Streaming muda hábitos e desafia a TV aberta no Brasil

Autor(res)

Cristina Carvalho Alves Lima
Maria Cristina Máximo Almeida
Luanny Heloyse Dos Santos Moraes

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE SÃO PAULO

Introdução

Como o crescimento das plataformas de streaming está mudando os hábitos de consumo de entretenimento no Brasil e desafiando a relevância da televisão aberta?

O avanço das plataformas de streaming transformou profundamente o consumo de entretenimento. Séries, filmes e conteúdos sob demanda passaram a integrar a rotina do público, substituindo o hábito de acompanhar programas em horários fixos na TV tradicional. Serviços como Netflix, Prime Video e Globo Play oferecem liberdade de escolha, permitindo que o espectador decida quando e como assistir.

Segundo reportagem da TV Brasil/EBC (2025), com base em dados do IBGE, mais de 40% da população já utiliza serviços pagos de streaming, enquanto a TV por assinatura registra queda de assinantes, evidenciando uma mudança estrutural nos hábitos de consumo. Esse crescimento movimenta bilhões de reais anualmente, envolvendo tanto plataformas internacionais quanto serviços nacionais (FAST COMPANY BRASIL, 2025).

Em resposta, a televisão busca novas estratégias, como conteúdos exclusivos, transmissões ao vivo e integração digital, para se manter relevante (MEIO & MENSAGEM, 2025). Mais do que uma disputa entre telas, essa transformação reflete um novo modo de consumir informação e entretenimento, em que personalização, flexibilidade e autonomia do público se tornam prioridades (EL PAÍS, 2025).

Objetivo

Analisar como o streaming transformou os hábitos de consumo de entretenimento no Brasil e seu impacto sobre a televisão tradicional, considerando preferências do público, mudanças de comportamento e estratégias de adaptação das emissoras.

Material e Métodos

Este estudo utilizou pesquisa exploratória com base em dados secundários. As informações foram coletadas em fontes confiáveis, como relatórios oficiais do IBGE, estudos de mercado da Fast Company Brasil e análises de veículos especializados em mídia e comunicação, como Meio & Mensagem e El País.

O método consistiu na análise documental e comparativa de dados estatísticos, notícias e relatórios, permitindo observar a evolução do consumo de entretenimento digital e tradicional. Essa análise buscou compreender não apenas os impactos econômicos, mas também os efeitos sociais e culturais da popularização do streaming.

A abordagem adotada foi de caráter jornalístico-analítico, priorizando clareza, objetividade e contextualização. O foco esteve em identificar padrões de consumo, contrastar a performance do streaming e da televisão aberta/paga e discutir como essas transformações influenciam a relação do público com os meios de comunicação.

Resultados e Discussão

A análise evidenciou que as plataformas de streaming mudaram significativamente o comportamento de consumo audiovisual no Brasil. O público passou a valorizar flexibilidade, autonomia e personalização, características inexistentes na lógica da televisão tradicional.

Segundo o IBGE (2025), mais de 40% dos brasileiros já utilizam serviços pagos de streaming. Esse dado acompanha a queda contínua da TV por assinatura, que perdeu milhões de assinantes na última década, evidenciando a preferência por conteúdos sob demanda. A Fast Company Brasil (2025) aponta que o setor movimenta cerca de R$ 70 bilhões por ano, consolidando-se como um dos segmentos mais lucrativos do entretenimento.

As mudanças também se refletem no conteúdo: novelas brasileiras, tradicionalmente associadas à TV aberta, vêm ganhando espaço nas plataformas digitais, em busca de novos públicos (EL PAÍS, 2025). A televisão, por sua vez, tem investido em estratégias de adaptação, como transmissões esportivas ao vivo, reality shows e integração com aplicativos, na tentativa de manter relevância (MEIO & MENSAGEM, 2025).

Esse cenário mostra que a transformação não é apenas tecnológica, mas cultural. O consumo audiovisual migrou de um modelo centrado na emissora para um modelo centrado no espectador, que decide o quê, quando e como assistir. A TV aberta ainda mantém importância, sobretudo em transmissões ao vivo e eventos de grande audiência, mas o streaming estabeleceu novos parâmetros de conveniência e diversidade de conteúdos.

Conclusão

Podemos concluir que o streaming alterou de forma definitiva os hábitos de consumo de entretenimento no Brasil, estabelecendo um modelo de autonomia e personalização que desafia a televisão tradicional. Embora a TV aberta ainda mantenha relevância em transmissões ao vivo, o futuro do consumo audiovisual está cada vez mais associado à lógica sob demanda. A resposta das emissoras tradicionais dependerá de sua capacidade de integrar inovação digital e experiências diferenciadas para manter competitividade nesse cenário em transformação.

Referências

EL PAÍS. Las telenovelas brasileñas se abren paso en el ‘streaming’ para sobrevivir. 27 jan. 2025. Disponível em: https://elpais.com/america/2025-01-27/las-telenovelas-brasilenas-se-abren-paso-en-el-streaming-para-sobrevivir.html. . Acesso em: 25 set. 2025.

FAST COMPANY BRASIL. Streaming e plataformas de vídeo no Brasil movimentam quase R$ 70 bilhões por ano,

aponta estudo. 2025. Disponível em: https://fastcompanybrasil.com/money/streaming-e-plataformas-de-video-no-brasil-movimentam-quase-r-70-bilhoes-por-ano-aponta-estudo/. Acesso em: 25 set. 2025.

MEIO & MENSAGEM. Como o streaming ajuda a TV paga a driblar a queda. 2025. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/midia/como-o-streaming-ajuda-a-tv-paga-a-driblar-a-queda. Acesso em: 27 set. 2025.

TV BRASIL/EBC. IBGE aponta mudanças nos hábitos de consumo de mídia dos brasileiros. 12 jul. 2025. Disponível em: https://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-brasil/2025/07/ibge-aponta-mudancas-nos-habitos-de-consumo-de-midia-dos-brasileiros. Acesso em: 27 set. 2025.