



**UNIVERSIDADE  
FERNANDO  
PESSOA**

# **Impacto das Plataformas de Streaming na Indústria do Entretenimento**

(Impact of Streaming Platforms on the Entertainment Industry)

Projeto de Graduação

Licenciatura em Ciências da Comunicação

Maria João Martins Pastor

Orientador:

Professor Doutor António Cardoso

Setembro, 2025



Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Ciências da Comunicação

Porto, 2025

Maria João Martins Pastor

2022109394@ufp.edu.pt

Projeto de Graduação

Impacto das Plataformas de Streaming na Indústria do Entretenimento

---

(Maria João Martins Pastor)

Projeto de Graduação apresentado à  
Faculdade de Ciências Humanas e Sociais,  
da Universidade Fernando Pessoa, como  
parte dos requisitos necessários para a  
obtenção do Grau de Licenciado do Curso

de Ciências da Comunicação, sob orientação do Professor  
Doutor António Cardoso.

Dedico este trabalho a toda  
a minha família, em especial aos  
meus pais, avó e irmã pelo apoio ao longo  
da minha licenciatura.

## **Agradecimentos**

Ao meu orientador, Professor António Cardoso, pela orientação ao longo deste projeto e por todo o profissionalismo, ajuda e disponibilidade.

A todos os docentes do curso de Ciências da Comunicação da Universidade Fernando Pessoa que me acompanharam ao longo da minha licenciatura, por me ajudarem e orientarem da melhor maneira possível.

Aos meus amigos e colegas de curso, agradeço por todo o apoio e ajuda ao longo da licenciatura. Um obrigado especial à Ana Sofia, Raquel e Núria que foram fundamentais neste percurso.

À minha família, por me ter dado a oportunidade de me formar no curso de Ciências da Comunicação, por me proporcionar disponibilidade, apoio e carinho durante todos estes 3 anos.

A todos, obrigado.

## Resumo

Este projeto tem como objetivo analisar o impacto das plataformas de *streaming* na indústria do entretenimento, ao explorar as transformações que estes serviços provocam no consumo, produção, distribuição e valorização de conteúdos audiovisuais. O surgimento do *streaming* revolucionou a forma como o público acede ao entretenimento, substituindo modelos tradicionais, como a televisão a cabo e o cinema, por um formato mais flexível e personalizado, assente no acesso digital imediato e no modelo *on-demand*.

Ao longo do trabalho será abordada a forma como o *streaming* alterou os hábitos de consumo, permitindo ao público assistir a conteúdos de qualquer lugar e a qualquer hora, bem como a popularização do *binge-watching* e a democratização do acesso a produções internacionais. Serão ainda analisados os impactos na produção, desde o aumento das obras originais exclusivas das plataformas até à diversidade cultural e representativa que ganharam maior espaço nestes serviços.

Para além da Investigação teórica, foi também realizado um questionário online, cujos resultados revelaram que a maioria dos participantes utiliza sobretudo a Netflix e Spotify de uma forma regular maioritariamente por motivos de entretenimento e lazer o que confirma que o streaming já substituiu em grande parte os meios tradicionais do consumo. Os inquiridos destacaram igualmente a influência dos algoritmos de recomendação e a relevância do custo das plataformas na decisão de subscrição, aspetos que refletem os benefícios e desafios que estas tecnologias apresentam.

Desta forma, o projeto pretende demonstrar que o *streaming* é uma das maiores revoluções na história recente do entretenimento, trazendo benefícios significativos, mas também novos obstáculos que exigem constante adaptação por parte da indústria.

**Palavras-Chave:** Plataformas de Streaming, Globalização Cultural, Comunicação Digital, Conteúdo Audiovisual.



## **Abstract**

This project aims to analyze the impact of streaming platforms on the entertainment industry, by exploring the transformations these services have brought to the consumption, production, distribution, and appreciation of audiovisual content. The emergence of streaming has revolutionized the way audiences access entertainment, replacing traditional models such as cable television and cinema with a more flexible and personalized format, based on immediate digital access and the on-demand model.

Throughout this work, the focus will be on how streaming has changed consumption habits, allowing audiences to watch content anytime and anywhere, as well as the popularization of binge-watching and the democratization of access to international productions. The impacts on production will also be addressed, from the increase in platform-exclusive original works to the cultural and representative diversity that has gained greater visibility in these services.

In addition to the theoretical research, an online questionnaire was conducted, and the results revealed that most participants mainly use Netflix and Spotify on a regular basis, primarily for entertainment and leisure purposes, which confirms that streaming has largely replaced traditional forms of media consumption. Respondents also highlighted the influence of recommendation algorithms and the relevance of platform costs in subscription decisions, aspects that reflect both the benefits and challenges posed by these technologies.

Thus, the project demonstrates that streaming is one of the greatest revolutions in the recent history of entertainment, bringing significant benefits while also presenting new obstacles that demand constant adaptation from the industry.

**Keywords:** Streaming Plataforms, Cultural Globalization, Digital Communication, Audiovisual Content

# Índice

Resumo.....	IV
Índice de Figuras.....	IX
Introdução .....	- 1 -
1.1 Contextualização do Tema.....	- 1 -
1.2 Problema da Pesquisa.....	- 1 -
1.3 Justificativa da Pesquisa.....	- 1 -
1.4 Objetivos da Pesquisa .....	- 2 -
<b>1.4.1 Objetivo Geral</b> .....	- 2 -
<b>1.4.2 Objetivos Específicos</b> .....	- 2 -
1.5 Metodologia do Trabalho.....	- 2 -
1.6 Estrutura do Trabalho.....	- 3 -
Capítulo I – Evolução Histórica e Contexto Tecnológico do Streaming.....	- 4 -
1.1 Origens do Streaming.....	- 4 -
1.3 Significado de On-demand.....	- 7 -
1.4 Avanços Tecnológicos .....	- 8 -
1.5 Transformações nos Hábitos de Consumo.....	- 9 -
Capítulo II – Impactos e Desafios do Streaming .....	- 11 -
2.1 Impactos no Mercado e Produção de Conteúdos.....	- 11 -
2.2 O Papel da Tecnologia e dos Algoritmos.....	- 12 -
2.3 Desafios Atuais e Perspetivas Futuras .....	- 13 -
Capítulo III – Resultados da Pesquisa Empírica.....	- 14 -
3.1 Metodologia de Investigação .....	- 14 -
3.2 Apresentação e Análise dos Resultados.....	- 16 -
<b>3.2.1 Faixa Etária dos Participantes</b> .....	- 16 -
<b>3.2.2 Com que frequência utiliza Plataformas de Streaming?</b> .....	- 16 -
<b>3.2.3 Que plataformas utiliza com maior regularidade?</b> .....	- 17 -
<b>3.2.4 Qual o principal motivo para usar streaming?</b> .....	- 18 -

<b>3.2.5 Sente que as recomendações das plataformas são úteis e acertadas? .....</b>	<b>- 19 -</b>
3.3 Conclusão da Pesquisa.....	- 20 -
Conclusão.....	- 21 -
Referências Bibliográficas .....	- 23 -

## **Índice de Figuras**

Figura 1 – DVD's Netflix

Figura 2 – Windows Media Player

Figura 3 - Tudum, Netflix 2025

# **Introdução**

## **1.1 Contextualização do Tema**

Este projeto tem como objetivo analisar o impacto das plataformas de *streaming* na indústria do entretenimento, vamos explorar como estes serviços transformaram a produção, distribuição e consumo de conteúdos audiovisuais. O surgimento do *streaming* revolucionou a forma como o público acede ao entretenimento, substituindo modelos tradicionais, como a televisão por cabo e o cinema, por formatos digitais flexíveis e *on-demand*. Esta transformação tecnológica e cultural alterou profundamente os hábitos de consumo, permitindo que os espectadores assistam a conteúdos de qualquer lugar e a qualquer hora, além de fomentar práticas como o *binge-watching* e a personalização de conteúdos através de algoritmos de recomendação.

## **1.2 Problema da Pesquisa**

O problema central que este projeto procura investigar é a adaptação da indústria do entretenimento às mudanças provocadas pelo *streaming*, considerando desafios como a saturação do mercado, a valorização do trabalho criativo, a sustentabilidade digital e a competitividade entre plataformas. Neste contexto, os objetivos da pesquisa incluem compreender a evolução histórica do *streaming*, analisar os impactos no consumo e na produção de conteúdos, avaliar os efeitos económicos e culturais e discutir os desafios e perspetivas futuras para a indústria. A pergunta central deste trabalho é: de que maneira é que o *streaming* revolucionou a área do entretenimento?

## **1.3 Justificativa da Pesquisa**

A justificativa para este estudo reside na relevância contemporânea do tema. O *streaming* tornou-se um fenómeno global que não só redefine a forma como o público consome

conteúdos, mas também altera estruturas económicas, sociais e culturais da indústria. Compreender estas transformações é fundamental para refletir sobre os benefícios e obstáculos do *streaming* e para fornecer uma análise crítica sobre as mudanças que estas plataformas impõem aos produtores, distribuidores e consumidores de conteúdos audiovisuais.

## **1.4 Objetivos da Pesquisa**

### **1.4.1 Objetivo Geral**

- Analisar de que maneira o *streaming* revolucionou a área do entretenimento

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Compreender a evolução histórica e o enquadramento tecnológico
- Examinar as mudanças nos hábitos de consumo
- Avaliar o impacto das plataformas na produção e distribuição de conteúdos
- Investigar o papel da tecnologia e dos algoritmos
- Discutir os desafios atuais e perspetivas futuras

## **1.5 Metodologia do Trabalho**

A metodologia adotada neste projeto é de carácter qualitativo, com enfoque na análise de conteúdos, revisão bibliográfica e estudo de casos. Serão consultadas fontes académicas, artigos científicos, relatórios da indústria e publicações especializadas sobre *streaming*, consumo de media e indústria do entretenimento. Além disso, serão analisados dados de plataformas de *streaming*, tendências de consumo e exemplos de produções originais que alcançaram repercussão global.

## 1.6 Estrutura do Trabalho

Deste modo, o projeto se organiza em três capítulos: o primeiro analisará a evolução histórica e contexto tecnológico do *streaming*; o segundo focar-se-á no impacto na produção e na indústria do entretenimento, incluindo produções originais, diversidade cultural e efeitos económicos e o quarto discutirá os resultados da pesquisa empírica e será realizada uma análise para chegarmos a uma conclusão.

Assim, o projeto pretende demonstrar que o *streaming* representa uma das maiores revoluções recentes no entretenimento, oferecendo benefícios significativos, mas também apresentando desafios complexos que exigem adaptação e inovação contínua.

## Capítulo I – Evolução Histórica e Contexto Tecnológico do Streaming

### 1.1 Origens do Streaming

As origens do *streaming* iniciam no final da década de 90 e início dos anos 2000, quando o aumento da disponibilidade de internet de alta velocidade possibilitou a transmissão de áudio e vídeo de forma contínua, sem necessidade de download completo (Lotz, 2014). Os primeiros serviços de *streaming* surgiram como alternativas experimentais às mídias físicas, que fez com que os usuários acessem a conteúdos de forma imediata. Plataformas pioneiras como *RealPlayer* e *Windows Media Player* possibilitaram a reprodução de arquivos multimídia diretamente através da internet, abrindo caminho para o desenvolvimento de serviços mais sofisticados.

No início dos anos 2000, o *streaming* começou a ganhar relevância com o surgimento de sites de partilha de vídeos, sendo o YouTube, lançado em 2005, um marco na democratização do acesso a conteúdos audiovisuais (Burgess & Green, 2018). Este período também testemunhou a transição de um modelo centrado em downloads para a transmissão contínua de dados, permitindo que conteúdos de maior duração fossem consumidos sem interrupções. Paralelamente, utilizadores de internet começaram a expandir a largura de banda e a melhorar a infraestrutura digital, facilitando a difusão de conteúdos em tempo real.

Esses avanços tecnológicos e experimentos iniciais lançaram as bases para o que se tornaria a indústria moderna do *streaming*, alcançando a criação de serviços por subscrição como Netflix, que inicialmente dedicado ao envio de DVDs pelo correio, começou em 2007 a oferecer *streaming* de filmes e séries, transformando radicalmente a forma como o público consumia conteúdo (Tryon, 2013).



*Figura 1 - DVD's Netflix*



*Figura 2 – Windows Media Player*

## 1.2 Consolidação das Plataformas de Streaming

Segundo Amanda Lotz (2017) a consolidação das plataformas de *streaming* ocorreu a partir da segunda década dos anos 2000, quando empresas pioneiras começaram a transformar o modo como os consumidores acediam a conteúdos audiovisuais. Se, no início, o *streaming* estava limitado a transmissões instáveis e a catálogos reduzidos, rapidamente evoluiu para um modelo dominante no mercado do entretenimento (Tryon, 2013).

O ponto de viragem deu-se com o lançamento da Netflix como serviço de subscrição em 2007, que, após ter começado como um serviço de aluguer de DVDs por correio como referido anteriormente, apostou numa plataforma totalmente digital (Lobato, 2019). Esta transição não só demonstrou a viabilidade técnica do *streaming* em grande escala, como também alterou as expectativas dos consumidores, habituando-os ao acesso ilimitado e imediato a conteúdos (Lotz, 2017). Poucos anos depois, a entrada da Spotify no setor da música reforçou essa tendência, oferecendo milhões de faixas acessíveis em qualquer dispositivo conectado à internet, sem a necessidade de download (Tryon, 2013).

A partir desse momento, surgiram múltiplos concorrentes, como Amazon Prime Video, Hulu, Disney+, HBO Max e Apple TV+, cada um deles com estratégias específicas de diferenciação, seja pela exclusividade de conteúdos originais, pelo preço competitivo ou pela integração com outros serviços tecnológicos (Splanger, 2019). O investimento massivo em produções originais tornou-se uma das marcas de identidade das plataformas, transformando-as não apenas em distribuidoras de conteúdos, mas também em grandes produtoras globais (Lobato, 2019).

Este movimento de consolidação também impulsionou uma mudança no comportamento do público. O hábito de esperar pela programação televisiva foi substituído pelo consumo sob demanda (*on demand*), no qual cada utilizador decide o que assistir, quando assistir e em que dispositivo. Além disso, os algoritmos de recomendação, baseados em inteligência artificial, desempenharam um papel fundamental, personalizando a experiência e prolongando o tempo de permanência nas plataformas.

Atualmente, o mercado do *streaming* encontra-se em constante crescimento e fragmentação, com diversas plataformas a disputar a atenção dos utilizadores (Splanger, 2019). Contudo, esta consolidação trouxe também novos desafios: a saturação de subscrições, a pirataria digital e a intensificação da concorrência entre serviços que procuram garantir a fidelização dos assinantes. Ainda assim, a consolidação do *streaming* representa uma das maiores revoluções na indústria cultural, reconfigurando definitivamente a forma como a sociedade consome música, filmes, séries e outros conteúdos audiovisuais.

### **1.3 Significado de On-demand**

De acordo com o Chuck Tryon (2013), o termo *on demand* refere-se a um modelo de consumo de conteúdos em que o utilizador tem total controlo sobre o que quer assistir, quando e onde. Diferente da programação televisiva tradicional, em que os horários e grelhas são definidos pelas emissoras, o *on demand* coloca a escolha nas mãos do espectador. Este formato é característico das plataformas de *streaming*, como a Netflix, a HBO Max ou a Disney+, permitindo ao utilizador aceder a filmes, séries, documentários e outros conteúdos de forma imediata, através de uma simples pesquisa ou clique.

O *on demand* responde às novas necessidades de consumo mediático, associadas à personalização, flexibilidade e autonomia, uma vez que cada pessoa pode criar a sua própria experiência de entretenimento, sem estar presa a restrições temporais ou geográficas. Além disso, este modelo é impulsionado por algoritmos que sugerem conteúdos com base no histórico de visualização e nas preferências do utilizador, moldando, em muitos casos, os gostos individuais e influenciando as escolhas culturais.

## 1.4 Avanços Tecnológicos

Os avanços tecnológicos das últimas décadas foram fundamentais para o surgimento e consolidação das plataformas de *streaming*, ao transformar radicalmente a forma como os conteúdos audiovisuais são produzidos, distribuídos e consumidos. Entre os fatores mais relevantes estão a expansão da internet de alta velocidade, o desenvolvimento de dispositivos móveis e televisores inteligentes, bem como a utilização de soluções de armazenamento em nuvem e a apropriação dos algoritmos de recomendação (Lobato, 2019; Lotz, 2017).

A transmissão de conteúdos em tempo real, o que é a característica essencial do *streaming*, só se tornou viável graças à evolução das infraestruturas digitais. A disponibilidade de redes 4G e 5G permitiu uma experiência de consumo mais fluida e em alta qualidade, enquanto a computação em nuvem possibilitou que grandes volumes de dados fossem armazenados e distribuídos globalmente, garantindo acesso imediato aos conteúdos (Jenner, 2018).

Além disso, os dispositivos móveis, tablets e as *smart TVs* ampliaram a flexibilidade de consumo, permitindo que os utilizadores acedam a filmes, séries e música em qualquer lugar e a qualquer hora. Assim, os algoritmos de inteligência artificial passaram a analisar padrões de comportamento do público, ao oferecer recomendações personalizadas que aumentam a interação e a fidelização do utilizador (Lobato, 2019).

Desta forma, os avanços tecnológicos não só possibilitaram o desenvolvimento do modelo *on demand*, como também transformaram os hábitos de consumo e abriram caminho para novas estratégias de produção, distribuição e monetização dentro da indústria do entretenimento. Sem estas inovações, a consolidação das plataformas de *streaming* e o sucesso de séries e conteúdos originais dificilmente teriam sido possíveis.

## 1.5 Transformações nos Hábitos de Consumo

O surgimento das plataformas de *streaming* provocou mudanças significativas nos hábitos de consumo de conteúdos audiovisuais (Lotz, 2017). Ao contrário do modelo tradicional de televisão, que seguia horários rígidos de programação, o *streaming* permite ao utilizador assistir aos conteúdos quando e onde quiser, ao promover uma experiência mais flexível e personalizada. Esta autonomia contribuiu para a popularização do *binge-watching*, ou seja, a visualização de episódios vistos de uma forma contínua, uma experiência que passou a fazer da rotina de milhões de utilizadores em todo o mundo.

Além disso, o *streaming* democratizou o acesso aos conteúdos internacionais, possibilitando às produções de diferentes países chegassem a um público geral. Séries como *La Casa de Papel* ou *Squid Game*, estes são exemplos claros de como este modelo permitiu a que histórias e culturas de outros lugares tornassem-se populares em todo o mundo e assim também transformou o modo como os espetadores se relacionam com o entretenimento.

A personalização feita pelos algoritmos de recomendação de plataformas também moldou novos padrões de consumo (Lotz, 2017). Com base nos hábitos de visualização, os outros utilizadores recebem sugestões adaptadas aos seus gostos, o que aumenta o tempo de consumo e cria experiências mais envolventes. Simultaneamente, esta lógica de recomendação tem um impacto na forma como os conteúdos são produzidos, com as plataformas a investir em obras que correspondam a preferências e tendências identificadas entre os utilizadores.

Em termos económicos e culturais, estas transformações indicam uma mudança significativa, o espetador deixou de ser um agente passivo e passou a ter um papel ativo na escolha e definição do que vai consumir. Esta alteração nos hábitos de consumo não consolidou o *streaming* como o modelo dominante no entretenimento digital, como

também abriu portas para novas estratégias da produção e distribuição dos conteúdos o que coloca o utilizador no centra da experiência mediática.

## Capítulo II – Impactos e Desafios do Streaming

### 2.1 Impactos no Mercado e Produção de Conteúdos

O *streaming* transformou profundamente o mercado do entretenimento, o que alterou a forma como os conteúdos são produzidos como também a maneira que chegam ao público. Plataformas como a Netflix, Amazon Prime e Disney+ não só competem com a televisão tradicional e o cinema, mas também redefiniram estratégias de produção e distribuição, o que resultou numa liderança na criação de conteúdos originais e exclusivos. Jenner (2018) refere na sua obra que esta mudança trouxe consigo uma lógica de mercado baseada na diferença e na fidelidade com o utilizador, onde a qualidade, inovação e a exclusividade das produções se tornaram fatores essenciais para o sucesso das plataformas.

Para além da criação de conteúdo, o *streaming* também alterou os padrões de consumo, incentivando fenómenos como *binge-watching* e a globalização cultural, nos quais os espetadores passam a interagir com séries e filmes de diferentes países (Jenner, 2018). Este impacto não se limita ao consumo individual, mas estende-se à formação de comunidades de fãs ou *fandoms*, que participam ativamente na divulgação, discussão e criação de conteúdo em torno das obras. Estes grupos fortalecem a ligação emocional com a plataforma, influenciam tendências culturais e aumentam a visibilidade das produções a nível global.

Um exemplo recente de como as plataformas de *streaming* fortalecem a relação com utilizadores e promovem os seus conteúdos é o Tudum, evento anual da Netflix que reúne fãs de todo o mundo. No site oficial da Netflix (2023) explica que durante este evento, a plataforma apresenta novos lançamentos, partilha bastidores das produções e cria experiências interativas que envolvem diretamente o público. O Tudum, exemplifica como a Netflix transforma o consumo passivo em participativo, ao fortalecer os *fandoms* e ao aumentar o envolvimento emocional dos espetadores com as séries e filmes.

O *streaming* não só transformou a indústria em termos de produção e distribuição, como também provocou mudanças significativas na relação entre público e conteúdo, estabelecendo um modelo de entretenimento mais dinâmico, diversificado e globalizado.



Figura 3 – Tudum, Netflix 2025

## 2.2 O Papel da Tecnologia e dos Algoritmos

A tecnologia e os algoritmos são elementos centrais no funcionamento e sucesso das plataformas de *streaming*, ao influenciar diretamente a forma como os conteúdos são consumidos e distribuídos (Lobato, 2019). Os algoritmos de recomendação analisam os hábitos de visualização dos utilizadores, sugerindo conteúdos personalizados que correspondem aos seus interesses e aumentam o tempo de permanência na plataforma. Esta personalização não cria só uma experiência mais envolvente para o espectador, como também fornece às plataformas dados estratégicos sobre preferências e padrões de consumo, ao orientar decisões de produção e promoção de conteúdos.

Para além da recomendação, a tecnologia permite uma distribuição eficiente e global dos conteúdos, ao garantir o acesso imediato a filmes, séries e música em qualquer dispositivo conectado à internet. A utilização de inteligência artificial e sistemas de análise de dados que possibilitam a plataformas como Netflix, Amazon Prime, etc... antecipem tendências, adaptem a oferta às expectativas do público e otimizem recursos na criação de novos conteúdos.

Deste modo, a tecnologia não é apenas um suporte logístico, mas um instrumento estratégico que transforma o modelo de consumo audiovisual, ao torná-lo mais eficiente, personalizado e competitivo. A aplicação de algoritmos avançados e inteligência artificial evidencia o papel das plataformas de *streaming* enquanto líderes na inovação tecnológica dentro da indústria do entretenimento.

## 2.3 Desafios Atuais e Perspetivas Futuras

As plataformas enfrentam atualmente uma série de desafios que refletem a rápida evolução da indústria do entretenimento e a crescente competitividade do mercado digital. Um dos principais obstáculos é a saturação do mercado, com múltiplas plataformas a disputarem a atenção do público e a necessidade de manter conteúdos exclusivos e de qualidade para fidelizar utilizadores. A pirataria digital continua a ser outro desafio, que afeta a rentabilidade e exige estratégias inovadoras de proteção autorais e distribuição segura de conteúdos (Lobato, 2019).

Além disso, a adaptação tecnológica constante é essencial para responder às expectativas do público, inclui a melhoria da experiência do utilizador, a personalização avançada através de algoritmos e a integração de novas tecnologias, como a Inteligência Artificial, realidade aumentada e formatos imersivos de *storytelling*<sup>1</sup> (Lotz, 2017; Jenner, 2018).

Em relação às perspetivas futuras, espera-se que o *streaming* continue a crescer, expandindo-se para novos mercados e explore nichos de consumo diversificados (Lotz, 2017). A inovação tecnológica permitirá experiências cada vez mais personalizadas e interativas, enquanto a produção de conteúdos originais e inclusivos deverá manter-se como o fator central da diferenciação (Jenner, 2018). Por fim, o novo modelo de subscrição poderá evoluir para integrar novas formas de monetização, como conteúdos pagos por visualizações, experiências ludificadas ou eventos online exclusivos, o que faz com que mantenha o *streaming* na vanguarda do entretenimento digital global (Lobato, 2019).

---

<sup>1</sup> Storytelling: Técnica de criação e comunicação de histórias envolventes, usada para transmitir informações, emoções ou valores e captar a atenção do público.

## Capítulo III – Resultados da Pesquisa Empírica

### 3.1 Metodologia de Investigação

Para complementar a análise teórica realizada ao longo do trabalho, foi desenvolvido um questionário com o objetivo de recolher dados empíricos sobre os hábitos de consumo de plataformas de *streaming* e as perceções dos utilizadores relativamente ao impacto destes serviços na sua vida quotidiana. O questionário foi elaborado de forma digital, através do Google Forms, e divulgado nas redes sociais, de forma a alcançar um público diversificado.

As questões incluídas no questionário foram elaboradas de acordo com os objetivos definidos no projeto, garantindo a sua pertinência e clareza. Segundo Gil (2008), a validade de um questionário depende da formulação de perguntas diretas e objetivas, que traduzam de forma operacional as dimensões a investigar. Nesta mesma linha, Quivy e Campenhoudt (2005) salientam que cada questão deve estar diretamente articulada com o problema central da investigação, assegurando a relevância dos dados recolhidos. Para além disso, conforme defendem Lakatos e Marconi (2010), procurou-se evitar ambiguidades na redação, de modo a facilitar a compreensão por parte dos participantes e a fiabilidade das respostas obtidas.

As questões do questionário foram inspiradas em debates teóricos desenvolvidos por autores como Jenner (2018), que analisa as transformações nos hábitos de consumo mediático, ou Lobato (2019), que discute o papel dos algoritmos na personalização das escolhas. Lotz (2017) contribui com a reflexão sobre os modelos de negócio e os custos das plataformas, aspeto traduzido em perguntas relacionadas com a influência do preço nas decisões de subscrição. Por fim, autores como Heuman e Gambarato (2023) destacam o impacto cultural e a democratização do acesso proporcionado pelo streaming, que fundamentam a inclusão de questões sobre a substituição dos meios tradicionais.

Este questionário foi realizado pelo um total de 22 participantes, jovens adultos e adultos, em Portugal, entre os 20 e os 54 anos. A coleta de resultados ocorreu no dia 17 de agosto de forma voluntária.

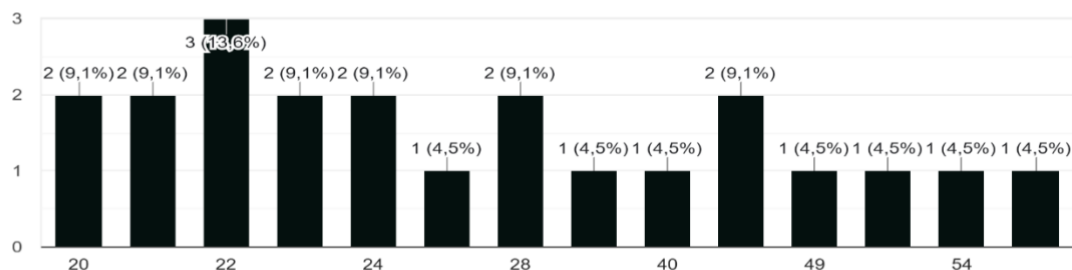
A estrutura do questionário contemplou perguntas de escolha múltipla, caixas de verificação e questões abertas, que permitiu obter uma visão abrangente sobre o impacto do *streaming*. Esta metodologia tinha o objetivo de perceber o quão grande é o impacto das plataformas e do algoritmo no dia a dia das pessoas.

## 3.2 Apresentação e Análise dos Resultados

### 3.2.1 Faixa Etária dos Participantes

Gráfico 1

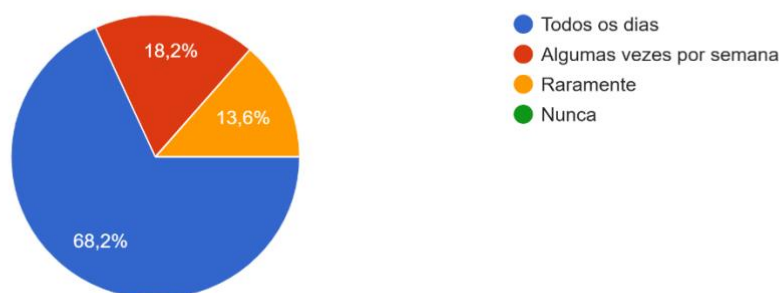
Qual a sua idade?  
22 respostas



### 3.2.2 Com que frequência utiliza Plataformas de Streaming?

Gráfico 2

Com que frequência utiliza Plataformas de Streaming?  
22 respostas



Como se observa no gráfico 2, a maioria dos participantes indicou utilizar plataformas de streaming todos os dias, o que demonstra a forte presença destas ferramentas no cotidiano. Este resultado evidencia que o streaming se consolidou como uma prática regular de consumo de entretenimento, deixando de ser algo pontual para assumir um

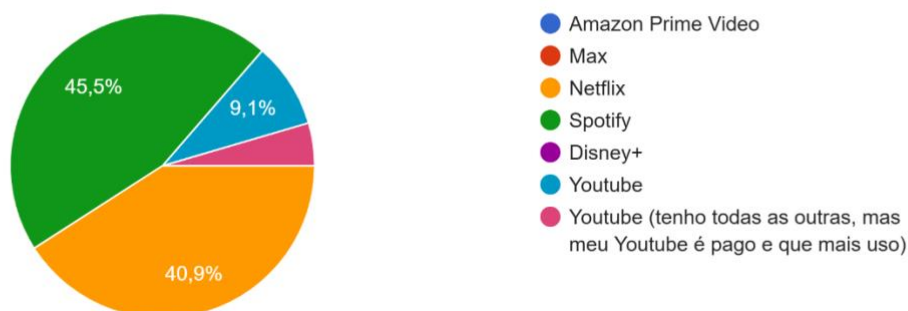
papel central nas rotinas diárias. A elevada frequência de utilização sugere ainda que o modelo *on demand*, pela sua rapidez e conveniência, responde de forma eficaz às necessidades do público atual, que valoriza autonomia e flexibilidade no acesso a conteúdos.

### 3.2.3 Que plataformas utiliza com maior regularidade?

#### Gráfico 3

Que plataformas utiliza com maior regularidade?

22 respostas



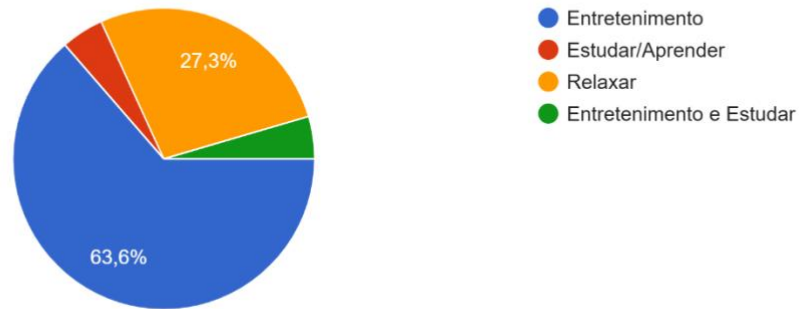
No Gráfico 3, observa-se que entre as plataformas de streaming mais utilizadas pelos participantes, o Spotify obteve a maior percentagem de respostas, superando a Netflix. Este resultado reflete a importância da música no quotidiano, especialmente entre jovens adultos, que recorrem ao Spotify não apenas para entretenimento, mas também como acompanhamento das suas atividades diárias. A predominância desta plataforma evidencia como o consumo musical se tornou uma prática constante e integrada na rotina, o que justifica o seu destaque em relação a serviços de streaming de vídeo.

### 3.2.4 Qual o principal motivo para usar streaming?

Gráfico 4

Qual o principal motivo para usar streaming?

22 respostas



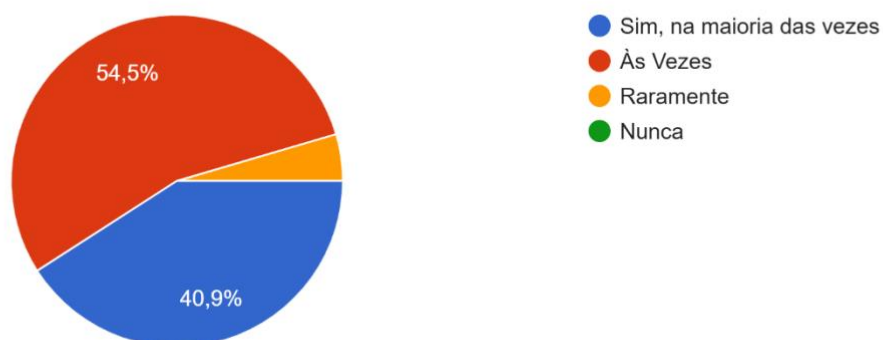
No gráfico 4, as principais motivações apontadas foram o entretenimento e lazer, seguidos do relaxamento o que reforça a ideia de que o *streaming* é percebido sobretudo como um espaço de prazer e conveniência. Também verificamos que os algoritmos de recomendação exercem influência significativa sobre as escolhas, embora suscitem tanto apreciação pela personalização como retração pelo risco do condicionamento.

### 3.2.5 Sente que as recomendações das plataformas são úteis e acertadas?

**Gráfico 5**

Sente que as recomendações das plataformas são úteis e acertadas?

22 respostas



Outro ponto relevante é a percepção dos utilizadores sobre os algoritmos. De recomendação. Grande parte dos inquiridos reconhece que estes influenciam as suas escolhas, ainda que em graus diferentes alguns valorizam a facilidade de descobrir novos conteúdos adaptados ao seu aos seus gostos, enquanto outros manifestam reservas sobre a limitação imposta pelas recomendações automáticas. Assim, verifica-se que os algoritmos são entendidos simultaneamente como uma vantagem e um possível condicionamento.

### **3.3 Conclusão da Pesquisa**

Os resultados do questionário confirmam que o streaming consolidou-se como forma dominante de consumo audiovisual, alterou hábitos culturais, promoveu novas formas de recomendação e personalização e colocou novos desafios à indústria, sobretudo no que diz respeito à concorrência, à fidelidade e ao custo para os utilizadores.

Em síntese, a pesquisa evidencia que o *streaming* consolidou-se como modelo dominante, ao moldar hábitos de consumo e também a trazer novos desafios e oportunidades para a indústria do entretenimento.

## Conclusão

Este projeto permitiu analisar de forma abrangente o impacto das plataformas de *streaming* na indústria do entretenimento, onde exploramos as transformações provocadas por este modelo na produção, distribuição e o consumo de conteúdos audiovisuais. Através do enquadramento teórico e da pesquisa empírica, verificou-se que o *streaming* não é apenas uma inovação tecnológica, mas sim uma verdadeira revolução cultural e económica que redefine a relação entre o público e os media.

Através do questionário aplicado, foi possível concluir que as plataformas de *streaming* são utilizadas diariamente pelos participantes, sendo predominantemente direcionadas ao entretenimento. Nas respostas abertas, os participantes destacaram a importância da inteligência artificial na personalização dos conteúdos, salientando que esta tecnologia permite encontrar de forma mais rápida e eficiente os conteúdos de que mais gostam, tanto em música, como no Spotify, quanto em séries e filmes.

Este estudo evidencia o impacto significativo que as plataformas de *streaming* têm na vida quotidiana dos cidadãos, mostrando que, atualmente, o acesso imediato a conteúdos, no modelo *on demand*, se tornou uma parte indispensável da experiência de entretenimento digital. A facilidade de acesso e a personalização proporcionada pelas plataformas reforçam a sua importância na vida moderna.

Embora os dados coletados sejam relevantes e forneçam uma visão geral sobre os hábitos de consumo digital, o estudo apresenta algumas limitações, nomeadamente o número reduzido de participantes e a faixa etária restrita, o que pode condicionar a generalização dos resultados. Apesar dessas limitações, os resultados obtidos são válidos no contexto do presente projeto e não comprometem a relevância das conclusões alcançadas.

Para futuras pesquisas, recomenda-se ampliar a amostra, incluindo participantes de diferentes idades, regiões e contextos socioeconómicos, de modo a obter resultados mais representativos. Sugere-se também diversificar as perguntas, combinando questões fechadas e abertas para explorar hábitos, motivações e impactos emocionais do consumo. Estudos comparativos entre plataformas e investigações sobre o papel da inteligência artificial e dos algoritmos de recomendação podem aprofundar a compreensão do comportamento dos utilizadores.

Podemos concluir que o *streaming* representa uma das maiores mudanças na história recente do entretenimento, ao transformar hábitos culturais, reestruturar modelos de negócio e abrir novas possibilidades para uma produção audiovisual. Mais do que uma tendência passageira, trata-se de um fenómeno estrutural que continuará a moldar o futuro da comunicação e do entretenimento à escala global.

## Referências Bibliográficas

Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity Press.

Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. NYU Press.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. Atlas.

Gonçalves-Dosantos, J. C., Martínez, R., & Sánchez-Soriano, J. (2024). *Measures of relevance to the success of streaming platforms*. arXiv.

Heuman, J., & Gambarato, R. R. (2023). The learning potential of streaming media: Cultural sustainability in a post-digital society. *Frontiers in Communication*, 8.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. NYU Press.

Jenner, M. (2018). *Netflix and the re-invention of television*. Palgrave Macmillan.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2010). *Fundamentos de metodologia científica*. Atlas.

Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York University Press.

Lotz, A. D. (2017). *Portals: A treatise on internet-distributed television*. Michigan Publishing.

Netflix. (2023). *Tudum Global Event*. <https://www.netflix.com/tudum/tudum-brazil-2023>

Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais*. Gradiva.

Spangler, T. (2019). Netflix vs. Disney+: The battle for streaming supremacy. *Variety*.

Tryon, C. (2013). *On-demand culture: Digital delivery and the future of movies*. Rutgers University Press.