciados com exclusividade pela plataforma, incluindo filmes documentais e filmes animados. Essas obras representam cerca de 39% das produções audiovisuais do catálogo. Porém, esses conteúdos, caracterizados pela oferta em peças unitárias, não são capazes de manter a audiência tanto tempo dedicada às telas como aqueles conteúdos seriados, sejam no modelo serial ou no modelo episódico.

**Gráfico 02: Classificação, por gênero, das produções originais ou licenciadas com exclusividade na plataforma Netflix Brasil em 2021**

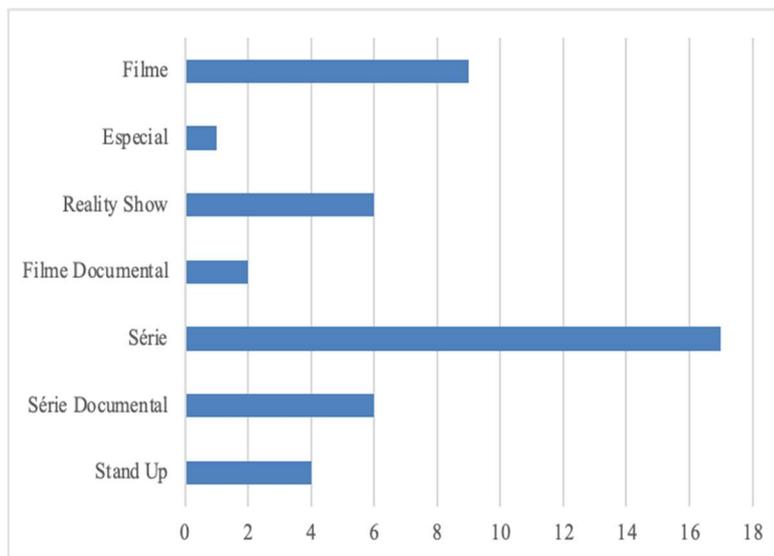


Fonte: Dados coletados e organizados pelas autoras

Em contraste, foram lançadas 143 temporadas de séries de ficção e 42 séries documentais. Outras produções ofertadas pela plataforma são organizadas em estruturas capitulares ou episódicas, como as séries de animação infantil, séries de animes, séries de animação adulta, reality shows, minisséries e sitcoms.

Para compreender as tendências de produção de conteúdo original brasileiro, utilizamos um recorte temporal maior, considerando os anos de 2019, 2020 e 2021. Neste levantamento, notamos que há maior investimento na realização de séries ficcionais. No Gráfico 03, notamos que foram lançadas 17 séries no período de análise. Conteúdos unitários, como filmes ou especiais, totalizaram 10 lançamentos no período.

**Gráfico 03: Conteúdos brasileiros originais ou licenciados com exclusividade pela Netflix Brasil (2019-2021)**



Fonte: Dados coletados e organizados pelas autoras

Dados mais gerais, organizados pela Ancine, revelam os tipos de conteúdos ofertados por outras plataformas de streaming no mercado brasileiro. Notamos, inicialmente, que o número de filmes supera a quantidade de séries na maioria das plataformas. De acordo com o Quadro 01, a Netflix Brasil possuía, no período de análise, 262 títulos de filmes brasileiros ou coproduzidos com o Brasil, frente aos 57 títulos de séries. Porém, ao compararmos a quantidade de conteúdos, percebemos que o número de episódios de séries supera o número de filmes que compõem o catálogo da Netflix: são 3.345 filmes em contraste com os 39.371 episódios (Quadro 02).

**Quadro 01: Quantidade de títulos brasileiros e coproduzidos com o Brasil por plataformas selecionadas em diferentes países**

	Brasil		Argentina		México	
	Filmes	Séries	Filmes	Séries	Filmes	Séries
Amazon Prime Video	398	124	65	35	103	36
Google Play Movies	574	8	52	2	85	1
Claro Video	25	2	35	27	36	29
Directv Go	213	65	6	12	6	14
Netflix	262	57	80	44	80	43
HBO Max	32	42	26	38	26	38
Star+	27	6	6	5	6	5
Disney+	14	12	7	8	7	8
Paramount+	8	13	3	7	3	7

Extraído de: ANCINE, 2022, p.29

**Quadro 02: Quantidade de conteúdos (filmes e séries) por plataforma no Brasil**

Plataforma	Conteúdos	Filmes	Séries	Temporadas	Episódios
Amazon Prime Video	7.614	5.806	1.808	3.453	48.178
Netflix	5.203	3.345	1.858	3.113	39.371
Looke	5.074	4.678	396	490	7.570
Globoplay	3.808	2.643	1.165	2.321	62.955
Directv Go	3.661	2.827	834	1.098	11.600
HBO Max	3.248	2.520	728	1.547	26.010
Disney+	1.298	951	347	703	13.453
Canais Globo	1.248	438	810	1.561	47.321
Star+	1.137	928	209	675	10.326
Box Brazil Play	989	776	213	244	3.337
Paramount+	648	416	232	652	10.822
PlayPlus	511	6	505	520	48.768
Claro Video	465	377	88	140	3.051
STARZPLAY	241	171	70	107	894

Extraído de: ANCINE, 2022.

A tendência de produção e consumo de séries televisivas já vinha sendo delineada desde o desenvolvimento dos canais de TV por assinatura; tanto no Brasil, como nos Estados Unidos. No mercado nacional, percebemos a atuação de canais internacionais, mas com investimentos em conteúdo brasileiro: FOX, TNT e HBO investiram em séries, realizadas por produtoras independentes brasileiras, com recursos oriundos dos próprios canais.

---

O concorrente número 1 do streaming passou a ser a emissora de televisão aberta número 1, a Rede Globo. A Netflix entendeu o mercado e o gosto dos brasileiros por telenovelas. Percebeu que assinantes mais velhos têm dificuldades em abandonar velhos hábitos, como assistir à novela das nove. E que os fãs de séries mais velhos, porém mais escolarizados, veriam *House of Cards* e *The Crown*. Percebeu que o jovem não vê televisão como seus pais. Talvez devesse conquistá-los primeiro, para depois chegar à família e levá-la a assinar o canal. Assim, apostou numa estratégia similar à que a HBO fez com *Game of Thrones*, um caso de sucesso juvenil baseado numa literatura lida majoritariamente por jovens. (CANTORE, 2021, p.36-37)

A oferta de produções com maior número de episódios consolidou, portanto, os hábitos de consumo audiovisual da audiência brasileira. Vale lembrar que a série estadunidense *House of Cards* (2013- 2018), primeira série original da Netflix, tornou-se um importante instrumento para a consolidar o hábito de consumo de streaming.

De acordo com Jaqueline Cantore (2021), a partir de 2007, as séries estadunidenses da TV por assinatura suplantaram as da TV Aberta em indicações ao Emmy, verba e público. Essa tendência foi, de certo modo, absorvida pelas plataformas de streaming, mais capazes de arriscar e falar para nichos específicos, assim como os canais de TV por assinatura.

### **Novas práticas de consumo audiovisual:**

Os gráficos 01 e 02 apontaram a predominância de conteúdos ficcionais seriados, permitindo ao espectador uma mudança nos hábitos de consumo, com práticas de *binge watching*. Reality shows, séries, séries documentais e stand-up são ofertados em vários episódios, garantindo a permanência do telespectador mais tempo diante da plataforma. Essa prática é descrita por Massarolo *et al* (2018) como uma forma de consumo continuado de conteúdo televisivo, ofertado através do streaming. Nesse sentido, os autores destacam que “o diferencial de que “maratonar” séries é um hábito associado ao fluxo televisivo convencional, enquanto o binge-watching disponibiliza conteúdos que são individualmente organizados para consumo continuado”. Os autores também afirmam que “o acesso aos conteúdos gerados via streaming ou downloads incentivam a prática de binge-watching, haja vista que ocorre a transferência do controle da programação para as mãos do telespectador”.

Desde 2021, a Netflix informa semanalmente as produções com maiores índices de audiência, numa lista intitulada Top 10. Esse ranking divide-se entre filmes e

programas de televisão mais assistidos em diferentes mercados onde a plataforma encontra-se presente. Aqui, interessa-nos compreender os hábitos de consumo televisivo na plataforma.

Embora não sejam divulgados os números de visualizações de cada produção audiovisual, os dados extraídos permitem compreender as tendências de consumo televisivo pelos telespectadores brasileiros. Para isso, utilizamos como parâmetro de análise a incidência, ou seja, o número de semanas em que cada produção figurou na lista Top 10. Esta análise foi realizada a partir dos dados publicados pela plataforma entre 28 de junho de 2021 e 03 de julho de 2022.

### Quadro 03: Produções televisivas com picos de audiência na Netflix Brasil

TÍTULO	GÊNERO	INCIDÊNCIA	PRÓPRIO OU LICENCIADO	NACIONALIDADE
CHIQUITITAS	TELENOVELA	45 SEMANAS	LICENCIADO	Brasil
AS AVENTURAS DE POLIANA: SEASON	TELENOVELA	37 SEMANAS	LICENCIADO	Brasil
CARINHA DE ANJO: SEASON 1	TELENOVELA	35 SEMANAS	LICENCIADO	Brasil
CARROSSEL	TELENOVELA	27 SEMANAS	LICENCIADO	Brasil
CÚMPLICES DE UM RESGATE	TELENOVELA	18 SEMANAS	LICENCIADO	Brasil
CAFÉ CON AROMA DE MUJER: SEASON	TELENOVELA	14 SEMANAS	LICENCIADO	Colômbia
PAW PATROL: SEASON 6	SÉRIE DE ANIMAÇÃO INFANTIL	10 SEMANAS	LICENCIADO	Canadá
LA CASA DE PAPEL: PART 5	SÉRIE	9 SEMANAS	ORIGINAL NETFLIX	Espanha
STRANGER THINGS 4	SÉRIE	6 SEMANAS	ORIGINAL NETFLIX	Estados Unidos
STRANGER THINGS 3	SÉRIE	6 SEMANAS	ORIGINAL NETFLIX	Estados Unidos
STRANGER THINGS 2	SÉRIE	6 SEMANAS	ORIGINAL NETFLIX	Estados Unidos
BRIDGERTON: SEASON 2	SÉRIE	6 SEMANAS	ORIGINAL NETFLIX	Estados Unidos
FOR LIFE: SEASON 1	SÉRIE	6 SEMANAS	LICENCIADO	Estados Unidos

Fonte: Dados extraídos e organizados pelas autoras. Disponível em:  
<https://top10.netflix.com/brazil/>

Chama a atenção, inicialmente, a recorrência das telenovelas brasileiras, licenciadas pelo SBT, nos picos de audiência. Nos anos de 2021 e 2022, seis telenovelas alcançaram esse *ranking*: a telenovela *Chiquititas*, produção de 2015, permaneceu durante 45 semanas na lista das produções televisivas mais assistidas no Brasil. Em seguida, quatro outras telenovelas infanto-juvenis, com as mesmas características de licenciamento e produção, constam na lista: *As aventuras de Poliana*, *Carinha de Anjo*, *Carrossel* e *Cúmplices de um resgate*. A telenovela colombiana *Café com aroma de mulher* também figurou entre as produções mais assistidas pelos brasileiros.

É importante destacar que, em contraste, a lista de filmes mais assistidos no Brasil, neste mesmo período de análise, caracteriza-se pela baixa recorrência no ranking Top 10. O filme *Hotel Transylvania 3: Summer Vacation* foi o filme que figurou mais tempo no

---

ranking brasileiro, permanecendo apenas 7 semanas entre os filmes mais assistidos da plataforma.

Percebemos, ainda, que as obras televisivas mais assistidas na plataforma se caracterizam pela estrutura serial, contribuindo para a forma de consumo sequencial dos telespectadores, presos aos arcos dramáticos dessas produções, e fazendo com que voltem rotineiramente à plataforma para assistir à continuidade da história narrada na tela. Massarollo *et al* lembram que “o modelo da estrutura serial é o elemento diferencial utilizado pela Netflix, por exemplo, para “fisgar” o telespectador na primeira parte de uma temporada, funcionando como um gancho para o engajamento das audiências” (MASSAROLLO *et al*, 2018, p.277). Apenas uma das produções, *Paw Patrol (Patrulha Canina)*, série de animação infantil, caracteriza-se pela estrutura episódica, com narrativa autoconclusiva, encerrando-se a cada episódio.

Também cabe destacar que as produções que atingiram o topo do *ranking* são reprises de telenovelas licenciadas, um gênero televisivo tradicionalmente consumido na TV aberta. Não há, entre as produções brasileiras de maior audiência, conteúdos originais ou licenciados com exclusividade pela Netflix.

Em seguida, vê-se a predominância de produções televisivas seriadas estrangeiras, com maior recorrência de obras estadunidenses: destacam-se, aí, os conteúdos seriados considerados *hits* internacionais: *Casa de Papel*, série espanhola; e *Stranger Things*, série estadunidense cujas temporadas 2, 3 e 4 também estiveram presentes na lista.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Este artigo buscou compreender, através do levantamento de dados, tendências de oferta e de consumo de produtos televisivos na plataforma Netflix. Percebemos, inicialmente, que a oferta de conteúdos da modalidade serial no mercado brasileiro, com destaque para a séries de ficção e telenovelas, é uma tendência consolidada.

A prática de *binge watching*, surge justamente da oferta de temporadas inteiras de séries ou programas de entretenimento oferecidos em episódios. Ou seja, produtos seriados contribuem para a fidelização da audiência das plataformas, presa aos episódios ou capítulos de séries, reality shows, documentários seriados e telenovelas. Embora os dados levantados deem ênfase à produção e exibição de séries, percebemos que o telespectador brasileiro conserva hábitos de audiência trazidos da televisão aberta. Os altos índices de audiência de telenovelas licenciadas revelam a necessidade de

---

investimento neste gênero audiovisual. Assim, em abril de 2023, a Netflix anunciou a produção de sua primeira telenovela original – *Pedaço de Mim*. Antes disso, a HBO Max anunciou o lançamento da telenovela *Beleza Fatal*. Por fim, o Prime Video anunciou o investimento na produção de uma telenovela infantojuvenil, *A infância de Romeu e Julieta*, em parceria com o SBT.<sup>6</sup> Os investimentos neste gênero televisivo refletem, portanto, uma tentativa de tais empresas oferecerem aos telespectadores os conteúdos de maior demanda e fidelização do público nos picos de audiência.

## REFERÊNCIAS

ANCINE. **Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda no Brasil 2022**. Disponível em: <<https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos/pdf/informe-vod-pos-revisao-28-fev-2023.pdf>>. Acesso em 26 abr. 2023.

ARONCHI DE SOUZA, J. C.. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

CANTORE, J. **Série – O livro: De onde vieram, como são feitas e por que amamos**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2021.

LOBATO, R. **Netflix nations: the geography of digital distribution**. New York: New York University Press, 2019.

MASSAROLO, J. *et al.* Práticas de binge-watching nas multiplataformas. In: **Communication and Media**, pp 249-287, 2018.

Mittell, Jason. Complexidade narrativa na Televisão americana contemporânea. In: **Matrizes**. Ano 5 – N. 2 jan./jun., 2012.

---

<sup>6</sup> <https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/streaming-mira-nas-novelas-como-forma-de-fidelizar-publico-brasileiro>