

---

## A Dinâmica dos Mercados Culturais: Uma Análise Comparativa das Plataformas de Streaming<sup>1</sup>

Lissia MARINHO<sup>2</sup>

Verlane SANTOS<sup>3</sup>

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

### RESUMO

Este estudo analisa comparativamente as dinâmicas dos mercados culturais globais e locais, focando nas plataformas de streaming como a Netflix e suas contrapartes nacionais no Brasil, Argentina e México. Utilizando a Economia Política da Comunicação (EPC) e a Teoria Marxista da Dependência (TMD), a pesquisa pretende investigar as diferenças nos modelos de negócios e estratégias de mercado, além das influências externas e relações de dependência entre países desenvolvidos e em desenvolvimento. Através de uma revisão bibliográfica e análise de dados, a partir de uma abordagem quali-quantitativa, busca-se compreender como a lógica financeira global impacta os mercados culturais contemporâneos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mercados Culturais; Streaming; Economia Política da Comunicação; Teoria Marxista da Dependência.

### INTRODUÇÃO

Este estudo propõe uma análise comparativa da dinâmica dos mercados culturais globais e locais, com foco nas plataformas de streaming, como a Netflix em escala global e as plataformas de origem nacional em países como o Brasil, Argentina e México, utilizando conceitos da Economia Política da Comunicação (EPC) e incorporando aspectos da Teoria Marxista da Dependência (TMD) e os debates que precederam à constituição do subcampo da EPC na América Latina, a partir da crítica das Teorias da Dependência Cultural (Bolaño, 2022). Propõe, ainda, ampliar e aprofundar as discussões e resultados apresentados no artigo de Santos & Amado (2023), desenvolvidos no âmbito do Projeto Plataformas (<https://obscomplataformas.com.br/>), no qual se insere o trabalho dissertativo base desta proposta.

As mudanças ocorridas dentro do capitalismo no final do século XX inauguraram um novo paradigma tecnoeconômico (Perez, 1988, 2004). Nesse contexto, Chesnais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, evento do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 27 a 29 de agosto de 2024.

<sup>2</sup> Mestranda do Curso de Economia (Mestrado Profissional) do PROPEC/UFS, email: lissia@academico.ufs.br.

<sup>3</sup> Professora do Departamento de Economia e do Mestrado Profissional em Economia do PROPEC/UFS, email: velorca2010@gmail.com.

---

(1996) concentra sua análise no movimento do capital financeiro que passa a atuar em escala global, denominando esse processo como “Mundialização”. Dentro desse panorama, os mercados culturais – espaços de vital importância, onde a produção, distribuição e consumo de bens culturais ocorrem – tornam-se subordinados à lógica financeira, o que altera as relações de força e poder entre agentes capitalistas privados e os Estados Nacionais.

## **OBJETIVOS**

O objetivo geral deste estudo é analisar, comparativamente os mercados culturais de *streaming* na Argentina, no México e no Brasil, a partir da Teoria Marxista da Dependência (TMD) e da Economia Política da Comunicação (EPC).

Para alcançar esse objetivo, serão realizados os seguintes objetivos específicos: leitura bibliográfica a respeito dos referenciais teóricos conceituais e analíticos da EPC em consonância com uma leitura dos principais aspectos da Teoria Marxista da Dependência, na perspectiva de uma visão crítica sobre as relações econômicas e culturais entre países desenvolvidos e em desenvolvimento; análise dos mercados culturais em perspectiva comparativa (fazer o mapeamento das principais plataformas de streaming e analisar seus indicadores de atuação – isso vai ajudar a compreender a relevância e o impacto das plataformas de origem nacional, no contexto regional, comparando com os grandes players globais como a Netflix. Também vai ajudar a compreender como as relações de dependência econômica e cultural influenciam as dinâmicas dos mercados culturais dessas regiões).

## **JUSTIFICATIVA**

A ascensão das plataformas de *streaming* tem impactado profundamente como consumimos e produzimos cultura. Compreender as dinâmicas econômicas desses mercados é crucial não apenas do ponto de vista acadêmico, mas também para orientar políticas públicas, com o mapeamento das estratégias de mercado e tomadas de decisão empresariais. Ao utilizar os modelos analíticos da Economia Política da Comunicação, podemos entender não apenas as forças econômicas que moldam esses mercados, mas também os aspectos sociais, políticos e culturais envolvidos.

---

Além disso, a opção de abordar a análise dos mercados culturais a partir da perspectiva da Teoria Marxista da Dependência é um desdobramento do estudo iniciado em Marinho (2023). Nessa pesquisa anterior, o foco esteve na influência do regionalismo aberto proposto pela CEPAL e como ele contribuiu para a redução do debate sobre a dependência na América Latina e por conseguinte tenha contribuído para que se amortecesse a crítica ao neoliberalismo que provocou e segue provocando enormes danos aos países do subcontinente.

Então, a dependência como problema histórico persistente, atravessa os séculos e continua a moldar as relações econômicas e culturais da América Latina e além. Ao focar nos mercados culturais, adentramos em um domínio que é central para a expressão e difusão de identidades culturais. A TMD, com seu olhar crítico para as relações econômicas internacionais, fornece uma base sólida para explorar como o capital exerce influência sobre esses mercados, perpetuando e influenciando a dinâmica da dependência. Ao mesmo tempo, busca-se o paralelismo em relação aos debates fundamentais das décadas de 70 e 80 que estão na base da EPC latino-americana, na crítica sobre as teses do Imperialismo e da Dependência Cultural.

## **METODOLOGIA**

É uma pesquisa de natureza exploratória explicativa, uma vez que tem o intuito de desenvolver uma compreensão mais profunda do tema em questão. Os dados utilizados estão sendo coletados através de uma revisão bibliográfica da literatura disponível, partindo da identificação de fontes relevantes, seleção e organização dos dados apropriados de uma maneira que permita a análise.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

No cerne desta pesquisa, busca-se promover uma leitura abrangente da literatura que se encontra a Economia Política da Comunicação, destacando as obras de César Bolaño que se laçaram como base para uma investigação das dinâmicas dos mercados culturais da América Latina e Brasil.

Em termos teóricos, esta pesquisa pretende estabelecer uma aproximação entre as duas abordagens mencionadas, a Teoria Marxista da Dependência e a Economia Política

---

da Comunicação. No âmbito analítico, a pesquisa propõe a retomada e o aprimoramento dos modelos analíticos na Economia Política da Comunicação, conforma proposto no artigo recente de Santos e Amado (2023). Esses modelos serão adaptados e refinados com foco na investigação empírica dos mercados culturais em consonância com uma releitura da Teoria Marxista da Dependência.

## **RESULTADOS ESPERADOS**

Os resultados esperados devem qualificar as informações iniciais já levantadas e sistematizadas, em relação aos mercados culturais selecionados.

A entrada da Netflix na Argentina ocorreu em setembro de 2011, com um custo inicial de assinatura de 39 pesos argentinos, aproximadamente 9 dólares na época. Desde então, a plataforma experimentou um crescimento acelerado no país. Em dezembro de 2011, a Netflix contava com 57.000 assinantes, número que subiu para 310.000 em junho de 2014. Em 2020, a Netflix dominava o mercado argentino de streaming, detendo 68% de participação (MASTRINI e KRAKOWIAK, 2021).

No entanto, a presença de produções nacionais no catálogo da Netflix na Argentina é notavelmente baixa, representando menos de 3%. As interfaces de recomendação da plataforma priorizam conteúdos internacionais, dificultando a visibilidade dos conteúdos locais. Apesar do crescimento do streaming, o consumo de televisão tradicional ainda é prevalente, com 98% da população assistindo TV tradicional, especialmente entre os espectadores de baixo nível socioeconômico. Ao mesmo tempo, 97% dos usuários de internet entre 16 e 64 anos usam serviços de streaming, evidenciando um crescimento significativo desse mercado (RIVERO e ROSSI, 2022).

No Brasil, a Netflix também iniciou suas operações em setembro de 2011, com uma assinatura inicial de R\$15,00. Em 2021, o Brasil era o segundo maior consumidor de streaming no mundo, com a Netflix sendo a plataforma preferida da maioria dos brasileiros. A entrada da Netflix popularizou o consumo de vídeo sob demanda no país, que agora inclui diversas plataformas como Globoplay, Amazon Prime, Disney+ e HBO Max. A Globoplay, lançada em 2015, lidera em número de usuários no Brasil, oferecendo acesso gratuito a trechos de conteúdos da Globo e uma assinatura de R\$12,90 para acesso completo. Apesar da liderança da Netflix em audiência de streaming, a televisão linear ainda é dominante no Brasil, representando 79% do consumo de vídeo. Para aumentar

---

sua relevância no mercado brasileiro, a Netflix tem investido na produção de conteúdo local, incluindo novelas brasileiras (SANTOS e AMADO, 2023).

No México, a Netflix também tem uma posição dominante. Até o final de 2018, a plataforma detinha 80,8% dos assinantes de SVoD. Mesmo com a entrada de novos concorrentes entre 2019 e 2020, a Netflix continuou a crescer. Para consolidar sua presença no mercado mexicano, a Netflix adotou diversas estratégias transnacionais, incluindo parcerias com empresas locais. Em julho de 2019, anunciou uma parceria com a Izzi Telecom da Televisa, permitindo a inclusão da Netflix nos pacotes Triple Play da Izzi (GOMÉZ e MUÑOZ, 2023).

A produção de conteúdo regional e local também é uma estratégia importante para a Netflix no México. Embora o catálogo ainda seja dominado por conteúdo dos Estados Unidos, há um aumento crescente na diversidade regional e local. Em 2018, o catálogo contava com 682 títulos originais, dos quais 52 eram ibero-americanos, incluindo 20 mexicanos. A preferência da plataforma e de seus usuários pelo formato de séries de TV é clara, com 338 títulos sendo séries e apenas 187 filmes em 2019 (GOMÉZ e MUÑOZ, 2023).

A pandemia de COVID-19 teve um impacto significativo no consumo de streaming no México, aumentando o tempo gasto em aplicativos de vídeo. Durante a pandemia, a Netflix esteve entre os três aplicativos móveis mais utilizados no país. Nos primeiros meses da pandemia, a plataforma viu um aumento substancial no uso diário, embora esse número tenha diminuído com o retorno às atividades presenciais em 2022 (BÁRCENAS-CURTIS, 2023).

Em conclusão, a Netflix experimentou um crescimento notável tanto na Argentina quanto no México, dominando os mercados de streaming em ambos os países. A plataforma enfrenta desafios na promoção de conteúdo local, mas suas estratégias de parcerias e investimento em produções regionais são cruciais para sua expansão contínua. A pandemia de COVID-19 consolidou ainda mais a posição da Netflix no mercado, com um aumento significativo no uso durante esse período. Comparando os três países, cada país apresenta suas particularidades: a Argentina com seu forte consumo de TV tradicional, o México com sua crescente diversidade de conteúdos regionais, e o Brasil com um mercado competitivo e uma audiência significativa de streaming.

---

## REFERÊNCIAS

BÁRCENAS-CURTIS, César. **Consumo de Netflix en México durante la Pandemia de Covid-19 Netflix consumption in Mexico during the Covid-19 Pandemic**. Revista Mediterránea de Comunicación, 2023.

**Economía política de la comunicación y la cultura en América Latina, 1970 y 1980 / Adolfo Aguilar Zinser ... [et al.]; coordinación general de César Bolaño. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2022.**

GÓMEZ, R. e MUÑOZ LARROA, A. (2023). **Netflix no México: um exemplo das estratégias de negócios transnacionais da gigante da tecnologia**. Televisão e novas mídias, 24 (1), 88-105. <https://doi.org/10.1177/15274764221082107>.

MASTRINI, G., & KRAKOWIAK, F. (2021). **Netflix en Argentina: expansión acelerada y producción local escasa**. *Comunicación Y Sociedad*, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7915>.

Mordor Intelligence Research & Advisory. (2023, June). **México OTT TV e Vídeo Tamanho do Mercado & Análise de Participação - Tendências de Crescimento e Previsões (2024 - 2029)**. Mordor Intelligence. Retrieved June 14, 2024, from <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/mexico-ott-tv-and-video-market>

PEREZ, C. Finance and Technical Change: a long-term view. **The Elgar Companion to Neo schumpeterian Economics**. Cheltenham, Edward Elgar, 2004.

\_\_\_\_\_. Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto. **La tercera revolución industrial**. Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano, 1986, pp. 43-89

RIVERO, Ezequiel Alexander; ROSSI, Diego. **Qué políticas para qué desarrollo audiovisual. La posibilidad regulatoria nacional de las plataformas globales de video a demanda**. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, [S.l.], n. 24, dic. 2022.

Disponível

em:

<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/7618>>

SANTOS, Verlane; AMADO, Amado. (2023). **“As Plataformas no Mercado Brasileiro de Streaming, a partir do modelo analítico da EPC”**. Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.