

Net e Claro passam a oferecer conteúdo da Netflix

Clientes das operadoras que também sejam assinantes da Netflix terão acesso ao conteúdo da plataforma de streaming pelo próprio decodificador

Bárbara Sacchitiello

19 de fevereiro de 2019 - 11h55



Operadoras embarcam conteúdo da plataforma de streaming (Crédito: Reprodução)

As operadoras Net e Claro anunciam que, a partir dessa terça-feira, 19, passam a incluir a Netflix em seu pacote de conteúdo, disponibilizando seus filmes e séries para os assinantes na TV linear ou em outras telas.

A parceria é válida para os pacotes Net 4K e também estará embarcada nos smartphones da Claro. Com isso, os assinantes das operadoras – desde que também sejam assinantes da Netflix – passam a ter acesso ao conteúdo da plataforma de streaming no próprio decodificador podendo acessá-la diretamente pelo controle remoto, no canal 680 ou na área de aplicativos.

<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/02/19/net-e-claro-passam-a-oferecer-conteudo-da-netflix.html>

De acordo com as operadoras, a parceria também permitirá que o usuário se torna assinante da Netflix no próprio ambiente da Net, pagando a mensalidade na mesma fatura da TV por assinatura.

Antes de Net e Claro, a Netflix já possuía uma parceria na TV por assinatura com a Vivo, que desde outubro do ano passado passou a oferecer o conteúdo da plataforma em seu menu de aplicativos e também em uma janela de canal.

A Netflix também estará embarcada nos smartphones da Claro e o conteúdo pode ser utilizado pelo serviço ExtraPlay, que dobra a franquia de dados para o consumo de streaming de vídeo.

O que representa a divulgação de números de audiência da Netflix?

Plataforma revelou alguns dados relativos a conteúdos originais, movimento que indica maior transparência por parte de serviços de streaming

Karina Balan Julio

24 de janeiro de 2019 - 10h00



Bird Box já atingiu a mais de 80 milhões de domicílios, segundo a Netflix. Foto: Reprodução

Na semana passada, a Netflix divulgou resultados relativos ao último trimestre de 2018. Em seu relatório, além de frisar o volume de 130 milhões de usuários globalmente, a empresa divulgou números sobre a audiência de suas séries e filmes originais. Bom, pelo menos alguns deles. O filme “Bird Box” já teria atingido a mais de 80 milhões de domicílios, enquanto as séries “Você” e “Sex Education” teriam chegado a 40 milhões de domicílios logo nas primeiras quatro semanas de exibição. A companhia também afirmou ser responsável por 10% do tempo gasto em telas de TV nos Estados Unidos.

Em um ano que promete ser promissor para o mercado de streaming de vídeo, com lançamentos de novos serviços VOD vindos da Apple, Disney e Warner, a divulgação de dados pela Netflix traz à tona uma questão que ganhará destaque neste mercado: as métricas de audiência para séries e filmes no VOD.

A divulgação de dados pela Netflix representa um primeiro passo para que plataformas de streaming saiam da caixa preta, já que a maioria delas não divulga

números de audiência sobre produtos originais ou conteúdos de terceiros que exibem.

O movimento da Netflix, neste momento, provavelmente tem mais a ver com a vontade de mostrar potência a investidores diante da iminência de novos concorrentes, segundo a avaliação de Mauro Garcia, presidente da Brasil Audiovisual Independente (Bravi). “A Netflix está fazendo um apontamento das preferências do espectador e mostrando os resultados dos conteúdos nos quais ela fez uma grande aposta”, avalia.

Se a prática de divulgar resultados de audiência “pegar” entre os serviços VOD, a maior transparência tende a abastecer a cadeia audiovisual com insumos criativos. Assim como a bilheteria de cinema e pontos de audiência na TV, os dados de plataformas de streaming podem indicar o tipo de conteúdo que está agradando a audiência para além de suas estratégias internas.

“A Netflix já usa seus dados para produzir mais conteúdo, e estes dados seriam interessantes também para os produtores de conteúdo que querem produzir para plataformas. Seria interessante que divulgassem não só a quantidade de espectadores, mas o perfil deles e como eles assistem às séries. O VOD é um laboratório de ideias muito diferente da TV, que têm padrões mais rígidos. Seria preciso considerar a taxa de abandono e o binge watching”, pondera Mauro.

A Netflix define uma visualização como uma conta na qual o usuário assistiu a pelo menos 70% de um filme ou a 70% de um episódio único. No relatório, a empresa também enfatizou a audiência de produções regionais de sucesso. A série espanhola “Elite” teria chegado a 20 milhões de domicílios no primeiro mês de exibição. “Bodyguard”, do Reino Unido; “The Protector”, da Turquia; e “Baby”, da Itália, teriam atingido a 10 milhões domicílios nas primeiras quatro semanas de exibição.

A transparência na forma como serviços de streaming contabilizam seus dados, assim como o compartilhamento mais amplo de informações, estão no escopo da proposta que circula na Agência Nacional de Cinema (Ancine) sobre a regulamentação do VOD. “Quando houver a regulamentação, os dados terão que ser revelados para acompanhamento de mercado e para a análise dos órgãos reguladores”, finaliza o presidente da Bravi.