

FACULDADE DE TECNOLOGIA DA ZONA LESTE

**Gabriel Oliveira
Isadora Barros
Júlia Damasceno
Lirian Mika
Rodrigo Neri
Rosângela M. C. Bonici¹**

POPULARIZAÇÃO DA NETFLIX

RESUMO

O trabalho foi realizado por meio de uma pesquisa teórica e, principalmente, por meio de uma pesquisa de campo disponibilizada pela plataforma online do Google Docs com o intuito de analisar a influência do serviço online, Netflix, na vida de diversos brasileiros. Dessa forma, é preciso compreender, antes de tudo, como ocorreu a expansão do serviço, não só no Brasil, como no mundo, já que vive-se em uma sociedade completamente consumista e que a cada ano desperta diferentes desejos para com os novos produtos ou serviços lançados. Além disso, tem-se foco também em descobrir quais são os meios de propagação do serviço, ou seja, como as pessoas tomaram conhecimento do mesmo e por qual motivo o aderiram. Sendo assim, foi divulgado um questionário com 14 perguntas nas principais redes sociais, como Facebook e Tumblr, para que um público constituído de 400 pessoas respondesse. A escolha do público foi constituída por meio de uma característica em comum: o acesso a Netflix. A técnica de amostragem selecionada consiste numa amostragem casual ou em uma aleatória simples, definida pela escolha ao acaso (aleatória) do indivíduo, onde cada membro da população tem que ter a mesma chance de ser escolhido entre os outros. Os resultados obtidos pela pesquisa demonstram que o serviço online de TV por assinatura está em constante expansão pelas regiões brasileiras, atingindo inicialmente as regiões mais desenvolvidas e seguindo para as demais. Foi comprovado também que a Netflix causou um impacto positivo nas vidas de seus assinantes por meio de seu conteúdo.

Palavras chaves: Netflix; serviço; online; redes; conteúdo; impacto.

¹ Professora orientadora do projeto

ABSTRACT

The study was conducted through a theoretical research and, especially, through field research provided by the online platform Google Docs in order to analyze the influence of the online service, Netflix, in lives of many Brazilians. Thus, we must understand, first of all, how was the expansion of the service, not only in Brazil but in the world, since we live in a completely consumerist society and each year arouses different desires towards new products or services launched. In addition, there is also focus on finding out what the service spread means, that is, as people took note of it and why the signatories. Therefore, a questionnaire was released with 14 questions on major social networks like Facebook and Tumblr, for an audience of 400 people to be responded. The choice of the public was made by one feature in common: access to Netflix. The selected sampling technique is a random sampling or simple random, defined by random choice (random) of the individual, where each member of the population has the same chance of being chosen among others. The results obtained from research is that the online pay-TV service is constantly expanding by Brazilian regions, initially affecting the most developed regions and going to the other. It was also proved that Netflix has had a positive impact on the lives of its subscribers through its content.

Key words: Netflix; service; online; networks; content; impact

1. INTRODUÇÃO

A Netflix surgiu em 1997 e após 6 anos a plataforma começou a crescer, partindo dos Estados Unidos e se expandindo para o mundo todo. Foi uma empresa que surpreendeu por ter começado como uma simples locadora de filmes, e que agora, é uma provedora global de programas de televisão via streaming (uma forma de transmissão de som e imagem (áudio e vídeo) através de uma rede qualquer de computadores sem a necessidade de efetuar downloads do que está se vendo e/ou ouvindo, pois neste método a máquina recebe as informações ao mesmo tempo em que as repassa ao usuário).

A empresa conquistou diversos usuários ao redor do mundo por meio de seu conteúdo diversificado e, ocasionalmente, ganhador de prêmios reconhecidos mundialmente. Além disso, busca oferecer conforto aos seus assinantes, uma vez que não há a preocupação com conteúdos alugados que deverão ser devolvidos dentro de um prazo e conseqüentemente, resultará em multas.

Contudo, a Netflix não está restrita a apenas um serviço de puro lazer, mas consiste também em um veículo de comunicação com grande impacto social, pois influencia de forma positiva a vida de seus usuários por meio de séries, filmes e

documentários que retratam a atual sociedade e representam uma forma de expressão para diversos públicos, transpassando assim, maior conscientização a população.

O estudo do serviço online é de grande importância para a compreensão de sua influência na sociedade brasileira, da mesma forma que ocorre a sua expansão e aceitação entre a população.

2. A NETFLIX

A Netflix é o principal serviço de TV por Internet do mundo, com cerca de 83 milhões de assinantes em mais de 190 países com disposição de 125 milhões de horas de filmes, documentários, séries e produções originais. Além disso, o usuário pode conectar-se a plataforma de qualquer aparelho eletrônico, desde que conectado a Internet. É possível também optar por assinar pacotes que correspondam às necessidades do assinante, assim como o mesmo pode pausar, retroceder e adiantar a sua programação quando desejar.

2.1. História da Netflix

- De 1997 a 2001
 - Em 1997 Reed Hastings e Marc Randolph fundam a Netflix, um serviço online de locação de filmes.
 - Em 1998 a Netflix lança o primeiro site de vendas e aluguel de DVDs: netflix.com.
 - Em 1999 Netflix lança o serviço por assinatura, oferecendo a locação ilimitada de DVDs por um preço mensal.
 - Em 2000 A Netflix lança um sistema de recomendação personalizada de filmes, que utiliza as classificações dos próprios assinantes da Netflix para recomendar títulos.
- De 2002 a 2006
 - Em 2002 Com 600 mil assinantes nos EUA, a Netflix faz uma oferta pública inicial na bolsa de valores de Nova York, com o símbolo “NFLX”.
 - Em 2005 o número de assinantes da Netflix aumenta para 4,2 milhões.
- De 2007 a 2011
 - Em 2007 a Netflix inicia o serviço de transmissão online, que permite aos assinantes assistir a séries e filmes instantaneamente no computador.

- Em 2008 a Netflix estabelece parcerias com fabricantes de eletrônicos para transmitir conteúdo online no Xbox 360, aparelhos Blu-ray e conversores de TV.
- Em 2009 a Netflix estabelece parcerias com fabricantes de eletrônicos para transmitir conteúdo online no PS3, TVs e outros aparelhos conectados à Internet.
- 2010 a Netflix é disponibilizada no Apple iPad, iPhone e iPod touch, no Nintendo Wii e em outros aparelhos conectados à Internet.
- Em 2011 a Netflix inicia o serviço em toda a América Latina e no Caribe.
- De 2012 a 2016
 - 2012 a Netflix chega à Europa, lançando o serviço no Reino Unido, Irlanda e os países nórdicos. A Netflix recebe seu primeiro Emmy de Engenharia.
 - 2013 a Netflix expande o serviço para os Países Baixos. A Netflix recebe 31 indicações ao Emmy, inclusive de melhor série dramática, melhor série de comédia e melhor documentário ou especial de não-ficção por “House of Cards”, “Orange is The New Black” e “The Square”. House of Cards venceu o Emmy em três categorias. Netflix é a primeira rede de TV por Internet indicada ao Emmy.
 - Em 2014, a Netflix iniciou o serviço em mais 6 países europeus (Alemanha, Áustria, Bélgica, França, Luxemburgo e Suíça).
 - Em 2015 a Netflix disponibiliza o serviço na Austrália, Nova Zelândia e Japão e continua expandindo na Europa com Itália, Portugal e Espanha.
 - Em 2016 ocorre a expansão da Netflix no mundo todo.

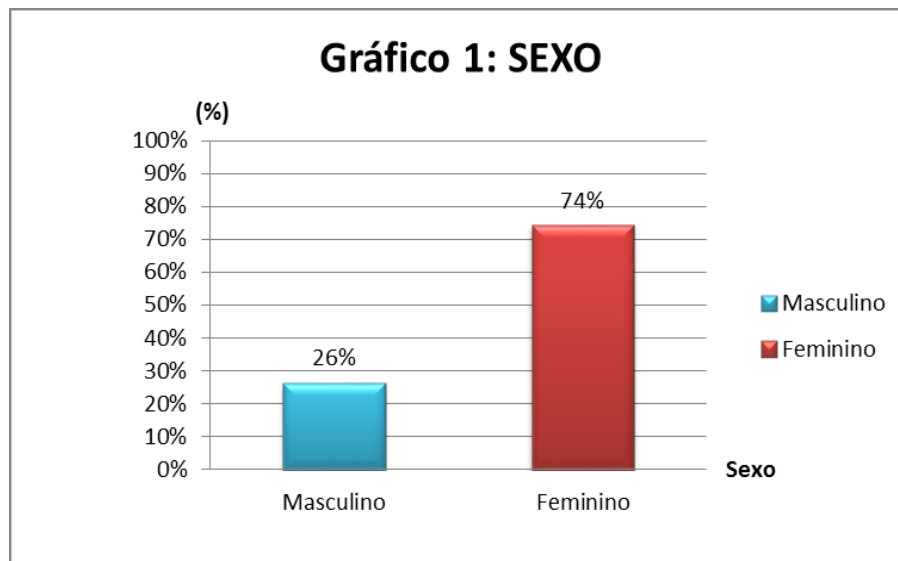
3. ESTUDO EMPÍRICO DO TEMA: A NETFLIX

Para realizar a pesquisa de campo, foi disponibilizado um formulário online nas redes sociais Facebook e Tumblr, por meio da plataforma do Google Forms, respondidos por usuários da Netflix de diferentes idades, regiões e gêneros. Segue abaixo o resumo das respostas.

Tabela 1: Sexo

SEXO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Masculino	104	0,26	26%

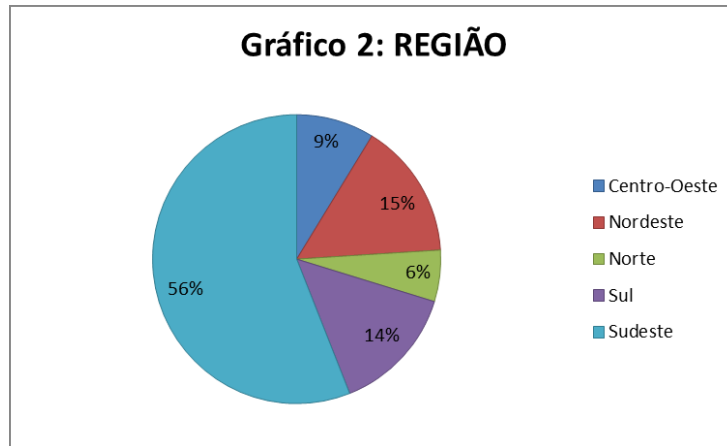
Feminino	296	0,74	74%
TOTAL	400	1	100%



Segundo os dados coletados, a população feminina representa cerca de 74% do público a ser estudado e a população masculina representa cerca de 26%.

Tabela 2: Regiões Brasileiras

REGIÃO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Centro-Oeste	35	0,0875	8,75%
Nordeste	61	0,1525	15,25%
Norte	23	0,0575	5,75%
Sul	57	0,1425	14,25%
Sudeste	224	0,56	56%
TOTAL	400	1	100%



Em relação às regiões brasileiras, a maior concentração de usuários da Netflix localiza-se na região Sudeste (56%), seguida pela região Nordeste (15%), da região Sul (14%), da região Centro Oeste (9%) e, por fim, da região Norte (6%)

Para o desenvolvimento da tabela e do gráfico da terceira questão, foi feito o seguinte cálculo:

$$AT = (X_{\max} - X_{\min}) + algo$$

$$AT = (68-10) + algo$$

$$AT = 58 + 1$$

$$AT = 59 + 1 = 60$$

$$K = 1 + 3,3 \times \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \times \log 400$$

$$K = 1 + 3,3 \times 2,602059991$$

$$K = 1 + 8,586797971$$

$$K = 9,58$$

$$\boxed{8} \quad \boxed{9} \quad \boxed{10}$$

ideal

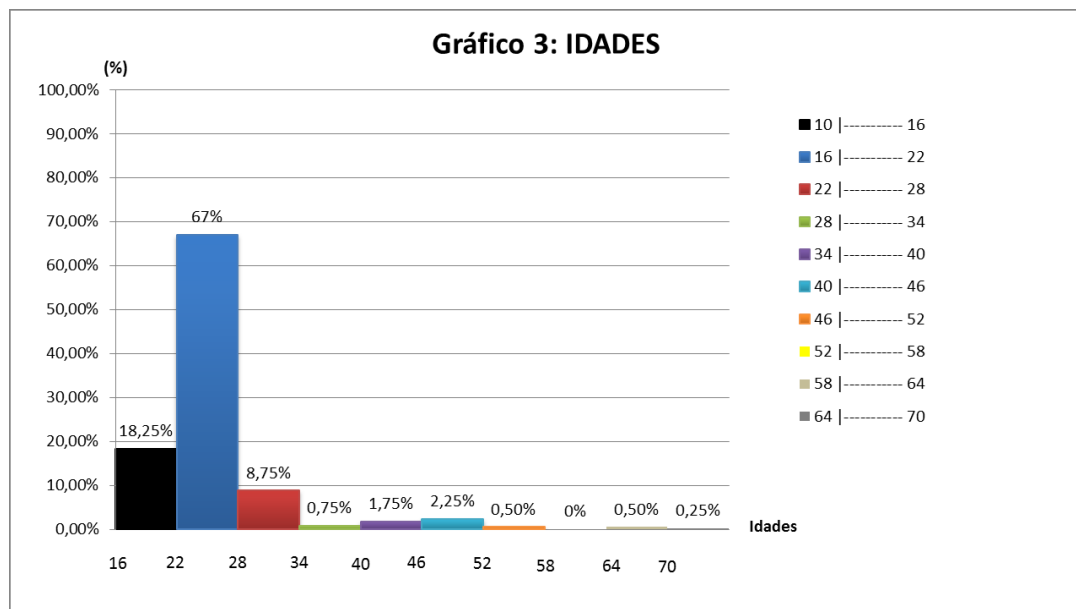
$$h = AT/K$$

$$h = 60/10$$

$$h = 6$$

Tabela 3: Idades

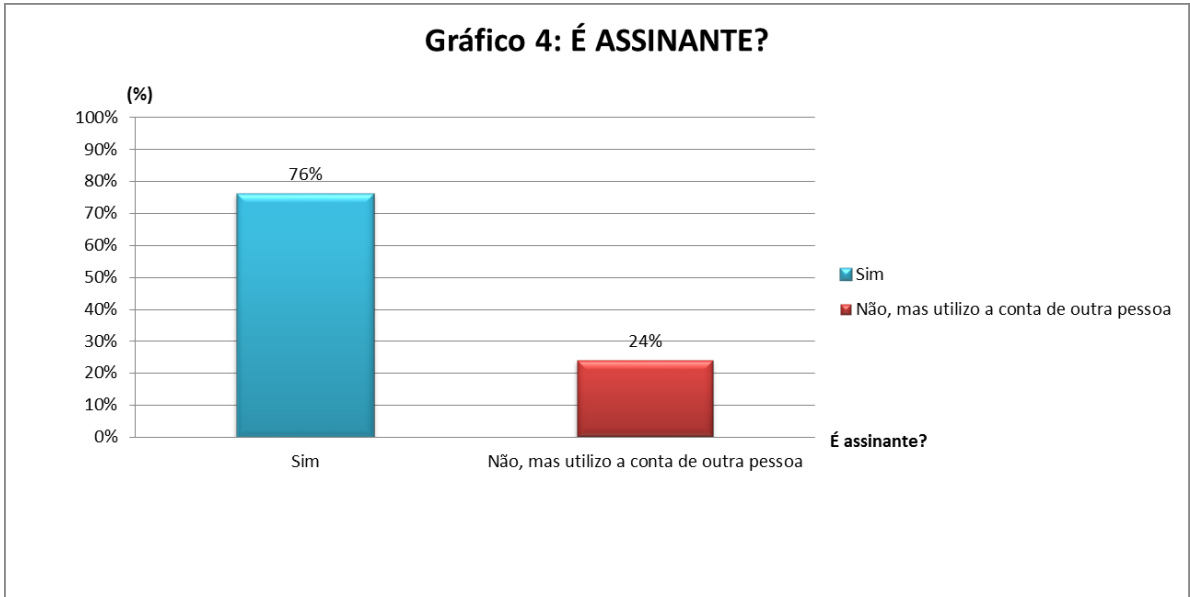
IDADES	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
10 ----- 16	73	0,1825	18,25%
16 ----- 22	268	0,67	67%
22 ----- 28	35	0,0875	8,75%
28 ----- 34	3	0,0075	0,75%
34 ----- 40	7	0,0175	1,75%
40 ----- 46	9	0,0225	2,25%
46 ----- 52	2	0,005	0,50%
52 ----- 58	0	0	0%
58 ----- 64	2	0,005	0,50%
64 ----- 70	1	0,0025	0,25%
TOTAL	400	1	100%



De acordo com a pesquisa, a amostra da população revelou-se no perfil de um público com idade mínima de 10 anos e máxima de 70 anos, sendo que a população de 16 a 22 anos representa 67% dos usuários da Netflix.

Tabela 4: É assinante?

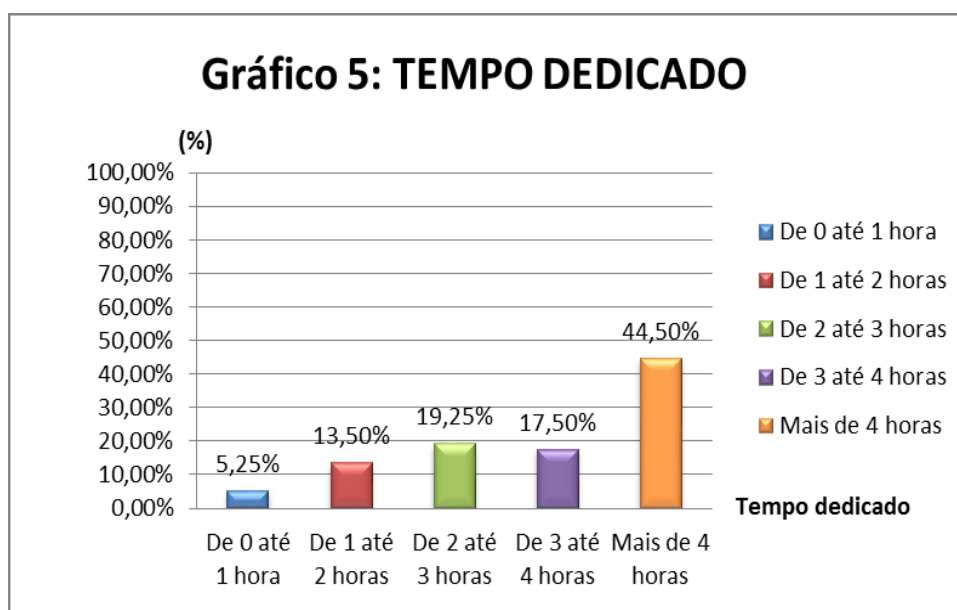
É ASSINANTE?	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Sim	304	0,76	76%
Não, mas utilizo a conta de outra pessoa	96	0,24	24%
TOTAL	400	1	100%



Segundo a amostra da pesquisa, cerca de 70% dos usuários da Netflix são assinantes e, o restante (24%), utiliza a conta de outra pessoa.

Tabela 5: Tempo dedicado

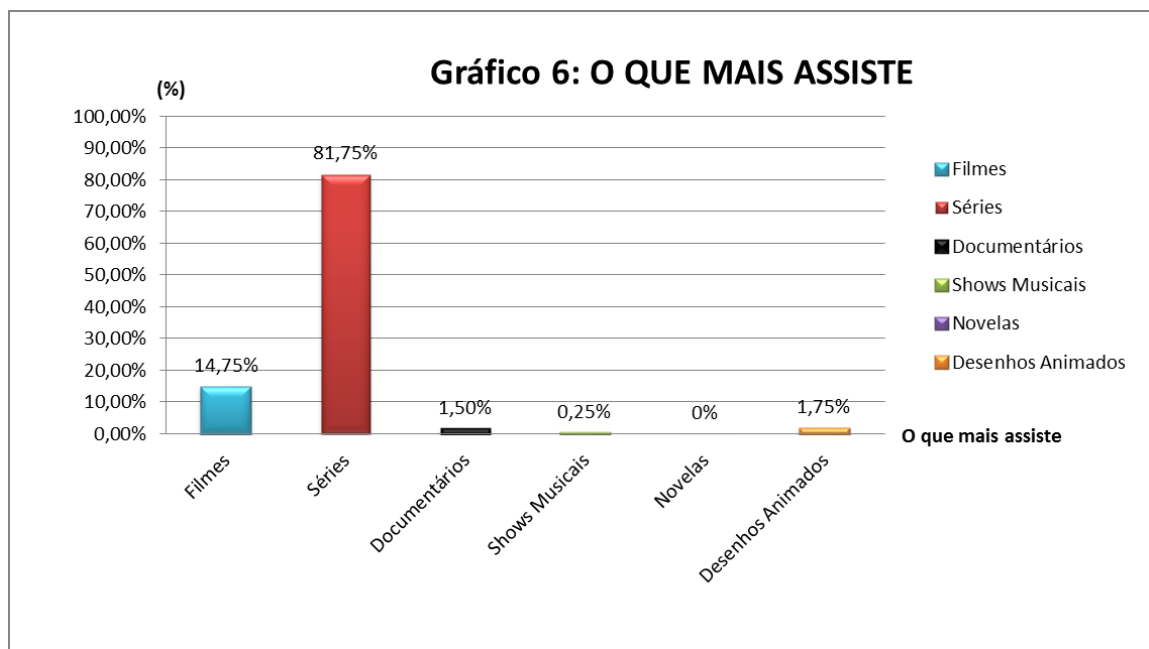
TEMPO DEDICADO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
De 0 até 1 hora	21	0,0525	5,25%
De 1 até 2 horas	54	0,135	13,50%
De 2 até 3 horas	77	0,1925	19,25%
De 3 até 4 horas	70	0,175	17,50%
Mais de 4 horas	178	0,445	44,50%
TOTAL	400	1	100%



De acordo com os dados coletados, 45% dos usuários da Netflix dedicam mais de 4 horas ao serviço, 19% de 2 a 3 horas, 18% de 3 a 4 horas, 15% de 1 a 2 horas e, por fim, 5% dedica de 0 a 1 hora.

Tabela 6: Conteúdo mais assistido

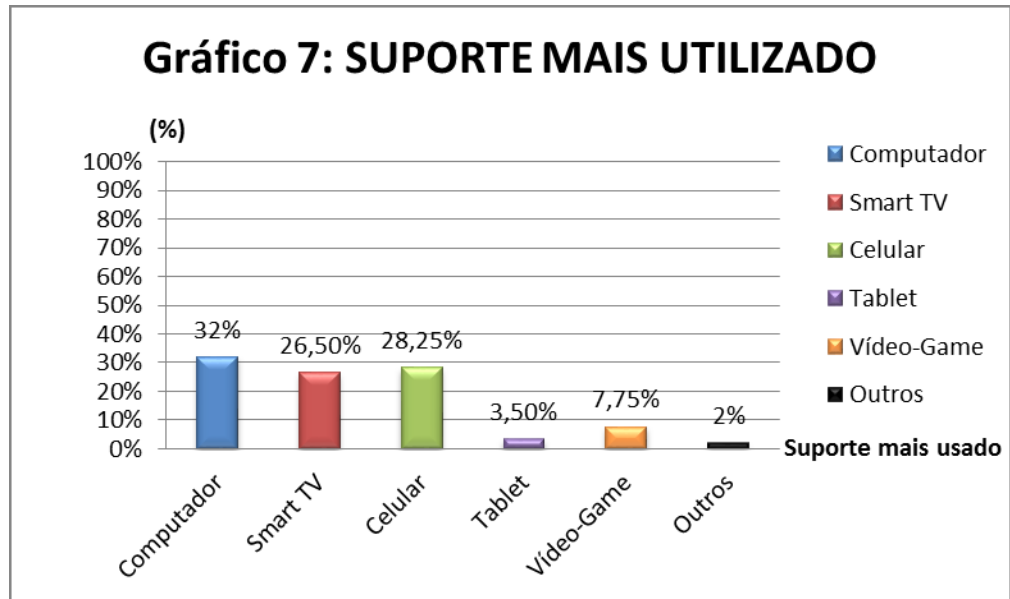
O QUE MAIS ASSISTE?	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Filmes	59	0,1475	14,75%
Séries	327	0,8175	81,75%
Documentários	6	0,015	1,50%
Shows Musicais	1	0,0025	0,25%
Novelas	0	0	0%
Desenhos Animados	7	0,0175	1,75%
TOTAL	400	1	100%



Em relação ao conteúdo mais assistido, cerca de 81,75% dos usuários assistem a séries, 14,75% a filmes, 1,75% a desenhos animados, 1,50% a documentários, 0,25% a shows musicais e 0% a novelas.

Tabela 7: Suporte mais utilizado para acessar a plataforma online

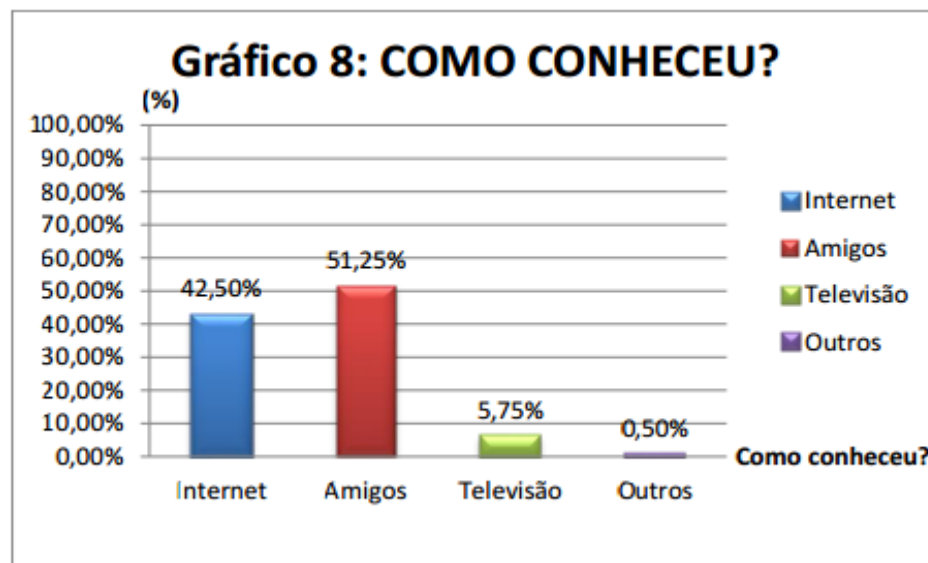
SUPOORTE MAIS UTILIZADO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Computador	128	0,32	32%
Smart TV	106	0,265	26,50%
Celular	113	0,2825	28,25%
Tablet	14	0,035	3,50%
Vídeo-Game	31	0,0775	7,75%
Outros	8	0,02	2%
TOTAL	400	1	100%



De acordo com os dados, o suporte mais utilizado para acessar a plataforma é o computador (32%), seguido pelo celular (28%), pela Smart TV (26%), pelo vídeo game (8%), pelo Tablet (4%) e outros (2%).

Tabela 8: Como conheceu o serviço

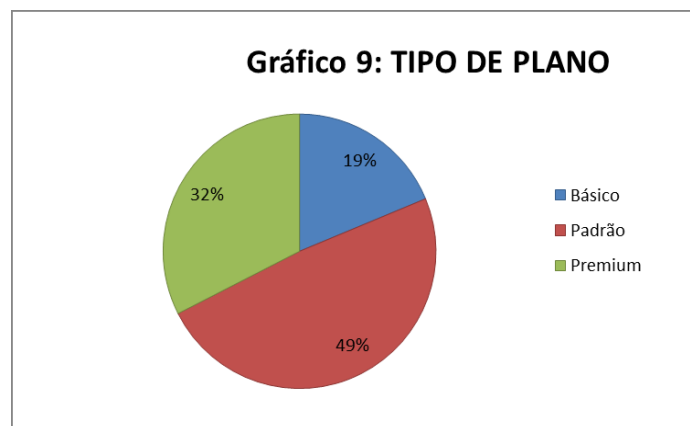
COMO CONHECEU?	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Internet	170	0,425	42,50%
Amigos	205	0,5152	51,25%
Televisão	23	0,0575	5,75%
Outros	2	0,005	0,50%
TOTAL	400	1	100%



Cerca de 51,25% dos usuários conheceu o serviço por meio de amigos, 42,50% pela Internet, 5,75% pela TV e 0,50% por meio de outros veículos de comunicação.

Tabela 9: Tipo de plano

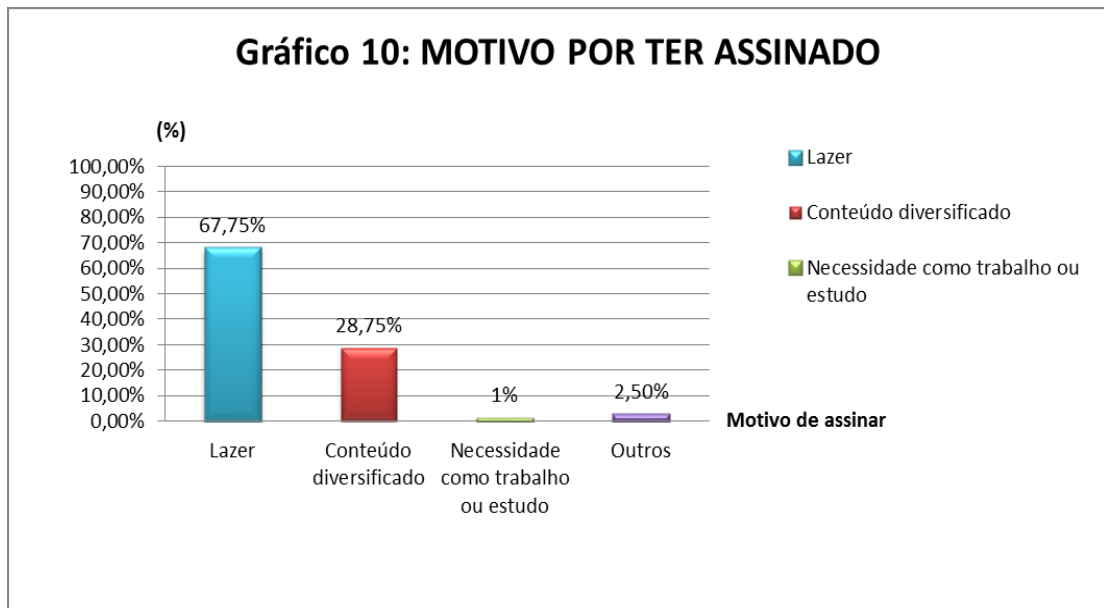
TIPO DE PLANO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Básico	75	0,1875	18,75%
Padrão	195	0,4875	48,75%
Premium	130	0,325	32,50%
TOTAL	400	1	100%



Os assinantes da Netflix optam, principalmente, pelo plano “Padrão” (49%), seguido pelo plano “Premium” (32%) e, por último, o Plano “Básico” (19%).

Tabela 10: Motivos por ter assinado

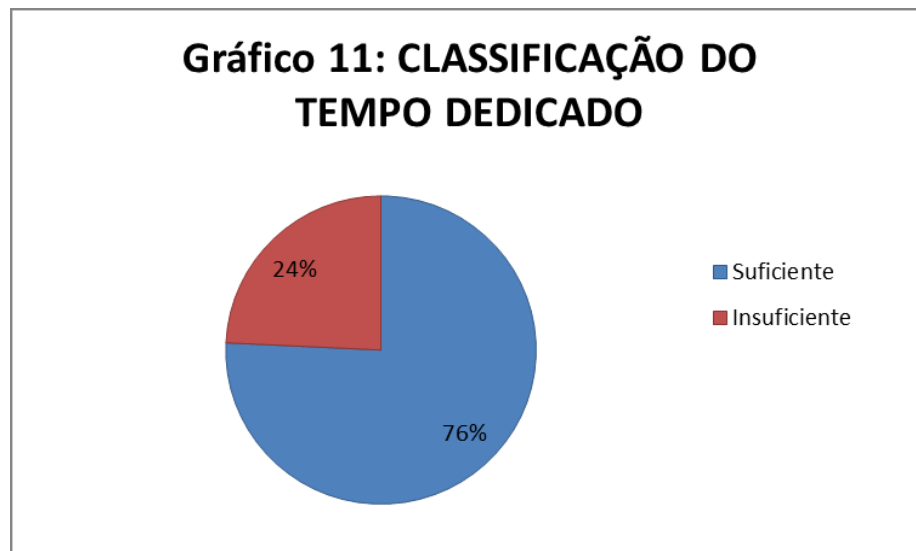
MOTIVO POR TER ASSINADO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Lazer	271	0,6775	67,75%
Conteúdo diversificado	115	0,2875	28,75%
Necessidade como trabalho ou estudo	4	0,01	1%
Outros	10	0,025	2,50%
TOTAL	400	1	100%



Segundo os usuários do serviço, os motivos de sua assinatura foram por lazer (67,65%), pelo conteúdo diversificado (28,75%) e por necessidade (1%).

Tabela 11: Classificação do tempo dedicado

CLASSIFICAÇÃO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Suficiente	303	0,7575	75,75%
Insuficiente	97	0,2425	24,25%
TOTAL	400	1	100%



Ao analisar os dados coletados, os usuários da Netflix classificam o tempo dedicado ao serviço suficiente (76%).

Tabela 12: Já deixou de fazer algo importante para acessar a plataforma?

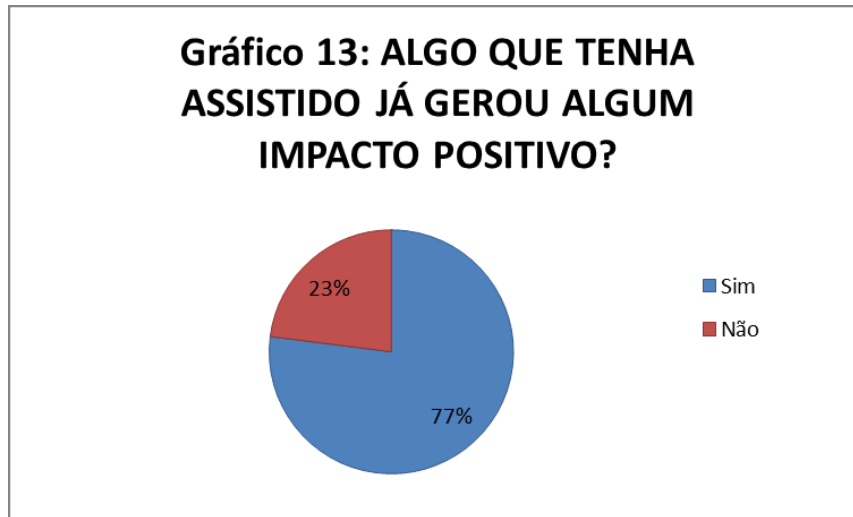
JÁ DEIXOU DE FAZER ALGO IMPORTANTE PARA UTILIZAR A NETFLIX?	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Sim	210	0,525	52,50%
Não	190	0,475	47,50%
TOTAL	400	1	100%



De acordo com a amostra, 52,50% dos usuários da Netflix já deixaram de fazer algo importante para utilizarem o serviço.

Tabela 13: Algo que já tenha assistido gerou algum impacto positivo?

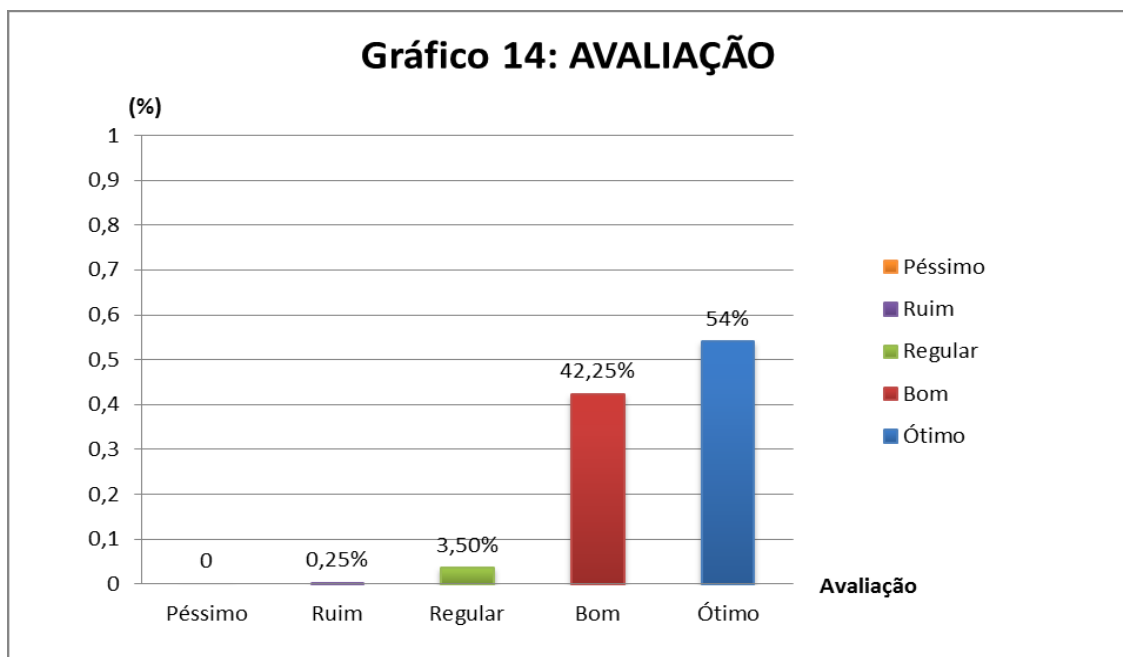
ALGO QUE TENHA ASSISTIDO JÁ GEROU ALGUM IMPACTO POSITIVO?	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Sim	308	0,77	77%
Não	92	0,23	23%
TOTAL	400	1	100%



Segundo os usuários (77%), o serviço online já gerou algum impacto positivo em suas vidas.

Tabela 14: Avaliação

AVALIAÇÃO	FREQ. ABSOLUTA	FREQ. RELATIVA	PORCENTAGEM
Péssimo	0	0	0
Ruim	1	0,0025	0,25%
Regular	14	0,035	3,50%
Bom	169	0,4225	42,25%
Ótimo	216	0,54	54%
TOTAL	400	1	100%



54% dos usuários avaliam a Netflix como um ótimo serviço, 42,25 como bom, 3,50% como regular e 0,25% como ruim. Nenhum usuário classificou a Netflix como péssima.

Dessa forma, segundo os dados coletados através do Google Forms, é possível analisar o quanto a Netflix é influente na rotina de seus usuários, que chegam a dedicar mais de 4 horas do seu tempo a utilização do serviço e permitem que suas vidas recebam algum tipo de interferência positiva. Além disso, é possível observar também a rapidez com que a plataforma se desenvolve e se expande em todo o território nacional, atingindo não só áreas desenvolvidas, como também áreas em desenvolvimento, como a região Norte do país.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar a pesquisa, foi possível observar a capacidade de expansão do serviço TV por Internet, Netflix e a diversidade dos seus usuários, como também o impacto que as suas produções ou conteúdo causam na população.

Antes uma simples locadora, a Netflix tornou-se uma das principais redes de entretenimento do mundo, expandindo a sua influência cada vez mais. No Brasil, por exemplo, a rede exerce grande influência nas partes mais populosas e desenvolvidas do país e a sua popularização promete aumentar ainda mais o número de usuários nas regiões mais distantes, além de atingir países vizinhos.

Além disso, a Netflix mostrou possuir um conteúdo concreto para diversas idades, agradando a todos os gêneros, mesmo que o público jovem seja a maioria em relação aos usuários.

Contudo, o serviço mostrou-se também muito influente na vida de seus assinantes, já que suas produções originais e conteúdo já causaram algum impacto positivo na vida de diversas pessoas. Ainda assim, vale ressaltar o período de tempo dedicado a utilização do conteúdo, pois ele pode chegar a mais de 4 horas e, muitas vezes, ser posto como uma atividade prioritária.

É necessário o estudo da Netflix e o seu impacto na sociedade brasileira, analisando como foi aceita a sua popularização, qual o público majoritário e como é avaliada.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

_____. **História da Netflix**. Disponível em: < https://media.netflix.com/pt_br/about-netflix/> Acesso em: 26 ago. 2016.

_____. **Como funcionam as técnicas de Amostragem?**. Disponível em: <

<http://www.ebah.com.br/content/ABAAABNXgAD/amostragem/>> Acesso em: 26 ago. 2016.

_____. **Pesquisa Netflix identifica os episódios mais viciantes.** Disponível em: <<http://avalio.com.br/pesquisa-netflix-ep-viciantes>> Acesso em: 26 ago. 2016.

BACHINI, Karen. **Netflix e seus truques.** Disponível em: <<http://eaibeleza.com/cultura/netflix-e-seus-truques/>>. Acesso em: 26 ago. 2016.

_____. **Estudo sobre o futuro da Netflix.** Disponível em: <<http://abemd.org.br/noticias/netflix-tera-150-milhoes-de-assinantes-em-2020-afirma-estudo>> Acesso em: 26 ago. 2016

6. ANEXOS

QUESTIONÁRIO

1) Sexo?

- Masculino.
- Feminino.

2) Faixa etária? (Idade)

3) Você é assinante do serviço Netflix?

- Sim.
- Não, mas utilizo a conta de um amigo/conhecido.

4) Quanto tempo por semana você dedica assistindo?

- De 0 até 1 hora.
- De 1 até 2 horas.
- De 2 até 3 horas.
- De 3 até 4 horas.
- Mais de 4 horas.

5) O que você mais assiste na Netflix?

- Filmes.
- Séries.
- Documentários.
- Shows Musicais.
- Novelas.
- Desenhos Animados.

6) Qual tipo de suporte para acessar o Netflix que você utiliza com mais frequência?

- Computador.

- Smart TV.
- Celular.
- Tablet.
- Video-game.
- Outro, qual?

7) Você considera que o seu tempo dedicado ao Netflix é?

- Suficiente.
- Insuficiente.

8) Como você tomou conhecimento do serviço?

- Pela Internet.
- Por amigos.
- Pela televisão.
- Outro, qual?

9) Qual tipo de plano você faz parte?

- Básico.
- Padrão.
- Premium.

10) Em qual Região você mora?

- Centro-Oeste.
- Nordeste.
- Norte.
- Sudeste.
- Sul.

11) Por qual motivo você assinou a Netflix?

- Para o lazer.
- Por causa do conteúdo diversificado.
- Por necessidade, como trabalho ou estudos.

- Outro, qual?

12) Você já deixou de fazer alguma coisa importante para utilizar o Netflix?

- Sim.
- Não.

13) Alguma produção original da Netflix lhe causou algum impacto positivo? Como uma conscientização, por exemplo?

- Sim.
- Não.

14) Como você avalia o serviço Netflix?

- Péssimo.
- Ruim.
- Regular.
- Bom.
- Ótimo.