

MERCADOS CULTURAIS NA AMÉRICA LATINA: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DAS PLATAFORMAS DE STREAMING ¹

Verlane SANTOS²; Líssia AGUIAR³; Lara MENEZES⁴; Márcia VIEIRA⁵

¹ GT4 Políticas Culturais e Economia Política da Cultura

² Universidade Federal de Sergipe, velorca2010@gmail.com

³ Universidade Federal de Sergipe, lissia@academico.ufs.br

⁴ Universidade Federal de Sergipe, menezslara@academico.ufs.br

⁵ Universidade Federal de Sergipe, marcia_vivi2001@hotmail.com.

RESUMO

Este trabalho analisa a dinâmica dos mercados culturais latino-americanos a partir da expansão das plataformas de streaming audiovisual, como continuidade de uma pesquisa mais ampla¹ sobre plataformas digitais, Economia Política da Comunicação e dependência. Nesta etapa, a ênfase recai sobre o Brasil, tendo México e Argentina como referências comparativas. A abordagem teórica fundamenta-se na Economia Política da Comunicação (EPC) e na Teoria Marxista da Dependência (TMD), compreendendo o streaming como atualização das estruturas históricas da indústria cultural em um contexto marcado pela financeirização, pela concentração transnacional e pelo controle tecnológico e simbólico da circulação cultural.

A relevância do estudo decorre do papel das plataformas de streaming na reconfiguração dos mercados culturais latino-americanos. O problema de pesquisa consiste em analisar em que medida sua expansão atualiza mecanismos históricos de dependência econômica e simbólica. A metodologia é baseada em revisão bibliográfica crítica, análise documental e comparação estrutural dos mercados de streaming no Brasil, México e Argentina, com uso de dados secundários sobre mercado, catálogos, monetização e regulação.

A discussão concentra-se no caso brasileiro, onde a disputa entre Netflix e Globoplay evidencia diferenças estruturais relevantes no interior do mesmo mercado. A Netflix, presente no Brasil desde 2011, consolidou-se ao longo da década de 2010 como plataforma dominante, operando segundo uma lógica global baseada predominantemente em receitas de assinatura, ainda que com incorporação recente de planos com publicidade. A Globoplay, lançada em 2015, apresentou crescimento inicialmente mais tardio, porém acelerado, alcançando patamares semelhantes aos da Netflix a partir de 2020 e ampliando sua base de usuários de forma mais intensa nos anos seguintes (Mungiolli; Ikeda, 2020).

Essas trajetórias distintas refletem modelos industriais e de financiamento diferenciados. A Globoplay opera a partir de um modelo híbrido, combinando receitas de assinatura e publicidade (planos básicos de assinatura), fortemente articulado ao contexto econômico do Grupo Globo, especialmente à televisão aberta e aos Estúdios Globo. Cabe destacar que os dados referentes à plataforma não são divulgados de forma isolada, estando majoritariamente agregados aos resultados do Grupo Globo, o que impõe limites à análise individualizada, mas evidencia a centralidade dessa articulação para sua sustentabilidade econômica. Esse arranjo amplia sua capacidade de investimento contínuo em conteúdo nacional e favorece estratégias integradas de circulação e monetização (Tela Viva, 2023; 2024; Yoshida, 2025).

¹ Projeto “A governança econômica das redes digitais: para uma análise dos mercados e da concorrência da Internet e seus impactos sobre os direitos dos usuários”, financiado pela FAPESP. Conta com bolsas de mestrado (FAPITEC/SE) e de iniciação científica (COPES/UFFS).

A Netflix, por sua vez, mantém uma lógica de atuação global mais padronizada, com menor integração às estruturas nacionais de mídia. Historicamente, a plataforma operou sem estúdios próprios, adotando um modelo de produção predominantemente terceirizado, no qual atua como financiadora, distribuidora e curadora de conteúdos produzidos por empresas parceiras (Canvas Business Model, 2025; Grandes Nomes da Propaganda, 2025).

Essas diferenças estruturais refletem-se diretamente na composição dos catálogos. A Globoplay apresenta maior percentual de obras nacionais, reforçando sua orientação ao mercado interno e ao fortalecimento do setor audiovisual brasileiro, enquanto a Netflix mantém um catálogo majoritariamente internacional, alinhado à sua estratégia global de circulação e padronização da oferta (Veja, 2024; Lima, 2023). Essa configuração permite interpretar o Brasil como um polo subimperialista (Marini, 1977) no mercado audiovisual regional, exercendo liderança relativa na circulação cultural latino-americana sem romper com a dependência estrutural em relação às plataformas globais.

México e Argentina reforçam essa leitura comparativa. No México, observa-se inserção mais diretamente subordinada às cadeias produtivas estadunidenses, com forte presença de capital estrangeiro e baixa autonomia simbólica, apesar da hegemonia histórica da Televisa. Na Argentina, o elevado consumo de streaming contrasta com a limitada visibilidade da produção nacional nos catálogos globais, intensificando disputas regulatórias e debates sobre soberania cultural (Gómez; Muñoz, 2023; Mobile Time, 2025; Mastrini; Krakowiak, 2021; Creators News, 2021).

Os resultados esperados indicam que o streaming aprofunda a financeirização do audiovisual e reorganiza as funções da indústria cultural (Bolaño, 2000) — programa, publicidade e propaganda — em bases algorítmicas e transnacionais. Conclui-se, de forma preliminar, que o streaming atualiza os mecanismos do capitalismo dependente na América Latina, convertendo culturas nacionais em ativos estratégicos da acumulação global e reafirmando hierarquias históricas na produção simbólica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

GÓMEZ, R.; MUÑOZ LARROA, A. Netflix no México: um exemplo das estratégias de negócios transnacionais da gigante da tecnologia. *Televisão e Novas Mídias*, v. 24, n. 1, p. 88-105, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/15274764221082107>.

LEVANTAMENTO revela investimentos dos streamings. *Grandes Nomes da Propaganda*, 27 jan. 2025. Disponível em: <https://grandesnombresdapropaganda.com.br/mercado/levantamento-revela-investimentos-dos-streamings/>. Acesso em: 22 nov. 2025.

LIMA, L. P. Curadoria algorítmica nas plataformas de streaming e os efeitos adversos dos sistemas de recomendação. 2023. Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Sociedade) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2023.

MARINI, R. M. La acumulación capitalista mundial y el subimperialismo. *Cuadernos Políticos*, n. 12, 1977.

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

MUNGIOLI, M. C. P.; IKEDA, F. S. M. Séries originais e estratégias de construção do catálogo do Globoplay em um cenário internacionalizado de produção e distribuição. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 43., 2020, Virtual. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2020. p. 1-10. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2139-1.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2025.

QUAIS são a estratégia de crescimento da Netflix e as perspectivas futuras? *Canvas Business Model*, 12 jul. 2025. Disponível em: <https://canvasbusinessmodel.com/pt/blogs/growth-strategy/netflix-growth-strategy>. Acesso em: 22 nov. 2025.

SARMIENTO, A. Streaming en México: Tubi, Prime Video y Netflix lideran la oferta. *MobileTime Latinoamérica*, 14 abr. 2025. Disponível em: <https://mobiletime.la/noticias/14/04/2025/streaming-en-mexico/>. Acesso em: 21 jul. 2025.

TELAVIVA. Globo confirma R\$ 5 bilhões em conteúdo e tecnologia para todas as plataformas. *Telviva*, 13 mar. 2024. Disponível em: <https://telaviva.com.br/13/03/2024/globo-confirma-r-5-bilhoes-em-conteudo-e-tecnologia-para-todas-as-plataformas/>. Acesso em: 21 jul. 2025.

TOLEDO, M. Estratégia do Globoplay envolve produção com qualidade e escala, boa distribuição e atuação como marketplace. *Tela Viva News*, 9 maio 2023. Disponível em: <https://telaviva.com.br/09/05/2023/estrategia-do-globoplay-envolve-producao-com-qualidade-e-escala-boa-distribuicao-e-atuacao-como-marketplace/>. Acesso em: 23 nov. 2025.

VEJA MERCADO. Globo: negócio de audiência e algoritmo. *Veja*, 31 out. 2025. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/globo-negocio-de-audiencia-e-algoritmo/>. Acesso em: 22 nov. 2025.