

EPC e o Mercado de Streaming: Uma análise comparativa entre Brasil, Argentina e México¹

Verlane Santos²

Lissia Aguiar³

Márcia Vieira⁴

Universidade Federal de Sergipe - UFS

RESUMO

A pesquisa analisa comparativamente os mercados culturais de streaming no Brasil, Argentina e México, com base na Economia Política da Comunicação (EPC). Parte das transformações no capitalismo está relacionada à ascensão das plataformas digitais como agentes que reconfiguram a produção, a distribuição e o consumo cultural. O problema central é entender como essas plataformas moldam os mercados locais segundo lógicas globais. O objetivo é investigar diferenças nas estratégias de mercado e impactos sobre as produções nacionais. A metodologia envolve análise comparativa, revisão bibliográfica sobre a EPC e estudo das principais plataformas atuantes na região. Utilizam-se dados quantitativos e qualitativos para avaliar impactos econômicos e culturais. A pesquisa tem revelado como as plataformas de streaming globais contribuem para a concentração do mercado e para a reprodução da dependência cultural na América Latina.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Política da Comunicação; Plataformas de Streaming; América Latina; Netflix; mediação.

Este estudo analisa comparativamente os mercados culturais globais e locais, com foco em plataformas de streaming como a Netflix e serviços nacionais do Brasil, Argentina e México. Fundamentado na Economia Política da Comunicação (EPC), investiga diferenças nos modelos de negócios, estratégias de mercado e relações de dependência entre países centrais e periféricos, considerando a reconfiguração dos mercados culturais e seus impactos sobre o consumo e as culturas nacionais na América Latina.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Economia Política da Comunicação), evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Professora do Departamento de Economia e do Mestrado Profissional em Economia do PROPEC/UFS, email: velorca2010@gmail.com.

³ Mestranda do Curso de Economia (Mestrado Profissional) do PROPEC/UFS, email: lissia@academico.ufs.br

⁴ Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Ciências Econômicas da UFS, email: marcia_vivi2001@hotmail.com

A análise parte das tensões entre estratégias globais e respostas locais, considerando o novo paradigma tecnoeconômico (Perez, 1988; 2004) e a mundialização do capital (Chesnais, 1996), que subordina os mercados culturais à lógica financeira. Apoia-se também nas contribuições de Bolaño (2000) sobre a Indústria Cultural em contextos de capitalismo tardio, e em debates recentes sobre digitalização e função-interação nas plataformas (Figueiredo & Bolaño, 2017; Santos & Amado, 2023; Bolaño, Barreto & Valente, 2022). A metodologia envolve análise comparativa dos mercados de streaming nos três países, com revisão bibliográfica e dados qualitativos e quantitativos.

A EPC propõe uma abordagem que articula as dimensões econômicas, políticas e comunicacionais, investigando como os processos de produção, distribuição e circulação de bens simbólicos estão inseridos nas estruturas do capitalismo. A obra de César Bolaño (2000) propôs a ideia de que os meios de comunicação cumprem funções específicas dentro da Indústria Cultural. Entre elas, destacam-se as funções ideológica, econômica e simbólica, que se expressam, respectivamente, pela propaganda, pela publicidade e pelo programa. No contexto digital, essas funções são reorganizadas, e surge a função-interação (Figueiredo & Bolaño, 2017), que destaca o papel dos usuários como parte ativa das dinâmicas de produção e circulação de conteúdo nas plataformas digitais, mediadas por algoritmos. As plataformas de streaming, enquanto expressão contemporânea da Indústria Cultural, combinam produção, distribuição e controle simbólico de conteúdos, articulando-se com a lógica do capital financeiro e do monopólio de dados. A EPC, ao incorporar os efeitos da digitalização e da financeirização, oferece um instrumental analítico robusto para compreender os novos modelos de mediação e concentração no mercado audiovisual global (Santos; Amado, 2023; Bolaño; Barreto; Valente, 2022).

O mercado de streaming na América Latina tem crescido de forma acelerada, impulsionado pela transformação nos hábitos de consumo e pela expansão de grandes plataformas globais, como a Netflix. No Brasil, segundo maior mercado mundial, a plataforma lidera com 25% de participação, mas enfrenta forte concorrência da Globoplay, que se diferencia ao apostar em conteúdo nacional — que representa 75% do catálogo — e na integração com a televisão aberta (Ministério da Cultura, 2023; Diário do Comércio, 2025). Com um investimento anual estimado em R\$5 bilhões, a Globoplay consolida-se como principal representante da produção audiovisual local, contrapondo-

se ao modelo padronizado da Netflix (Veja, 2024; Tela Viva, 2025). A Globo, ao longo de décadas, consolidou seu domínio no Brasil por meio do desenvolvimento de um padrão técnico-estético exitoso, reconhecido por sua qualidade de produção e capacidade de atender às demandas culturais locais (Bolaño, 2004; Bolaño; Brittos, 2005; Brittos, 2001; 2022). Esse padrão, inicialmente forjado no setor televisivo, foi estrategicamente adaptado ao ambiente digital e tornou-se central na atuação da Globoplay. Desde seu lançamento em 2015, a plataforma tem buscado se firmar como uma alternativa nacional relevante, oferecendo acesso a um vasto acervo e um catálogo com mais de dois mil títulos brasileiros. Esse contexto tem impulsionado o debate sobre regulação do setor, com propostas que incluem cotas de conteúdo nacional, maior transparência de dados e contribuições obrigatórias das plataformas para o desenvolvimento do audiovisual brasileiro (Senado Notícias, 2024; CNN Brasil, 2025). No México, a Netflix também lidera o mercado, mas tem enfrentado crescente concorrência de outras plataformas, como Disney+ e HBO Max. Para manter sua posição, a empresa tem investido em produções locais, com o número de obras mexicanas originais saltando de 20 em 2018 para 36 em 2019 (Gómez; Muñoz, 2023). O país abriga hoje 106 plataformas, evidenciando um ambiente competitivo marcado por modelos híbridos de negócio e uma busca por maior flexibilidade dos consumidores. Apesar disso, o conteúdo nacional ainda tem baixa visibilidade nas principais plataformas (Mobile Time, 2025). A criação da ViX, fruto da união entre Televisa e Univision, representa uma tentativa de fortalecer a produção em espanhol e ampliar a presença de conteúdos latino-americanos (O Globo, 2025).

Na Argentina, o domínio da Netflix — que alcançava 68% do mercado em 2020 — contrasta com a tímida presença de conteúdo local, que representa menos de 3% dos catálogos (Mastrini; Krakowiak, 2021). Apesar da crescente penetração digital, a TV aberta ainda mantém a maior audiência. Políticas públicas voltadas ao setor são limitadas, e a centralidade dos algoritmos internacionais tem dificultado a visibilidade da produção nacional. Iniciativas regulatórias, como a proposta de atualizar a Lei do Cinema e implementar cotas de conteúdo argentino, visam reduzir essa dependência (Rivero; Rossi, 2022; Kantar Ibope Media, 2023; Creators News, 2021).

Ao analisar os casos de Brasil, México e Argentina, nota-se que, embora compartilhem a condição de economias periféricas, cada país adota estratégias distintas

diante da hegemonia das plataformas de streaming. O Brasil se destaca com a atuação da Globoplay como modelo de valorização da cultura nacional e inovação tecnológica. No México, o dinamismo do mercado contrasta com a fraca presença do conteúdo local. Já a Argentina, mesmo com propostas regulatórias emergentes, ainda enfrenta dificuldades estruturais para fortalecer sua indústria audiovisual. Em comum, os três países lidam com o desafio de equilibrar os interesses dos conglomerados internacionais com a promoção da diversidade cultural — um cenário que reafirma a relevância da Economia Política da Comunicação (EPC) como ferramenta crítica para compreender as mediações comunicacionais no capitalismo dependente.

REFERÊNCIAS

BOLAÑO, C. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

BOLAÑO, C. R. S. **Mercado Brasileiro de Televisão**. São Cristóvão: Ed. UFS, 2004. (Edição revisada).

BOLAÑO, C. R. S.; BRITTOS, V. C. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.

BOLAÑO, C.; BARRETO, H.; VALENTE, J. Para a análise teórico-metodológica das plataformas digitais como estruturas de mediação a partir da Economia Política da Comunicação. **Avatares de la Comunicación y la Cultura**, [S.l.], n. 24, dez. 2022. Disponível em: <https://revistas.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/6781>. Acesso em: 19 maio 2025.

BRITTOS, V. C. **Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional**. 2001. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001.

BRITTOS, V. C. **Estudos Culturais, Economia Política da Comunicação e o Mercado Brasileiro Televisão**. Buenos Aires: Clacso, 2022. Disponível em: <https://www.clacso.org/wp-content/uploads/2022/07/Estudos-culturais.pdf>. Acesso em: 19 maio 2025.

CHESNAIS, F. **A mundialização do capital**. São Paulo: Xamã, 1996.

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

PEREZ, C. Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto. In: **La tercera revolución industrial**. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1986. p. 43-89.

PEREZ, C. Finance and technical change: a long-term view. In: HANUSCH, H.; PYKA, A. (ed.). **The Elgar companion to Neoschumpeterian economics**. Cheltenham: Edward Elgar, 2004.

SANTOS, V.; AMADO, A. 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.