

## **Cobertura midiática das plataformas de streaming: um estudo de caso da Agência Brasil<sup>1</sup>**

Danielle Fernandes Rodrigues FURLANI<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ  
Fundação Casa de Rui Barbosa, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

A pesquisa tem por objetivo mostrar como o portal de notícias Agência Brasil tem abordado a temática das plataformas de streaming, levando em consideração a diversidade de conteúdos, as transformações midiáticas, as discussões no legislativo e executivo, e o impacto sociocultural e econômico dessas plataformas no contexto brasileiro. Para cumprir com esse propósito, é realizada pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise qualitativa e quantitativa dos dados. Buscou-se verificar as tendências e os vieses na cobertura jornalística em torno da digitalização e da modernização da indústria cultural.

**PALAVRAS-CHAVE:** streaming; plataformas digitais; Agência Brasil; Economia Política da Comunicação; indústria cultural.

### **INTRODUÇÃO**

Os serviços de streaming de vídeo chegaram ao Brasil em 2011, mas foi durante a pandemia que seu consumo explodiu, resultando em um aumento significativo no número de assinantes em várias plataformas. De acordo com um relatório da Motion Pictures Association (MPA), as assinaturas de plataformas aumentaram 26% durante esse período, totalizando 232 milhões de novas contas e alcançando 1,1 bilhão de assinaturas globais em 2020 (Viasat Brasil, 2023). O Brasil destacou-se globalmente no consumo, ocupando a segunda posição, atrás apenas da Nova Zelândia, conforme indicado pela pesquisa de adoção de Streaming Global do Finder de 2021 (Viasat Brasil, 2023).

O relatório anual "Consumo de Streaming na América Latina", publicado pela Sherlock Communications em 2024, destacou o contínuo crescimento do mercado na região, sublinhando seu papel central no cenário de entretenimento. As plataformas mais populares no Brasil, segundo o relatório, são a Netflix, liderando com 81%, seguida pela Amazon Prime com 52% e HBO Max com 35% (SET Comunicação, 2024). No segmento

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS) da Universidade Federal Fluminense (UFF) e bolsista do Programa de Incentivo à produção do conhecimento técnico e científico na área da Cultura (PIPC) da Fundação Casa de Rui Barbosa, email: [daniellerodrigues@id.uff.br](mailto:daniellerodrigues@id.uff.br).

de música, o Spotify lidera com 54%, seguido pelo YouTube com 31% (SET Comunicação, 2024). Apesar da ampla adesão devido à conveniência e à diversidade de serviços oferecidos, os consumidores demonstram preocupação com os custos das assinaturas e demandam conteúdos mais representativos (SET Comunicação, 2024).

A reestruturação das indústrias culturais, impulsionada pela digitalização e pelo avanço da internet, tem transformado profundamente os processos de produção, distribuição e consumo de conteúdo audiovisual no Brasil, conforme apontado por Verlane Santos e Aianne Amado (2023). Este fenômeno não apenas viu o surgimento de novos atores, como a Netflix, mas também o reposicionamento de antigos, como a Globo, que agora atuam como plataformas de streaming. Uma das principais vantagens dessas plataformas é a flexibilidade de acessar conteúdo a qualquer momento e em diferentes dispositivos eletrônicos, como smartphones, tablets e smart TVs.

Em 2023, a regulamentação das plataformas digitais de streaming tornou-se um tema central de debates tanto na Câmara dos Deputados quanto no Senado. Os principais projetos em discussão foram o PL 2.331/2022, do senador Nelsinho Trad (PSD-MS), no Senado, e o PL 8.889/2017, do deputado Paulo Teixeira (PT-SP), na Câmara (Toledo, 2024). Em 6 de maio de 2024, ocorreu uma audiência pública em Brasília, promovida pelo Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, para discutir a regulamentação dos serviços de streaming (Toledo, 2024). Anteriormente, em 16 de abril do mesmo ano, o PL 2.331/22 foi aprovado na Comissão de Assuntos Econômicos do Senado Federal e seguiu para a Câmara dos Deputados, onde será analisado em conjunto com o PL 8.889/17, iniciando uma nova fase de tramitação (Toledo, 2024).

Nesse contexto, considerando a centralidade do mercado de streaming no Brasil e os debates em torno de sua regulamentação, esta pesquisa propõe-se a analisar como a temática tem sido abordada por um veículo de comunicação estatal, especificamente a Agência Brasil. O estudo faz parte do projeto "Cultura, Comunicação e Informação na era digital", coordenado pela Dra. Eula Dantas Taveira Cabral na Fundação Casa de Rui Barbosa. Atualmente, o projeto concentra-se na análise da representação dos temas cultura, comunicação e informação pelos portais Agência Brasil, G1, Agência Senado e Portal da Câmara dos Deputados ao longo de 2024.

## **METODOLOGIA**

No âmbito da presente pesquisa, adotam-se metodologias de pesquisa bibliográfica, documental e análise de dados. Inicialmente, realizou-se uma revisão bibliográfica utilizando as bases de dados Scielo, Periódico Capes, Web of Science e Google Scholar. Esta etapa teve como objetivo identificar como a literatura acadêmica tem trabalhado com o tema do streaming e suas temáticas correlatas, estabelecendo assim o arcabouço teórico da pesquisa.

Na segunda etapa, foi realizado um levantamento documental de notícias publicadas pela Agência Brasil que abordem a temática das plataformas de streaming. Este levantamento foi conduzido por meio de buscas com as palavras-chave "streaming", "plataforma digital" e "audiovisual", abrangendo publicações entre 15 de abril e 10 de junho de 2024. Os resultados obtidos foram organizados em uma planilha Excel e sistematizados segundo os seguintes critérios: data de publicação, título, autoria, palavra-chave, tema central, resumo e link. Além disso, os materiais coletados foram salvos e armazenados em pasta no Google Drive. Essa sistematização facilita o processo de análise dos dados e previne quanto eventuais perdas de conteúdo.

Na terceira etapa, que ainda está em desenvolvimento, foca-se na análise qualitativa e quantitativa dos materiais coletados. Esta fase visa a produção de dados sobre o percentual de notícias levantadas e as temáticas recorrentes. Paralelamente, está sendo realizada uma análise textual dos materiais utilizando o software QDA Miner 6, empregando categorias de análise construídas com base na literatura acadêmica sobre o tema. O QDA Miner 6 permite a análise dos discursos por meio da codificação de segmentos selecionados em categorias. Além disso, o software facilita a geração de nuvens de palavras frequentes e gráficos que mostram a frequência das categorias estabelecidas. Essas ferramentas auxiliam na seleção das palavras mais mobilizadas com alto valor argumentativo, permitindo a análise dos significados que elas assumem no corpus textual.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para abordar a presente temática, consideram-se pesquisas realizadas na área de Economia Política da Comunicação e da Cultura, incluindo estudos de autores como Eula Cabral, Adilson Cabral, César Bolaño, Helena Martins do Rêgo Barreto, Jonas Chagas

---

Lúcio Valente, Carlos Figueiredo, Ana Beatriz Lemos da Costa, Fernando Oliveira Paulino, Miriam de Souza Rossini, Aline Gabrielle Renner, Verlane Santos, Aianne Amado, Melina Meimaridis, Daniela Mazur, e Daniel Rios, dentre outros.

Dois conceitos fundamentais nesta pesquisa são os de plataformas digitais e de plataformas de streaming. Bolaño, Barreto e Valente (2022) explicam que plataformas digitais são sistemas que utilizam tecnologia para realizar diversas atividades. Essas plataformas são gerenciadas por proprietários, mas também envolvem a participação de produtores e usuários. A gestão dessas plataformas é essencial, pois organiza o funcionamento, seguindo normas econômicas, culturais e outras regras. Devido a essas características, as plataformas digitais atuam como mediadoras ativas, facilitando as interações e transações entre os diferentes participantes.

Santos e Amado (2023) destacam que as plataformas de streaming também desempenham o papel de agentes de produção de conteúdo, incorporando a função de programação. Ao operar em mercados locais, essas empresas buscam parcerias e aquisições de produtos audiovisuais nacionais, embora a maior parte de seus catálogos ainda seja composta por conteúdo cultural originário do país de origem da plataforma. Elas representam uma remodelação da Indústria Cultural em sua forma tradicional e podem incentivar uma participação diferenciada da audiência por meio da função de interação.

## **CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA**

A relevância desta pesquisa reside na análise de como as plataformas de streaming, fenômeno central no cenário atual de entretenimento e comunicação, são retratadas pela Agência Brasil. Primeiramente, tal estudo contribui para a compreensão de como as mídias moldam e refletem a percepção pública sobre inovações tecnológicas e culturais. Ao investigar a representação do streaming, a pesquisa pode revelar tendências e vieses na cobertura jornalística, fornecendo dados sobre os enquadramentos e a construção de narrativas midiáticas em torno da digitalização e da modernização da indústria cultural.

Além disso, a discussão dos dados levará em consideração a literatura acadêmica sobre o tema e os debates na esfera pública em torno da diversidade de conteúdos, das transformações midiáticas, das discussões no legislativo e executivo, e do impacto sociocultural e econômico dessas plataformas no contexto brasileiro. Isso é

---

particularmente relevante para entender as dinâmicas de poder entre diferentes setores na mediação de conteúdo audiovisual. Por fim, a análise textual e quantitativa das notícias, utilizando ferramentas como o QDA Miner 6, contribui para as metodologias de pesquisa em comunicação, demonstrando a viabilidade de abordagens combinadas para a investigação de fenômenos complexos e contemporâneos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

De forma geral, este estudo oferece uma análise das transformações nas indústrias culturais, destacando a influência substancial das plataformas de streaming no contexto cultural brasileiro. A digitalização e o avanço da internet catalisaram uma profunda reestruturação nas indústrias culturais, alterando significativamente os processos de produção, distribuição e consumo de conteúdo audiovisual no país. Introduzidos no Brasil em 2011, os serviços de streaming de vídeo experimentaram uma explosão no consumo durante a pandemia, resultando em um aumento expressivo no número de assinantes em diversas plataformas.

Em 2023, a regulamentação das plataformas digitais de streaming emergiu como um tema central de debates tanto na Câmara dos Deputados quanto no Senado. Nesse cenário, esta pesquisa se propõe a investigar como essa temática tem sido abordada por um veículo de comunicação estatal, especificamente a Agência Brasil, no contexto do projeto "Cultura, Comunicação e Informação na era digital", coordenado pela Dra. Eula Dantas Taveira Cabral na Fundação Casa de Rui Barbosa. Ao analisar a representação do streaming pela mídia estatal, o estudo busca fornecer uma compreensão das dinâmicas em jogo e das narrativas construídas em torno da digitalização e modernização da indústria cultural no Brasil.

## REFERÊNCIAS

BOLAÑO, C. R. S.; BARRETO, H. M. R.; VALENTE, J.C. L. Para a análise teóricametodológica das plataformas digitais como estruturas de mediação a partir da Economia Política da Comunicação. **Avatares de la Comunicación y la Cultura**, n. 24, p. 1-20, 2022.

CABRAL, E. D.T. Cultura, Comunicação e Informação na era digital. Rio de Janeiro: FCRB, 2021. EPCC. Disponível em <<https://epccbrasil.wixsite.com/epcc2/pesquisas>>. Acesso em: 26 jun. 2024.

---

CABRAL FILHO, A. V.; CABRAL, E. D.T. A contribuição da apropriação social das TIC's para viabilizar uma lei de comunicação social democrática no Brasil. **Redes.com**: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación, n. 4, p. 131-142, 2007.

COSTA, A. B.; PAULINO, F. Modelo de Análise do Audiovisual: uma releitura de Bolaño aplicada aos serviços de streaming. **Avatares de la Comunicación y la Cultura**, n. 24, p. 1-16, 2022.

FIGUEIREDO, C.; BOLAÑO, C. R. D. Social Media and Algorithms: Configurations of the Lifeworld Colonization by New Media. **International Review of Information Ethics**, v. 26, p. 26-38, 2017.

MEIMARIDIS, M.; MAZUR, D.; RIOS, D. A Empreitada Global da Netflix: uma análise das estratégias da empresa em mercados periféricos. **Revista GEMInIS**, São Carlos, UFSCar, v. 11, n. 1, p. 4-30, 2020.

ROSSINI, M. S.; RENNER, A. G. **Nova cultura visual?** Netflix e a mudança no processo de produção, distribuição e consumo do audiovisual. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Rio de Janeiro, RJ). Anais. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/129873>>. Acesso em: 26 jun. 2024.

SANTOS, V. A. “Dimensões e Implicações da Convergência Tecnológica no Macrossetor das Comunicações”. BRITTOS, V. C.; LOPES, R. S. (Org.). **Políticas de Comunicação e Sociedade**. São Paulo: Intercom, 2012, p. 18-35.

SANTOS, V. A.; AMADO, A. **As Plataformas no Mercado Brasileiro de Streaming**, a partir do modelo analítico da EPC. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Belo Horizonte, MG). Anais. São Paulo: Intercom, 2023. Disponível em: <[https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link\\_aceite/nacional/11/0816202317223164dd300701de9.pdf](https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202317223164dd300701de9.pdf)>. Acesso em: 26 jun. 2024.

SET COMUNICAÇÃO. Streaming no Brasil: 25% ignoram aumentos de preço. **SET Comunicação**, 2024. Disponível em: <<https://set.org.br/set-news/streaming-no-brasil-25-ignoram-aumentos-de-preco/#:~:text=No%20Brasil%2C%20as%20plataformas%20mais,seguido%20pelo%20YouTube%20com%2031%25>>. Acesso em: 26 jun. 2024.

TOLEDO, M. Tributação e peso da regulamentação: as divergências para a lei do streaming. **Teletime**, 2024. Disponível em: <<https://teletime.com.br/06/05/2024/tributacao-e-peso-da-regulamentacao-as-divergencia-para-a-lei-do-streaming/>>. Acesso em: 26 jun. 2024.

VIASAT BRASIL. Brasil é 2º lugar entre países que mais assistem a streaming, saiba mais. **Viasat Brasil**, 2023. Disponível em: <<https://news.viasat.com/pt-br/blog/brasil-e-2%C2%BA-lugar-entre-paises-que-mais-assistem-a-streaming-saiba-mais>>. Acesso em: 26 jun. 2024.