

# Plataforma Pública de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda: Tecnologia social para formação de públicos, difusão e descentralização dos espaços de exibição.

Luciana Santa Rita<sup>a</sup>, Thiago Cordeiro<sup>b\*</sup>, Anderson Barbosa<sup>c</sup>, Natalício Santos Junior<sup>d</sup>, Christiane Cabral<sup>e</sup>, Julia Rosa<sup>f</sup>, Aluísio Rego<sup>g</sup>, Vitor Braga<sup>h</sup>, Adriana Gomes<sup>i</sup>, Lina Távora<sup>j</sup>, Daniela Fernandes<sup>k</sup>

<sup>a</sup> Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade Federal de Alagoas, Alagoas, Brasil, luciana.santarita@nees.ufal.br, <https://orcid.org/0000-0002-6868-9014>

<sup>b</sup> Instituto de Computação, Universidade Federal de Alagoas, Alagoas, Brasil, thiago.cordeiro@nees.ufal.br, <https://orcid.org/0000-0003-0976-7040>.

<sup>c</sup> Instituto de Computação, Universidade Federal de Alagoas, Alagoas, Brasil, anderson.barbosa@nees.ufal.br, <https://orcid.org/0009-0006-1227-9346>.

<sup>d</sup> NEES, Universidade Federal de Alagoas, Brasil; Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Portugal, natalicio.junior@nees.ufal.br, <https://orcid.org/0009-0001-7106-7224>.

<sup>e</sup> Centro Universitário Internacional (UNINTER), Pós em Acessibilidade e Tecnologias de Inclusão, Curitiba, Brasil, christiane.cabral@nees.ufal.br, <https://orcid.org/0000-0001-7579-8107>.

<sup>f</sup> Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil, julia.rosa@nees.ufal.br, <https://orcid.org/0000-0002-4941-8147>

<sup>g</sup> Laboratório de Análise de Dados e Inteligência Computacional, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, Brasil, aluisio.rego@nees.ufal.br

<sup>h</sup> Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes, Universidade Federal de Alagoas, Alagoas, Brasil, vitor.braga@ichca.ufal.br, <https://orcid.org/0000-0002-2377-9323>.

<sup>i</sup> Secretaria do Audiovisual, Ministério da Cultura, Brasília, Brasil, adriana.gomes@cultura.gov.br

<sup>j</sup> Secretaria do Audiovisual, Ministério da Cultura, Brasília, Brasil, lina.tavora@cultura.gov.br

<sup>k</sup> Secretaria do Audiovisual, Ministério da Cultura, Brasília, Brasil, daniela.fernandes@cultura.gov.br

Submitted: 31 January 2025, Revised: 26 March 2025, Accepted: 21 April 2025, Published: 30 June 2025

**Resumo.** As tecnologias de *streaming* audiovisual reúnem aspectos relevantes sobre o desenvolvimento tecnológico e as formas de acesso, difusão e democratização do audiovisual. No Brasil, nos últimos anos, o crescimento do número de plataformas de *streaming* audiovisual tem representado um fenômeno social, cultural, econômico e político que desperta a atenção e o interesse de corporações privadas, governos, realizadores(as) e espectadores(as) do setor audiovisual, especificamente sobre os propósitos e usos mercadológicos, públicos, democráticos, sociais e culturais dessa tecnologia. Este artigo apresenta e contextualiza o desenvolvimento de uma plataforma de *streaming* pública, gratuita e brasileira, desenvolvida pelo Governo Federal, enquanto tecnologia social com potencial para impactar significativamente o audiovisual brasileiro. A discussão deste artigo a respeito do *streaming* público é estruturada a partir de três objetivos da plataforma: (1) formação de público, (2) difusão do audiovisual brasileiro e (3) descentralização dos espaços de exibição. Por meio de uma abordagem exploratória, são analisadas as ações implementadas e os desafios enfrentados em seu desenvolvimento, considerando um contexto marcado pela concentração geográfica da produção e da exibição, predominância de conteúdos estrangeiros em salas de cinema e plataformas de *streaming*

comerciais, bem como a fragilidade das políticas de democratização cultural. Com base em revisão de literatura - nacional e internacional - e análise de dados secundários, avaliamos se essa iniciativa pode reconfigurar as dinâmicas de acesso e difusão do audiovisual, tendo em vista a adoção estratégica de tecnologias sociais pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura. O artigo discute o potencial de ampliação da visibilidade de produções nacionais e regionais, do(as) realizadores(as) sub-representados(as) e narrativas plurais, com vistas a promover transformações sociais, culturais e educacionais.

**Palavras-chave.** streaming, formação de público, difusão, ampliação do acesso, audiovisual brasileiro.

**Research paper, DOI:** <https://doi.org/10.59490/dgo.2025.1057>

## 1. Introdução

Uma tecnologia social é uma combinação de ideias, práticas e ferramentas que são projetadas para abordar problemas sociais complexos, frequentemente por meio de processos colaborativos que envolvem diretamente as comunidades afetadas (Mulgan, 2019). Como tal, abrange produtos, técnicas e metodologias reaplicáveis desenvolvidas por meio da interação com os grupos sociais, representando soluções de transformação social. Dessa forma, estabelece-se uma replicabilidade da inovação a diferentes grupos, tornando seu papel social mais efetivo.

No campo do audiovisual, plataformas de streaming públicas e gratuitas são entendidas como expressões de tecnologia social. Elas operam enquanto meios para ampliar o acesso a conteúdos culturais e educacionais, democratizando oportunidades e podendo fortalecer a diversidade cultural. A literatura está repleta de estudos sobre a difusão de conteúdo audiovisual por meio de plataformas gratuitas (Murray, 2021; Lobato, 2019; Hesmondhalgh, 2013; Villén Higuera & Ruiz del Olmo, 2022; Menezes, 2025) como uma estratégia em muitos países da garantia do acesso livre e democrático, inclusive na América Latina (Ministerio de Cultura de la Nación, 2022); o que significa que qualquer pessoa interessada, independentemente de sua localização ou condição socioeconômica, poderá acessar e aproveitar uma ampla gama de material audiovisual, incluindo curtas e longas-metragens, documentários, animações e videoartes.

A partir dessas tecnologias sociais, é possível oferecer à população conteúdos que refletem a diversidade étnica, linguística e regional do país. Isso contribui para o fortalecimento de saberes, modos de existir e narrativas locais que, muitas vezes, são invisibilizadas pelas grandes plataformas globais, cujo foco é atender demandas de audiências amplas e internacionalizadas (Brasil, 2020). Compreendemos como narrativas locais as histórias, as representações e as expressões culturais que emergem de contextos específicos, refletindo as experiências, tradições, identidades e valores de grupos sociais, comunidades ou região. Tais narrativas contrastam com discursos globais e hegemônicos, ao evidenciar as particularidades culturais e sociais que moldam as perspectivas locais sobre o mundo (Martin-Barbero, 2009).

A globalização do entretenimento e o domínio de produções estrangeiras dificultam a competitividade do audiovisual brasileiro, especialmente no cinema (Rosa *et al.*, 2023). No Brasil, o desenvolvimento de uma plataforma de streaming pública e gratuita pode ter um impacto significativo no setor audiovisual, promovendo a ampliação da visibilidade e acesso a manifestações, bens e produtos culturais, fomentando a produção nacional e fortalecendo a diversidade cultural. Como tal, as premissas inerentes à ampliação do acesso, fomento à produção nacional, preservação e difusão da cultura, criação de novos públicos, fortalecimento da soberania cultural com a redução da dependência de produtos estrangeiros, bem como o impulso à economia, podem ser considerados os elementos condicionantes da tecnologia social de streaming pública.

Nas últimas décadas, a consolidação de leis de incentivo - Lei do Audiovisual e Lei Rouanet, por exemplo -, a criação da Agência Nacional do Cinema (Ancine), dos programas de fomento da Secretaria do Audiovisual (SAV) do Ministério da Cultura (MinC) e a criação do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) vêm contribuindo para o crescimento e equidade da produção cultural do país. Segundo Moraes (2019), entre 2003 e 2014, os recursos para o setor cresceram 540%, e o número de longas-metragens saltou de 22 para 143 anuais - com destaque para coproduções internacionais financiadas por incentivos fiscais. Tal crescimento é resultado de uma série de fatores que envolvem estabilidade econômica, reorganização do setor e reformulação das políticas de incentivo ao cinema. Entretanto, o crescimento verificado na produção não se refletiu em um aumento de público na mesma intensidade.

Adicionalmente, em 2024, o setor audiovisual brasileiro recebeu investimentos significativos, refletindo o compromisso do governo em fortalecer e expandir essa indústria, como exemplo o FSA que destinou R\$ 1,2 bilhão

para a cadeia produtiva do audiovisual, com foco no crescimento econômico sustentável, ampliação da produção nacional e promoção da diversidade regional e de gênero. Em junho de 2024, o Governo Federal anunciou um pacote de R\$1,6 bilhão para o setor audiovisual, abrangendo diversas iniciativas para impulsionar a produção e a infraestrutura (Portal Gov.br, 2024).

Diversos autores têm analisado o impacto do streaming na produção e consumo audiovisual. Oliveira (*et al.*, 2023) discutem como estes serviços modificaram a maneira das pessoas consumirem filmes e séries, gerando um impacto na indústria, originalmente dominada pelo cinema e pela televisão. Em outra perspectiva de compreensão do processo, Baute (2022) argumenta que a produção e distribuição de obras audiovisuais nessas plataformas pode resultar em processos que o autor compreende como produtores de uma homogeneização cultural. No contexto de plataformas de streaming, as produções audiovisuais tendem a se conformar a padrões e narrativas globalizadas, frequentemente moldadas por grandes corporações e mercados dominantes. Essa dinâmica ocorre porque os grandes players desse mercado buscam maximizar a audiência global, resultando em conteúdos que privilegiam histórias, linguagens, gêneros e estilos que têm maior apelo comercial.

Tais aspectos se apresentam como pilares importantes para compreender o impacto de uma plataforma pública, exemplificando o potencial transformador do streaming para a inclusão cultural, desde que apoiada por estratégias de longo prazo desenvolvidas pelo Estado – nas instâncias Federal, Estadual e Municipal.

Ao contextualizar esse cenário, este artigo tem por objetivo geral apresentar os desafios no desenvolvimento de uma plataforma de *streaming* público como uma tecnologia social de modo a cumprir três objetivos específicos: (1) formação de público, (2) difusão do audiovisual brasileiro e (3) descentralização dos espaços de exibição. Apresentamos, então, a seguinte questão de pesquisa: como um serviço de *streaming* pode contribuir para a redução das assimetrias de acesso, difusão e formação de públicos no audiovisual brasileiro, em um contexto marcado pela concentração geográfica da produção e da exibição, predominância de conteúdos estrangeiros em salas de cinema e plataformas de *streaming* comerciais, bem como fragilidade das políticas de democratização cultural?

Por meio de uma abordagem exploratória, analisamos as justificativas, os objetivos e os desafios de uma plataforma pública de *streaming*, demonstrando seu potencial como ferramenta estratégica para políticas culturais comprometidas com a democratização e a equidade na produção, difusão e recepção no audiovisual. Com base em revisão bibliográfica - nacional e internacional - e análise de dados secundários, argumentamos que essa iniciativa pode reconfigurar as dinâmicas de acesso, ampliando a visibilidade de produções regionais, realizadores sub-representados e narrativas plurais, além de discutirmos seu estágio atual de desenvolvimento.

O texto está estruturado da seguinte maneira: inicialmente, apresenta-se uma contextualização do cenário latino-americano e brasileiro, destacando os desafios e oportunidades do setor audiovisual na região. Em seguida, aborda-se o arcabouço teórico que sustenta a discussão, explorando os conceitos de tecnologias sociais e a centralidade do *streaming* no fortalecimento do audiovisual. As discussões são apresentadas em três eixos principais: formação de público, difusão do audiovisual brasileiro e descentralização dos espaços de exibição. Por fim, discutem-se as implicações práticas e as contribuições do estudo para o campo, encerrando-se com as próximas etapas do projeto e sugestões para pesquisas futuras.

## 2. Contextualização

Diversos estudos (Fran, 2024; Smith & Thompson, 2024; Wayne, 2020; Murray, 2021) apresentam o crescimento das plataformas de *streaming* como vetores de significativas transformações no consumo de mídia audiovisual nos últimos anos, especialmente aquelas desenvolvidas por multinacionais do mercado das empresas com base de atuação nos meios digitais - como Netflix, Amazon Prime e AppleTV, dentre outras. O mercado também testemunha a entrada de novos players, aumentando a concorrência, enquanto plataformas regionais ganham destaque ao oferecer conteúdos culturalmente relevantes. Paralelamente, o crescimento dessas plataformas está gerando debates sobre direitos autorais, regulação de conteúdo, pluralidade de obras e realizadores(as), representatividade da produção nacional e impacto na indústria tradicional de cinema e televisão. Esses fatores, combinados, destacam o *streaming* como uma das principais forças na redefinição do cenário de mídia audiovisual global.

Alguns desenvolvimentos tecnológicos têm possibilitado novas formas de consumir, distribuir e produzir conteúdo audiovisual. Assim, como elenca Shattuc (2020), o surgimento e a expansão do acesso à internet, a adoção de transmissão digital de sinais de televisão, a popularização de computadores pessoais, smartphones e tablets e o alargamento da banda de transmissão de dados para evitar que vídeos sofressem buffering ajudam a explicar a transição digital do audiovisual.

Pesquisas (Grandinetti, 2017; Lobato, 2019; Lotz, 2022) apontam que a transição em curso para plataformas de *streaming* transformou radicalmente a produção e o consumo de mídia ao introduzir serviços financiados pelos

assinantes e disponíveis sob demanda. Mais concretamente, o panorama atual do setor audiovisual com o seu sistema de plataformas online está, em boa medida, relacionado com o consumo de séries, filmes e documentários, segundo preconiza García-Orta (*et al.*, 2019). Os autores entendem como uma mudança em curso de hierarquias historicamente estabelecidas pela indústria audiovisual em vários aspectos, como a primazia da sala de cinema, o formato do longa-metragem de ficção como produto central da cadeia, e os processos de legitimação e promoção - a exemplo de festivais e curadorias. Tal mudança decorre do processo de digitalização e o estabelecimento que os canais de *streaming* romperam enquanto forças econômicas (Bahia *et al.*, 2023).

Sublinha-se que nessa arena de competição, os grandes players do setor, nacionais e internacionais, avançam na oferta de seus serviços e passam a oferecer tanto conteúdos, como infraestrutura de rede (Jambeiro *et al.*, 2011). Uma característica das empresas que oferecem esse serviço é a forma como combinam a curadoria e circulação de novas produções com bibliotecas de conteúdo histórico da televisão (Gilbert, 2019).

A partir dessas premissas, quando se analisa a relevância da mídia *streaming*, Gambarato *et al.* (2022) usaram o termo “cultura da capacidade de transmissão” para descrever a lógica industrial que amplifica hoje as possibilidades da mídia conectiva. As mídias conectivas são ecossistemas formados pela convergência de tecnologias de comunicação, informação e mídia. Como tal, os autores registram que a fluidez transcende simplesmente governar atividades, objetos e relações digitalmente, gerando e respondendo aos fluxos de dados da forma mais eficiente possível. Vale ressaltar que a premissa vai além da arquitetura tecnológica das plataformas: ou autores consideram como um “campo de batalha logístico”, capaz de controlar e organizar fluxos de circulação midiática.

A América Latina, com sua diversidade cultural e linguística, enfrenta assimetrias em relação à infraestrutura digital e à distribuição de conteúdos culturais. No Brasil, por exemplo, as salas de cinema estão concentradas em capitais e regiões metropolitanas, deixando vastas áreas do país sem acesso a exibições cinematográficas. Embora mais recentemente o MinC tenha apontado avanços - os últimos dados apontam que o Brasil chegou a 3.509 salas, incluindo as que foram inauguradas ou reformadas em 22 cidades do interior do país (Menezes, 2025) -, aproximadamente 7% das cidades brasileiras possuem ao menos uma sala de cinema (Rosa *et al.*, 2023). Embora este número supere o recorde anterior de 3.478 salas, registrado em 2019, antes da pandemia de COVID-19, tal cenário ainda é muito distante de países como EUA - que em 2024 contava com cerca de 40.000 salas em operação (Piauí, 2022) - e China - com cerca de 90.000 salas (Xinhua News Agency, 2025).

A digitalização do setor audiovisual na América Latina ocorre ainda em um cenário de profundas desigualdades estruturais. Segundo Loureiro (2015), embora a região tenha apresentado avanços significativos na adoção de tecnologias digitais, persiste uma lacuna em relação à inclusão digital, especialmente entre populações de baixa renda e residentes em áreas remotas - distantes da zona de influência das regiões metropolitanas dos países.

Essa realidade é compartilhada por outros países da região, onde a centralização da infraestrutura cultural reflete desigualdades sociais e econômicas mais amplas. Como observa Selva (2016), a exclusão digital na América Latina é historicamente agravada por disparidades no acesso à internet de alta velocidade, particularmente em áreas rurais e periféricas. Questionamos então como o streaming - enquanto uma tecnologia que permite a transmissão de dados de áudio e vídeo pela internet, de maneira contínua e em tempo real, sem a necessidade de download completo do conteúdo antes de sua reprodução - pode apresentar-se nesse contexto como uma alternativa para superar barreiras geográficas e ampliar o acesso a conteúdos culturais.

O consumo de *streaming* audiovisual no Brasil tem crescido significativamente nos últimos anos, refletindo mudanças nos hábitos culturais e no acesso a tecnologias digitais. De acordo com o relatório Global Streaming Market Overview, o Brasil é o segundo país que mais consome serviços de streaming, ficando atrás apenas da Nova Zelândia, e pelo menos 65% dos adultos brasileiros possuem um serviço de *streaming*, enquanto a média global é de 56% (Global Streaming Market Overview, 2024).

Dados do Módulo de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) da PNAD Contínua (2023) indicam que mais de 40% dos lares brasileiros com televisão tiveram acesso a plataformas de streaming de vídeo. Essa expansão é acompanhada por um aumento no tempo dedicado ao consumo audiovisual, com as plataformas de *Video on Demand* (VOD) representando aproximadamente 32% do tempo total gasto considerando todos os dispositivos (Kantar IBOPE Media, 2024). Vale ressaltar que estas plataformas são caracterizadas na referida pesquisa como aquelas que disponibilizam vídeos online, independentemente de seus modelos de negócios e de suas estratégias de produção de conteúdo - serviços financiados por assinatura e/ou por publicidade, com conteúdo gerado por seus usuários ou pela própria plataforma.

Diante desse quadro, de um mercado em crescimento e dominado por grandes corporações, de um lado, e de dificuldades de acesso aos serviços pagos por parte da sociedade, na América Latina, diversos governos têm desenvolvido plataformas de streaming gratuitas de vídeo sob demanda com o objetivo de promover a produção local e ampliar o acesso da população a conteúdos nacionais.

Há em curso uma preocupação para que governos regulamentem as empresas e identifiquem estratégias adequadas para o setor audiovisual e o seu desenvolvimento futuro (Lotz, 2022). Dentre os que tiveram maior propulsão, uma característica em comum é o fato de oferecer acesso gratuito a uma ampla gama de conteúdos, incluindo séries, documentários, filmes e animações. Temos os casos da Plataforma Contar (<https://www.contar.ar>), da Argentina, que também realiza transmissões ao vivo de eventos culturais; a OndaMedia (<https://ondamedia.cl>), do Chile, segue uma lógica parecida: disponibiliza gratuitamente obras nacionais com o objetivo de preservar e difundir a memória cultural do país; e o RTVCPlay (<https://rtvcplay.co/>), da Colômbia, com uma lógica que se aproxima, porém com conteúdos infantis com foco na cultura e na história nacional.

De acordo com Alvaray (2023), é possível identificar características que se assemelham entre as plataformas mencionadas, no contexto da América Latina. Temos a curadoria de conteúdos que valorizam a diversidade cultural e social do país, dando espaço a produções regionais e temáticas relacionadas à história, cultura e debates contemporâneos do país; a implementação de recursos de acessibilidade, como legendas, audiodescrição e Língua Brasileira de Sinais (Libras), para alcançar diferentes públicos, inclusive pessoas com deficiência; o investimento em parcerias com produtores locais e independentes, permitindo não apenas o financiamento de novos projetos, mas também a distribuição de obras que, de outra forma, enfrentam dificuldades para alcançar um público amplo; e a utilização de campanhas de comunicação digital para promover e engajar em torno dos conteúdos disponíveis, aproveitando as mídias sociais e canais institucionais para alcançar sobretudo o público mais jovem.

Por meio de uma parceria entre a Diretoria de Preservação e Difusão Audiovisual da Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (DPDA/SAV/MinC) e o Núcleo de Excelência em Tecnologias Sociais (NEES) do Instituto de Computação (IC) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), está em fase de desenvolvimento uma Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda, que pretende alcançar diversos segmentos do audiovisual, estruturando uma política pública que integra e alinha as áreas de acesso, promoção, formação, organização de dados e preservação do audiovisual nacional. A plataforma tem como meta disponibilizar produções audiovisuais de realizadores brasileiros, promovendo o acesso e a difusão desses conteúdos de forma pública e sob demanda. Entre os principais conteúdos disponíveis estarão curtas, médias e longas-metragens, além de documentários, animações e videoartes.

Para tanto, busca-se oferecer um espaço acessível a cineastas, diretores(as) de TV e vídeo, vídeo artistas, produtores(as), estudantes, entusiastas e o público em geral para compartilhar, assistir e explorar variedade de conteúdo audiovisual nacional, relativos aos domínios da ficção e não-ficção, informação e entretenimento, educação, ciência e artes.

Para tanto, dois perfis estão sendo formatados para atender aos mais diversos públicos que poderão acessar de qualquer lugar (perfil cidadão) ou ainda promover exposições das produções nos mais diversos espaços (perfil direcionado), como apresentamos na Tabela 1. Cabe esclarecer que a plataforma disponibiliza o conteúdo para o acesso público, mas a infraestrutura necessária para sua exibição e recepção - como equipamentos audiovisuais e acesso à internet - é de responsabilidade dos espaços de exibição, bem como de outras ações e/ou políticas públicas.

**Tab. 1** - Definição dos perfis da Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda. Fonte: SAV/MinC.

| Tipo                      | Descrição   | Finalidades  | Perfis   |
|---------------------------|---|--|--|
| <b>Perfil cidadão</b>     | Desenvolvido para o público geral, que poderá acessar a partir do direcionamento de seus públicos em seções | <ul style="list-style-type: none"> <li>Segmentar as obras de acordo com seus respectivos gêneros</li> <li>Direcionar o espectador aos formatos de obras preferidos</li> <li>Guiar o usuário aos conteúdos a partir de uma busca no menu principal da plataforma</li> </ul>   | Perfil único   |
| <b>Perfil direcionado</b> | Criar curadorias de “trilhas espectatoriais”, voltadas à formação de olhar audiovisual                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Atuar prioritariamente junto à educação, aos pontos de exibição, às mostras e festivais, à filmes de impacto e a outras direções que se mostrarem necessárias</li> <li>Garantir o efetivo acesso ao audiovisual de crianças, adolescentes, idosos e outros públicos prioritários</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perfil educacional: escolas</li> <li>2. Perfil exibidor: Cineclubes e pontos de difusão (CineCEUs, Cine Bibliotecas...), Pontos de Cultura Audiovisual, Mostras e Festivais</li> </ol> |

Fonte: SAV/MINC.

A estratégia busca dar visibilidade à diversidade cultural e criativa do audiovisual brasileiro, garantindo a presença da pluralidade de linguagens, formatos e estéticas. Essa diversidade será abordada com atenção às questões de classe social, gênero e étnico-raciais, promovendo o reconhecimento cultural de diversos grupos sociais. Com base em princípios de equidade, a plataforma também visa fortalecer a representatividade da produção regional e local, atuando como um espaço para que jovens criadores e produtores independentes compartilhem suas criações, promovendo a descoberta de novos talentos e projetos inovadores. Em 2024, a SAV/MinC lançou o Edital de Licenciamento de Obras Audiovisuais que visa selecionar e licenciar mais de 400 obras audiovisuais já finalizadas, incluindo curtas, médias e longas-metragens, para compor o catálogo desta plataforma, que está prevista para ser lançada ainda em 2025.

### 3. Desafios

De acordo Sylvestre (2024), são muitos os elementos de motivação e oportunidade para a implementação de plataformas de difusão de conteúdos audiovisuais nacionais no modelo de consumo sob demanda. Sobretudo no que concerne à obrigação constitucional do Estado, prevista no artigo 215 da Constituição Federal de 1988, na qual determina a garantia a todos do pleno exercício dos direitos culturais e do acesso às fontes da cultura nacional, cabendo ao Estado apoiar e incentivar a valorização e a difusão das manifestações culturais. Outro fator relevante é o cumprimento da meta 40 do Plano Nacional de Cultura, que prevê a disponibilização na internet de conteúdos em domínio público e licenciados. Por fim, destaca-se o eixo de ações de acesso e distribuição de produção audiovisual para as escolas públicas de educação básica, no âmbito da regulamentação da Lei nº 13.006/2014 - que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional e obriga a exibição de filmes de produção nacional nas escolas.

Considerando estes aspectos legais, Venanzoni (2021a) aponta que a democratização do audiovisual exige políticas públicas integradas que abordam os desafios de produção, distribuição e consumo de forma conjunta. O *streaming*, com sua capacidade de alcançar públicos diversos, se configura como uma ferramenta para atender parcialmente essa demanda por democratização - ainda que precise ser atrelada a outras políticas públicas e envolva dimensões políticas e econômicas, atores e recursos além da plataforma.

Baute (2022), ao destacar esse processo, aponta a necessidade de modelos alternativos que combatam a homogeneização cultural. Iniciativas como a plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda, por exemplo, são uma resposta a essa dinâmica, à medida que estejam orientadas aos princípios da pluralidade de linguagens, formatos e estéticas, promovendo a produção regional e dando visibilidade a manifestações, expressões, discursos, ideias, lugares e sujeitos que representem a diversidade social, cultural e étnica do Brasil.

As narrativas locais desempenham um papel crucial na resistência à homogeneização cultural, ao promoverem a valorização das culturas periféricas e regionais como parte integrante de uma identidade mais ampla e diversificada (Martín-Barbero, 2019). A proposta de um *streaming* público, orientado por princípios da ampliação do acesso e pluralidade de conteúdos, tem o potencial de equilibrar os interesses globais com as necessidades locais, fortalecendo a identidade cultural e a soberania audiovisual.

Nova Filho (*et al.*, 2023) destacam a presença e a consolidação de plataformas nacionais de conteúdo audiovisual - quer sejam públicas ou privadas - para a promoção da cultura local. Além disso, também são agentes importantes na preservação da identidade cultural, na inclusão digital e no desenvolvimento econômico do setor criativo à medida que as plataformas nacionais de conteúdo audiovisual são ferramentas para a divulgação e valorização da cultura local.

#### 3.1 Formação de públicos

A formação de públicos é o primeiro aspecto que discorremos para o fortalecimento do audiovisual na América Latina. A ideia central por trás do conceito de "formação de público" refere-se às estratégias, políticas e ações voltadas para ampliar, diversificar e engajar a audiência de manifestações culturais, como cinema, teatro, literatura e música. Trata-se de um processo que visa não apenas aumentar o consumo cultural, mas também criar vínculos duradouros entre os indivíduos e as obras, promovendo um senso de pertencimento e identidade cultural.

Venanzoni (2021b) argumenta que, historicamente, o foco na produção ofuscou a importância de criar estratégias para engajar os espectadores e ampliar o alcance das produções nacionais. Bernardet (2007) já destacava no início deste século que a formação de públicos sempre foi uma questão negligenciada historicamente no planejamento cultural brasileiro, resultando em um mercado que privilegia produções globais em detrimento de narrativas locais. Este quadro não obteve maiores avanços nos últimos anos, haja vista que as salas das grandes redes - que detém o monopólio do parque exibidor brasileiro - voltam-se a promover o cinema sobretudo produzido na indústria estadunidense (Rosa & Tavares Filho, 2023).

Ao adentrarmos na discussão a respeito da formação de públicos para o audiovisual, é importante destacar que a Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda propõe um modelo integrado de educação e acesso ao audiovisual. A plataforma oferece recursos como trilhas curatoriais específicas e atividades formativas para educadores e estudantes, promovendo a alfabetização audiovisual. Por meio dessas ações, não apenas amplia-se o alcance das obras nacionais, mas também fomenta-se uma relação mais profunda entre o público jovem e a produção cultural brasileira, consolidando o cinema como uma ferramenta educacional e cultural poderosa.

Venanzoni (2021a) destaca que, enquanto política pública para o audiovisual, o foco deve estar na ampliação do acesso e na redistribuição de recursos, em vez de se restringir a produções voltadas exclusivamente para a lucratividade e a autossuficiência do setor como uma indústria global. A descentralização da produção possibilita o surgimento de novos arranjos produtivos que consideram, acima de tudo, o território e as especificidades de seus agentes locais. Esse aspecto territorial, frequentemente associado ao discurso da diversidade, também pode ser analisado em um nível conceitual, contrapondo a dimensão local à global e evidenciando o território como um espaço para a construção de novas narrativas locais.

Um dos perfis direcionados da Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda é o chamado perfil exibidor, composto por pontos de exibição diversos, a exemplo de cineclubes, que são capazes de formar público e criar comunidades de interesse. Com a intenção de integrar filmes nacionais ao currículo complementar integrado à proposta pedagógica da escola ou em salas de exibição para além dos parques exibidores, a plataforma possibilita o contato direto de estudantes, realizadores(as), cinéfilos e as mais diversas audiências com obras que refletem a diversidade e os desafios sociais do Brasil. Trata-se de um esforço para criar novas gerações de espectadores(as) mais informados(as) e com conhecimento da produção nacional e, em razão disso, aptos(as) a compreender, criticamente, o papel da produção audiovisual no fortalecimento da identidade cultural e na promoção de valores democráticos.

A plataforma pública pretende ir além da disponibilização de conteúdo ao fortalecer redes locais de exibição por meio de parcerias com cineclubes, escolas e outros pontos de difusão não comercial. Essas colaborações não apenas diversificam os meios de acesso ao audiovisual, mas também incentivam a formação de públicos em áreas menos favorecidas. A plataforma surge para atender a demandas de difusão e formação de públicos por se apresentar enquanto alternativa a parques exibidores de regiões periféricas e interiores - que no geral se apresentam em menor número e limitam o alcance de produções nacionais.

3.2 Difusão

De acordo com o informe anual mais recente “Mercado Cinematográfico”, elaborado pela Ancine (ver Tabela 2), os longas brasileiros representaram apenas 3,2% do público total em 2023. Este número não difere dos dois anos anteriores, quando tivemos 1,7% (2021) e 4,2% (2022) na participação dos longas-metragens exibidos no público total – por nacionalidade da obra. O relatório apresentado pela Ancine (2024) coaduna com as pesquisas mais recentes sobre o audiovisual produzido na América Latina, como já apontado anteriormente, a respeito da incapacidade de se fazer cumprir políticas públicas de difusão do audiovisual desses países.

Tab. 2 - Panorama do mercado cinematográfico no país - 2023.

| Região              | Público     | % Público | Renda (R\$)      | % Renda | Longas-metragens exibidos | Longas-metragens lançados |
|---------------------|-------------|-----------|------------------|---------|---------------------------|---------------------------|
| Longas brasileiros  | 3.701.853   | 3,2%      | 67.095.990,16    | 3,0%    | 271                       | 161                       |
| Longas estrangeiros | 110.374.722 | 96,8%     | 2.169.980.200,26 | 97,0%   | 438                       | 254                       |
| TOTAL               | 114.076.575 | 100%      | 2.237.076.190,42 | 100%    | 709                       | 415                       |

Fonte: SAV/MINC.

Como resultado desse maior interesse pela produção estrangeira, temos mais dias de exibição nas salas de cinema. Um resultado também apresentado pela Ancine (2024) constatou que o número médio de dias de exibição dos longa-metragens estrangeiros em 2023 permaneceu o mesmo de 2022 (46 dias), enquanto a dos brasileiros subiu de 26 para 30 dias. Avaliando em perspectiva, são 16 dias a mais em exibição para a produção estrangeira - 52% a mais.

Como observado por Hesmondhalgh (2013), a distribuição é um aspecto central das indústrias culturais, desempenhando um papel crucial na formação de identidades e no fortalecimento das economias criativas. Na América Latina, a democratização da distribuição é fundamental para garantir que as produções regionais sejam acessíveis a públicos diversos, promovendo a inclusão e a equidade cultural.

Embora as plataformas de *streaming* aparentam estar em intensa competição e o setor enfrente constantes turbulências, a chamada “guerra dos *streamings*” reflete, em essência, uma disputa entre grandes conglomerados midiáticos e tecnológicos (Bahia *et al.*, 2023). Esse cenário não necessariamente contribui para a democratização e ampliação da diversidade no mercado de vídeo sob demanda no Brasil. Pelo contrário, evidencia-se um movimento de concentração de poder e padronização dos conteúdos, o que influencia diretamente os debates sobre o direito à cultura.

Partindo desse princípio, é necessário se pensar em como dar conta de cumprir essa demanda da difusão de um audiovisual nacional. Ao ser concebida como uma plataforma pública de *streaming*, a Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda oferece um meio viável e acessível para que as instituições educacionais possam atender para além das exigências legais, pois considera um perfil direcionado – classificado como perfil educacional e tendo como objetivo facilitar o acesso a conteúdos audiovisuais diversificados e representativos da cultura brasileira. Essa dimensão educacional reflete a importância da integração entre tecnologias sociais e políticas públicas como forma de potencializar impactos sociais e culturais. A Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda não só demonstra a viabilidade de usar o *streaming* como ferramenta para a inclusão cultural e educacional, mas também contribui para o debate sobre a adoção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) pelo governo como estratégia para fortalecer o setor público, evidenciando uma criação de valor não limitada a aspectos financeiros, mas centrada nos impactos positivos gerados para os envolvidos, como maior acesso, inclusão e fortalecimento do campo da cultura nacional.

Ao utilizar o *streaming* como tecnologia social (Mulgan, 2019), a plataforma em questão responde a esse contexto ao propor um modelo de difusão que prioriza a inclusão. Diferentemente das plataformas comerciais, que frequentemente replicam as lógicas de mercado global, a referida plataforma busca valorizar a diversidade cultural em um país com dimensões continentais. Essa abordagem é essencial para enfrentar o domínio da indústria cultural que movimenta esse ciclo de produtoras e redes de parques exibidores, lançando um olhar para uma economia criativa local ou regional. Entendemos aqui a economia criativa como um modelo de desenvolvimento sustentável baseado na articulação entre cultura, território, tecnologia e inclusão produtiva, no qual bens e serviços simbólicos geram valor econômico e social.

De acordo com Leitão (2015), políticas públicas devem fomentar cadeias produtivas descentralizadas, infraestrutura digital e indicadores que evidenciam impactos simbólicos e materiais. Seu trabalho destaca ainda, a necessidade de equilibrar direitos autorais com acesso democrático, posicionando a cultura como núcleo de inovação e desenvolvimento territorial — princípios que dialogam diretamente com iniciativas como a plataforma Tela Brasil, ao integrar produção audiovisual independente, formação de públicos e democratização tecnológica.

A valorização e a promoção de narrativas locais são capazes de reforçar a representatividade cultural e ampliar o repertório de histórias acessíveis ao público. Assim, pode consolidar-se como uma ferramenta de transformação social, potencializando o papel do audiovisual como vetor da diversidade e equidade cultural. Enquanto uma iniciativa estratégica para inserir a produção nacional nesse mercado em expansão do *VOD*, amplia o alcance de curtas, longas, documentários e videoartes para públicos diversos. Além disso, ao adotar um *design* inclusivo e recursos de acessibilidade, a plataforma garante uma experiência rica para diferentes perfis de usuários.

3.3 Descentralização

Ao apontarmos o terceiro desafio, referente à descentralização, cabe considerar a princípio que o cinema brasileiro muitas vezes não consegue se inserir nas salas de cinema das grandes redes multinacionais. Esse aspecto pode se configurar como um complicador da distribuição pois, muitas vezes, os filmes circulam apenas nas chamadas salas de arte – que representam um menor número de espaços e tendem a levar um menor público. Ainda, embora a produção esteja em crescimento, a distribuição ainda é centralizada, com a maioria das obras, inclusive lançamentos, concentrados em grandes centros urbanos (Ancine, 2024).

A concentração da infraestrutura cultural nas capitais e grandes centros urbanos é um problema recorrente no Brasil. Dados do informe "Mercado Cinematográfico" (Ancine, 2024), embora o parque exibidor brasileiro aponte um crescimento nas últimas duas décadas. Esse número representou apenas 8,1% das cidades com ao menos uma sala de cinema (ver Tabela 3). Com 3.468 salas em 2023, tendo a Região Sudeste mais da metade (1.815), o resultado evidencia a exclusão de grande parte da população do acesso direto ao audiovisual em espaços tradicionais.

Tab. 3 - Total de salas em funcionamento por região geográfica - 2014 a 2023.

| Região       | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Centro-Oeste | 245  | 258  | 274  | 279  | 285  | 286  | 170  | 280  | 285  | 293  |



|                 |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Nordeste</b> | 403         | 446         | 490         | 513         | 548         | 586         | 356         | 529         | 600         | 597         |
| <b>Norte</b>    | 156         | 194         | 198         | 212         | 228         | 235         | 169         | 204         | 221         | 222         |
| <b>Sudeste</b>  | 2.574       | 1.660       | 1.728       | 1.718       | 1.761       | 1.846       | 1.012       | 1.739       | 1.774       | 1.815       |
| <b>Sul</b>      | 455         | 447         | 470         | 501         | 525         | 554         | 153         | 514         | 535         | 541         |
| <b>Brasil</b>   | <b>3833</b> | <b>3005</b> | <b>3160</b> | <b>3223</b> | <b>3347</b> | <b>3507</b> | <b>1860</b> | <b>3266</b> | <b>3415</b> | <b>3468</b> |

Fonte: SAV/MINC.

Em conformidade com esse recorte histórico a respeito da concentração dos parques exibidores, podemos inferir que a Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda apresenta-se como uma alternativa para enfrentar essa assimetria entre as regiões do país, utilizando o *streaming* como ferramenta de ampliação do acesso. Por meio de sua tecnologia de distribuição digital, a plataforma possibilita que conteúdos audiovisuais alcancem regiões remotas, descentralizando assim o consumo cultural e promovendo a inclusão de comunidades historicamente marginalizadas do circuito cinematográfico.

No contexto latino-americano, iniciativas como a Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda também enfrentam o desafio de descentralizar a produção e a distribuição. Como apontado em Canclini (2015) e Ortiz (2006), a centralização das indústrias culturais em grandes centros urbanos limitou o acesso às produções regionais e perpetua desigualdades históricas. O desenvolvimento de uma plataforma com a citada neste trabalho representa um esforço para romper com essa lógica, promovendo a descentralização do consumo e valorizando a diversidade cultural do país.

Nessa perspectiva, a plataforma pode garantir um espaço para produtoras nacionais corrigindo desigualdades históricas, garantindo que a pluralidade cultural do país possa ser representada e valorizada a partir das produções audiovisuais disponibilizadas na plataforma. Sua atuação pode se tornar um modelo para outros países latino-americanos que enfrentam desafios semelhantes, reafirmando o papel do Estado como promotor da cultura e da inclusão digital.

Conforme definido por Rubim (2007), as políticas públicas culturais visam garantir a diversidade e a pluralidade cultural, promovendo tanto o acesso aos bens e serviços culturais quanto o incentivo à produção e circulação de expressões artísticas e simbólicas. Elas devem também considerar as especificidades regionais, sociais e históricas, de modo a fortalecer identidades culturais e assegurar a representatividade de diferentes grupos sociais. Entendemos que plataformas com as características descritas neste trabalho podem, em complemento a outras ações estatais, contribuir para o fortalecimento das políticas de incentivo à produção e circulação do audiovisual brasileiro em seus diversos gêneros e formatos.

Procurando oferecer a visibilidade à diversidade cultural e criativa do audiovisual brasileiro, garantindo a presença da pluralidade de linguagens, formatos e estéticas e o reconhecimento cultural dos diversos grupos sociais - considerando o âmbito das questões de classe social, gênero e étnico-raciais -, a Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda pode promover uma agenda de diversidade que está intrinsecamente ligada aos valores de inclusão e equidade social.

## 4. Considerações Finais

Em conformidade com as discussões ora levantadas, este trabalho teve como objetivo apresentar a iniciativa da Plataforma Pública de Acesso e Difusão de Conteúdos Audiovisuais Brasileiros Sob Demanda como tecnologia social para formação de públicos, difusão e descentralização dos espaços de exibição. Apontamos no texto que, ao adotar o *streaming* como uma tecnologia social, a plataforma oferece uma alternativa para superar as limitações da infraestrutura física, descentralizar a distribuição e promover a inclusão cultural a partir de uma abordagem integrada, que combina a distribuição digital com ações educativas e culturais voltadas para a formação de públicos.

A proposta da plataforma ora apresentada exemplifica a adoção estratégica de tecnologias sociais pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura do Brasil para promover transformações sociais, culturais e educacionais, pois procura integrar uma rede que perpassa alguns perfis de usuários: voltados para os cidadãos ou direcionados – escolas e pontos de exibição.

Conforme Sylvestre (2024), conclui-se pela necessidade de assegurar que a formulação dessa política não apenas se some às muitas outras iniciativas públicas e, essencialmente, gratuitas de difusão. Mas, que o Governo Federal viabilize tal ação se posicionando como agregador e fomentador da difusão audiovisual, consultando atores institucionais relacionados à temática e no desenho de um modelo “que traga proeminência às iniciativas públicas e gratuitas já desenvolvidas, congregando e potencializando todos os esforços e investimentos públicos e privados

(de interesse público) já desenvolvidos no segmento”.

Com base em princípios da equidade, a plataforma tem o propósito de conferir a representatividade da produção regional e local, servindo como um espaço para que jovens criadores(as) e independentes compartilhem suas criações, promovendo a descoberta de novos talentos e projetos inovadores. Por outro lado, ao democratizar o acesso, a plataforma rompe as barreiras geográficas e dá aos produtores nacionais o alcance que, de outra forma, seria restrito.

Neste contexto de grande discrepância em relação a outros mercados, as tecnologias de *streaming* audiovisual configuram-se como marcos no avanço do consumo mediado por plataformas digitais, transformando hábitos culturais e impactando as formas de produção, distribuição e acesso a conteúdos. No Brasil, o crescimento das plataformas de *streaming* reflete não apenas a incorporação de tecnologias globais, mas também um debate sobre inclusão, democratização e o papel do audiovisual na formação de públicos, no conhecimento e promoção da diversidade cultural.

Trata-se, nessa perspectiva, de uma política pública cultural ao utilizar toda sua infraestrutura digital planejada de modo a superar os limites físicos de distribuição, um ponto crítico em países da América Latina, onde - como discutimos - apresentam no geral uma concentração dos parques exibidores para os centros metropolitanos.

Podemos considerar que o projeto não só pode ser capaz de ampliar a circulação de obras que antes ficavam restritas aos circuitos tradicionais, mas também, a médio prazo, estimular as indústrias criativas locais, potencializando a diversidade cultural como um ativo estratégico para o desenvolvimento social e econômico do Brasil.

Os resultados alcançados nesta pesquisa não levam a conclusões definitivas, uma vez que foi baseado em uma pesquisa documental. Esta deve ser organizada por meio de debates acadêmicos e políticos, resultando em políticas centradas numa combinação de estratégias do audiovisual brasileiro, incluindo a distribuição, o financiamento e a formação dos públicos para a acessibilidade da plataforma.

## Acknowledgement

- **Grant:** Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (Termo de Cooperação 0882120230034).
- **Declaração de contribuição:** Luciana Santa Rita: Conceitualização; Escrita - Rascunho Original; Thiago Cordeiro: Escrita, Revisão e Edição; Anderson Barbosa: Conceitualização; Natalício Santos Junior: Supervisão, Escrita - Revisão e Edição; Christiane Cabral: Supervisão, Escrita - Revisão e Edição; Julia Rosa: Revisão; Aluísio Rego: Metodologia, Vitor Braga: Escrita - Revisão e Edição, Conceitualização; Adriana Gomes: Conceitualização; Lina Távora: Conceitualização; Daniela Fernandes: Conceitualização.
- **Uso de IA:** Durante a elaboração deste trabalho, os autores utilizaram o ChatGPT com o objetivo de melhorar o texto. Após a utilização desta ferramenta/serviço, os autores revisaram, editaram, tornaram o conteúdo seu e validaram o resultado conforme necessário, assumindo total responsabilidade pelo conteúdo da publicação.
- **Conflito de interesses (COI):** Não existe qualquer conflito de interesses.

## References

- Alvaray, L. (2023). Of how streaming platforms are changing the audiovisual space in Latin America. *Transnational Screens*, 14(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/25785273.2023.2170762>
- Ancine. (2024). Mercado Cinematográfico: Informe Anual. <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/informe-mercado-cinematografico-2023.pdf>
- Bahia, L., Butcher, P., & Tinen, P. (2023). O setor audiovisual e os serviços de streaming: Da necessidade de repensar a regulação e as políticas públicas. *Revista Eletrônica Internacional De Economia Política Da Informação Da Comunicação E Da Cultura*, 24(3), 101–116. <https://doi.org/10.54786/revistaepic.v24i3.17814>
- Baute, L. F. (2022). Apontamentos para um estudo sistemático de SVOD's: uma análise da plataforma Netflix. *XVI Colóquio Internacional em Economia Política dos Sistemas-Mundo*. <https://gpepsm.paginas.ufsc.br/files/2023/01/Baute.pdf>
- Bernardet, J. (2007). *Brasil em Tempos de Cinema*. São Paulo: Cia. das Letras.

- Brasil, A. (2020). *Audiovisual Brasileiro no Contexto Digital: Desafios e Oportunidades*. Belo Horizonte: UFMG.
- Canclini, N. G. (2015). *Culturas Híbridas: Estratégias Para Entrar e Sair da Modernidade* (4. ed). São Paulo: Edusp.
- Fran, A. (2024). Streaming wars: Navigating the Competitive Landscape. *Global Media Journal*, 22(70), 150–172.
- Gambarato, R. R., Heuman, J., & Lindberg, Y. (2022). Streaming media and the dynamics of remembering and forgetting: The Chernobyl case. *Memory Studies*, 15(2), 271–286.  
<https://doi.org/10.1177/17506980211037287>
- García-Orta, M. J., García-Prieto, V., & Suárez-Romero, M. (2019). New audiovisual consumption habits among minors: Approximation through the analysis of survey data. *Doxa Comunicación*, 28, 241–260.  
<https://doi.org/10.31921/doxacom.n28a01>
- Geraldes, E., & Carvalho, M. T. (2014). Políticas culturais de acesso ao cinema brasileiro: Trajetórias e desafios. *Revista Comunicação Midiática*, 9(2), 82–97.  
<https://www2.faac.unesp.br/comunicacao midiatica/index.php/CM/article/view/187/188>
- Gilbert, A. (2019). Push, pull, rerun: Television reruns and streaming media. *Television & New Media*, 20(7), 686–701. <https://doi.org/10.1177/1527476419842418>
- Global Streaming Market Overview. Reportlinker.  
<https://www.reportlinker.com/market-report/Broadcasting/726697/Streaming-Platform?term=streamingplatformstatistics>
- Grandinetti, J. (2017). From primetime to anytime: Streaming video, temporality and the future of communal television. In C. Barker & M. Wiatrowski (Eds.), *The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access* (pp. 11–30). Jefferson, NC: McFarland and Company, Inc.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries* (3rd ed.). London: SAGE.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2023). PNAD Contínua: Indicadores trimestrais.  
<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pnad-continua.html>
- Jambeiro, O., Ferreira, F., & Torquato, C. (2011). A Convergência como condicionante da Regulação das Comunicações. *Compolitica*, 1, 45–65.
- Kantar IBOPE Media. (2024). Share de Audiência – Dezembro/2024.  
<https://kantariibopemedia.com/audiencia-de-video/>
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York University Press.
- Lotz, A. D. (2022). *Netflix and Streaming Video: The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*. Cambridge, UK: Polity.
- Loureiro, C. B., & Lopes, M. C. (2015). Inclusão digital: Uma via para a responsabilização individual. *Momento - Diálogos em Educação*, 24(2), 122–136.  
<https://periodicos.furg.br/momento/article/download/9235/7611/35674>
- Martin-Barbero. (2009). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Menezes, M. (2025). O audiovisual do Brasil no lugar que merece. Agência Gov.  
<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202501/o-audiovisual-do-brasil-no-lugar-que-merece>
- Ministerio de Cultura de la Nación (Argentina). (2022). *Fomento audiovisual en la Argentina: Iniciativas y resultados*.
- Mulgan, G. (2019). *Social innovation: How societies find the power to change*. Policy Press.
- Murray, S. (2021). On video platforms: Netflix and the evolution of digital distribution. *Media, Culture & Society*, 43(2), 459–467. <https://doi.org/10.1177/0163443720972314>
- Nova Filho, M. V. M. da, Chiarini, T., & Marcato, M. B. (2023). Plataformização do mercado audiovisual: A indústria de streaming de vídeo no Brasil. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

- Oliveira, A., Pinheiro, P., & Dutra, J. (2023). Serviços de streaming: Histórico, consumo e perspectivas. *RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar*, 4(11), e4114314. <https://doi.org/10.47820/recima21.v4i11.4314>
- Ortiz, R. (2006). *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Portal Gov.br. (2024, 27 de junho). Governo Federal anuncia R\$ 1,6 bilhão em investimentos para o setor audiovisual. Portal Gov.br. <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2024/06/governo-federal-anuncia-r-1-6-bilhao-em-investimentos-para-o-setor-audiovisual>
- Revista Piauí. (2022, 19 de dezembro). No Brasil há uma sala de cinema para cada 59 mil habitantes; nos Estados Unidos, proporção é de 1 para 8,5 mil. Revista Piauí. <https://piaui.folha.uol.com.br/no-brasil-ha-uma-sala-de-cinema-para-cada-59-mil-habitantes-nos-estados-unidos-proporcao-e-de-1-para-85-mil/>
- Rosa, B. B., de Armas, M. B., & Tavares Filho, P. R. (2023). Formação de público para o cinema nacional e potencialidade das salas independentes de cinema. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 16(6), 4329–4340. <https://doi.org/10.55905/revconv.16n.6-080>
- Rubim, A. A. (2007). Políticas culturais no Brasil: Tristes tradições, enormes desafios. In A. A. Rubim (Ed.), *Políticas culturais no Brasil*. EDUFBA.
- Selva, A. R. (2016). La brecha digital en América Latina. *Congreso ALAIC 2014*. <https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT12-Alma-Alva.docx>
- Shattuc, J. (2020). Netflix, Inc. and online television. In J. Wasko & E. R. Meehan (Eds.), *A companion to television* (2nd ed., pp. 145–164). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119269465.ch7>
- Smith, J. A., & Thompson, L. M. (2024). Global streaming platforms and local content: Navigating cultural policies in the digital age. *Journal of International Media Studies*, 12(1), 45–67.
- Sylvestre, A. P. M. (2024). Democratização audiovisual sob demanda: Referenciais para o Streaming público brasileiro. *Proceedings of XII Seminário Internacional de Políticas Culturais*, 12, 836–848.
- Venanzoni, T. S. (2021a). Diversidade e democratização no cinema e no audiovisual brasileiro: Um panorama de 2001 a 2021. *Novos Olhares*, 10(2), 88–100. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2021.190170>
- Venanzoni, T. S. (2021b). Diversidade social e políticas culturais: Práticas discursivas e coletivas no audiovisual brasileiro contemporâneo [Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo]. Escola de Comunicação e Artes.
- Villén Higuera, S. J., & Ruiz del Olmo, F. J. (2022). La cultura hacker en las estrategias transmedia de las series de televisión: El caso de Mr. Robot (2015-2019). *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 27(52), 35–56.
- Wayne, M. L. (2020). Netflix, Amazon, and branded television content in subscription video on-demand portals. *Media, Culture & Society*, 42(5), 725–741. <https://doi.org/10.1177/0163443720914025>
- Xinhua News Agency. (2025, 2 de janeiro). Receita de bilheteria da China totaliza 42,5 bilhões de yuans em 2024. *Xinhua News Agency*. <https://portuguese.xinhuanet.com/20250102/a658fadd2870425e9372202b58420ea1/c.html>